

## **In Brustkrebskampagnen sollten Geschlechtshinweise vermieden werden**

So das überraschende Ergebnis einer von den Business-Schulen Rotterdam School of Management (RSM), Erasmus University, INSEAD und der London Business School durchgeführten Studie. Dr. Puntoni von der RSM erklärt, dass Frauen eher abweisend auf solche Hinweise reagieren. „Sie senken die von Frauen wahrgenommene Anfälligkeit für die Krankheit, reduzieren die Spendenbereitschaft für die Krebsforschung, und erschweren sowohl die Verarbeitung als auch die Erinnerung von Brustkrebskampagnen“, so Dr. Puntoni. Wirkungsvoller seien Kampagnen, die das Selbstwertgefühl der Frau stärken.

► [www.rsm.nl](http://www.rsm.nl) ► [www.insead.edu](http://www.insead.edu) ► [www.london.edu](http://www.london.edu)