

«Frauen werden anders krank»

Dr. Antonella Santucciono Chadha ist eine hoch qualifizierte Ärztin und international anerkannte Expertin für Neurowissenschaften sowie neurologische und psychiatrische Erkrankungen und hat eine Stiftung ins Leben gerufen, die untersucht, warum Frauen so viel häufiger an Depressionen, Krebs, Alzheimer und Multipler Sklerose erkranken. Dafür hat sie den Women Empowering Award gewonnen.

Von Anna Kohler

Frauen sterben an Nebenwirkungen von Medikamenten. Warum? Weil sie sie nicht vertragen. Warum? Weil die Studien zu den Medikamenten mit Männern gemacht werden. Warum? Weil Frauen vergessen gehen. Woher wissen Sie das? «Ich habe als Regulatorin gearbeitet und um Medikamente freizugeben für die Schweiz, schaute ich natürlich, wie diese getestet wurden.»

Ich sitze ihr gegenüber, schaue in die funkelnden Augen und weiss, die Frau wird nicht locker lassen, bis sie am Ziel ist. Dr. Antonella Santucciono Chadha hat am Abend vorher in Bad Ragaz bei der League of Leading Ladies Conference den Empowering Women Award erhalten. Für ihre bahnbrechenden Forschungen im Bereich Frauengesundheit. Mit der Women's Brain Foundation, deren Gründerin und pro bono-CEO sie ist, kann sie nun Forschungsgelder beantragen, Kanäle anzapfen, internationale Partner suchen, mit Universitäten sprechen, Start ups unterstützen und hoffentlich ein Forschungsinstitut gründen. Denn das ist es, was sie will. Frauen das Leben retten, das ist die Mission. Wenn

wieder ein gereizter Professor in ihr Gesicht schaut und fragt, warum sie es so eilig habe, ist sie fassungslos. «Menschen sterben, ich habe keine Zeit, deshalb brauche ich jetzt alle Unterstützung, die ich kriegen kann.» Punkt.

«Ich wollte eigentlich Polizistin werden»

Eigentlich wollte sie Commissario werden. Ihrem Vater nacheifern, der ein angesehenen Polizist in den Abruzzen war. Aber er verbot es ihr. Warum? «Du bist eine Frau.» «Dann werde ich Detektivin am Menschen, also Ärztin», sagte ich. Das wiederum fanden viele Frauen merkwürdig. Warum? Weil Ärztinnen keine Familie haben können? Das aber stachelte sie gerade an, und so stürzte sie sich ins Studium der Medizin. Recherchieren, nicht locker lassen, die unbändige Neugierde, sich auf neues Territorium wagen, dieses Talent gibt sie nun in die Frauenmedizin. Sie arbeitet für bedeutende Pharmakonzerne, weltweit, ist eine hoch angesehene Mitarbeitende, Chefin von grossen Teams. Nebenbei gründet sie den Verein Women's Brain Project. Sie arbeitet mit Forscher:innen auf der ganzen Welt zusammen, forscht zu Gender-Unterschieden bei Gehirnkrankheiten

Preise und Ehrungen

Dr. Antonella Santucciono Chadha ist seit 2018 unter den Top 100 Women in Business in der Schweiz gelistet und wurde 2019 zur Frau des Jahres in der Schweiz gewählt. Zudem wurde sie mit dem World Sustainability Award für ihren Beitrag zur Förderung der Präzisionsmedizin und mit dem Premio Medicina Italia für ihre Bemühungen im Umgang mit der Pandemie geehrt. 2022 erhielt sie den Veuve Clicquot Bold Woman Award in der Schweiz, 2023 wurde sie als bahnbrechende globale Führungspersonlichkeit ausgezeichnet. 2024 erhielt sie im Rahmen der League of Leading Ladies Conference in Bad Ragaz den Empowering Women Award.

Bild: von NZZ.r/g



NACHGEFRAGT

«Die Headlines dürfen provozieren und Diskussionen anregen.»

m&k Ogilvy hat die Women's Brain-Foundation-Spendenkampagne kreiert. Welche Insights habt ihr genutzt und wie diese umgesetzt?

ogilvy Nach dem Briefing der Women's Brain Foundation hat die gesamte Agentur im Rahmen unseres internen Kreativprozesses, den wir «Hippocampus» nennen, Insights und Ideen für das Projekt gesammelt. Unsere Kampagne ist durch diesen kreativen Austausch entstanden. Alzheimer ist eine Krankheit, mit der wahrscheinlich jede Familie in einer Weise in Kontakt kam. Da ist es selbstverständlich, dass diverse Erfahrungen im Raum stehen. Die Tatsache, dass rund 66 Prozent der Alzheimer-Patient:innen weiblich sind, ist alarmierend und wirft wichtige Fragen auf. Diese Erkenntnis wurde genutzt, um die Kampagne mit dem Thema Frauenquote zu verbinden.

