

Aus: **Ausgabe vom 28.09.2017**, Seite 10 / Feuilleton

Crowdfunding für Kranke

Von *Thomas Wagner*



»Schicksalsgleich heimgesucht«: Kalifornierin mit Multipler Sklerose
Foto: Mario Anzuoni/Reuters

Wer in den USA über eine Krankenversicherung verfügt, darf sich glücklich schätzen. Allerdings reicht der Schutz, den die entsprechenden Unternehmen anbieten, in vielen Fällen nicht aus, um die hohen Behandlungskosten zu begleichen. Medikamente und Klinikaufenthalte sind zum Teil um ein Vielfaches teurer als in Deutschland, und im Durchschnitt muss von den Versicherten deutlich mehr zugezahlt werden als hierzulande. Der Hauptgrund für Privatinsolvenzen in den USA ist Krankheit. Betroffen sind Nichtversicherte und Versicherte.

»Auch wer eine Krankenversicherung hat – sei es über den Arbeitgeber, über den freien Markt, über Medicare oder Medicaid, die staatlichen Programme für Rentner und Arme – muss feststellen, dass sogar gute Policen die anfallenden Leistungen nur teilweise decken. Zuzahlungen und Selbstbehalte, versteckte Sondergebühren für Spezialisten, mit denen die Krankenkassen keinen Vertrag haben – all das kann kräftig zu Buche schlagen«, berichtete *Die Welt* am 12.8.2017. Als Ausweg aus der Armutsfalle erscheinen vielen Betroffenen seit einiger Zeit Onlineplattformen wie »Go Fund Me«, »You Caring«, »Indie-

gogo« und »Help Hope Live«, auf denen private Spendenkampagnen für die individuelle medizinische Behandlung durchgeführt werden können. »Von den zwei Milliarden Dollar, die »Go Fund Me« 2016 sammelte, entfielen 930 Millionen auf Gesundheitskosten«, hieß es in dem *Welt*-Text unter der Überschrift »Die Crowd als letzte Hoffnung«. Allerdings profitieren von den neuen digitalen Möglichkeiten vor allem solche Patienten, die es verstehen, ihren Fall vor einem Online-Publikum möglichst effektheischend in Szene zu setzen. Wer sich selbst gut verkaufen kann, hat größere Chancen auf Heilung bzw. darauf, eine Krankheit zu überleben, ohne anschließend im Schuldensumpf zu versinken.

Die Zeitung zitiert eine Studie der University of Washington, nach der jüngere Menschen mit seltenen Erkrankungen und Aussicht auf Heilung größere Chancen haben, mit Spenden bedacht zu werden, als ältere mit unheilbaren, unspektakulären Krankheiten. »Auch könnten Menschen, die von einem Gesundheitsnotstand schicksalsgleich heimgesucht würden – sei es Krebs, eine genetische Erkrankung oder ein tragischer Unfall – mit mehr Sympathie (und Spenden) rechnen als diejenigen, die sich ihren Zustand vermeintlich selbst zuzuschreiben haben – Suchtkranke zum Beispiel.« Um in der Spendenakquise erfolgreich zu sein, müssten Kranke – oder ihre Unterstützer – in der Lage sein, eine fesselnde Geschichte zu erzählen, sich und ihre Erkrankung möglichst dramatisch in Szene zu setzen. »Fesselnd ist eine Geschichte, wenn sie möglichst multimedial daherkommt, mit Fotos und Videos und Verlinkungen und Hashtags, mit einer ausführlichen Anamnese, vielen medizinischen Details und regelmäßigen Updates. Je farbiger und dramatischer die Geschichte, desto stärker befriedigt sie auch das voyeuristische Bedürfnis vieler Nutzer – und desto mehr Menschen belohnen die Mühen der Bittsteller mit Spenden«, so *Die Welt*.

Wer den Umgang mit den sogenannten sozialen Medien beherrsche, über Kenntnisse im Marketing verfüge und zudem gut schreiben könne, habe deutlich größere Chancen, im Kampf gegen seine Krankheit durch Onlinespenden unterstützt zu werden. Mit Solidarität oder einem irgendwie sozialen Gedanken hat das alles wenig zu tun. Stattdessen gilt das aus der kapitalistischen Wirtschaft bekannte rücksichtslose Konkurrenzprinzip auf fatale Weise auch im Bereich der Gesundheitsversorgung.