

Ulla Schmidt, 55, Bundessozialministerin, setzt auf provokante Werbung, wenn es der Gesundheit dient. Auf einem Kongress der Deutschen Krebsgesellschaft am vorvergangenen Wochenende in Berlin lobte sie darum die Aktion der Frauenorganisation „mamazone“. Mit T-Shirts, die mit verschiedensten Bezeichnungen für die weiblichen Brüste wie „Bälle“, „Möpfe“, „Glocken“ bedruckt sind, wirbt die Gruppe für bessere Früherkennung und Behandlung von krebskranken Frauen. Anziehen will Schmidt das aufsehenerregende Kleidungsstück allerdings nicht. Es soll wie ein Kunstwerk im Ministerium aufgehängt werden: „Dann haben alle was davon.“



Schmidt