Wie seid ihr mit Antonella in Kontakt gekommen?

Kennengelernt haben wir Antonella bei einem Event, bei welchem sie als Rednerin auftrat. Nach einem Gespräch war sie von unserer Expertise so überzeugt, dass sie uns mit einer Spendenkampagne beauftragt hat. Wer Antonella erlebt, weiss, mit wie viel Energie und Herzblut sie für die Sache kämpft. Für uns war darum klar, dass eine Kampagne für die Women's Brain Foundation weder brav daherkommen darf noch Mitleid erzeugen soll. Die Headlines dürfen provozieren und Diskussionen anregen. Das Antonella dieses Jahr auch noch den Empowering Women Award gewonnen hat, ist für uns eine Bestätigung, eine ganz besondere Partnerin zu haben.



Ogilvy-Team für WBF, v.l.n.r. stehend: Avsar Yildiz (Copywriter), Dr. Cilly Bernardette Schneider (Omnichannel Strategist Health), Denis Klook (Art Director), v.l.n.r. sitzend: Bruce Roberts (ECD), Carla Grando (Account Director).

Was waren die Herausforderungen/Highlights?

Finanzierung und Sichtbarkeit einer solchen Kampagne waren eine Herausforderung. Dank unserer Netzwerke und denen von Antonella konnten wir jedoch Lösungen finden. Ein besonderes Highlight war die nahtlose Zusammenarbeit von kreativen Köpfen und Gesundheitsexperten, was bei Projekten dieser Art von entscheidender Bedeutung ist.

«Die Tatsache, dass rund 66 Prozent der Alzheimer-Patient:innen weiblich sind, ist alarmierend und wirft wichtige Fragen auf.»

wie Depression, Migräne, Angstzuständen, COVID, Parkinson und Alzheimer. Diese Krankheiten kommen bei Frauen öfter vor, verlaufen anders, müssen also auch anders behandelt werden. Aber warum kommen sie öfter vor? «Das ist eben die Frage, es hängt mit Hormonen zusammen, mit Proteinen, mit Mikrobiomen. Der Frauenkörper verhält sich anders als der der Männer. Es sei entscheidend, in Forschung zu investieren, damit Frauen nicht sterben, damit Frauen adäquat behandelt werden, damit sie nicht ausfallen in der Wirtschaft. 50% der Weltbevölkerung sind weiblich, da gehe ein Riesenpotenzial verloren. Weil Frauen krank werden, sich zurückziehen aus der Gesellschaft. Das müsste nicht sein. Wenn sie richtig behandelt würden, könnten Frauen ganz andere Krankheitsverläufe haben. Dr. Antonella Santucciono Chadha weiss, dass sie sich in manchen Kreisen keine Freunde macht, sie hat keine Zeit und keine Musse, sich damit zu beschäftigen. Nach sechs Jahren Verein wird dieser nun in eine Stiftung überführt. Das ist eine Menge Administration. Das ist eine neue Erfahrung für die Ärztin. Sie lernt neue Menschen kennen, neue Herausforderungen, aber

das Detektivgen, das sie von ihrem Vater geerbt hat, lässt sie mit immer mehr Begeisterung und Hartnäckigkeit voranschreiten. Und manchmal, da nutzt sie sogar ihre Schachkenntnisse. Nicht immer verläuft der Weg zum Ziel geradeaus. Zug um Zug, immer einen Schritt vorausdenkend, nähert sie sich dem Ziel. Sie, das sind inzwischen fünf Team-Fachkräfte und 60 Wissenschaftler:innen, die sich um die Forschung kümmern. Kollaborationen mit Barcelona, Toronto, Australien, USA und weiteren, bringen Puzzelstück um Puzzelstück neue Erkenntnisse.

Vor Kurzem kam es zur Zusammenarbeit mit Medscape, einer weltweit führenden Online-Plattform für Ärzte und Gesundheitsexpert:innen. In medizinischen Fortbildungen werden potentiell 5 Mio. Ärzt:innen und 15 Mio. Pfleger:innen geschult und sensibilisiert. Dr. Antonella Santucciono Chadha ist zuversichtlich und geradezu euphorisch ab der Unterstützung. Gerade die grossen Konzerne melden sich zur Stelle, wollen

Hand bieten. Im Sommer ging nun auch eine grosse Kampagne an den Start, um auf das Thema Frauengesundheit aufmerksam zu machen. Humorvoll und gut zugespitzt hat die Agentur Ogilvy Switzerland das Thema umgesetzt (siehe Interview).

Warum gerade Frauenmedizin?

Antonella Santucciono Chadha hat sich der Stiftung komplett verschrieben. Das Ziel ist ein Forschungsinstitut für Gender-Medizin. Dafür hat die Ärztin eine gut bezahlte Stelle in einem Pharmakonzern abgelehnt, die ihr gerade angeboten wurde. Sie möchte sich ihrer Forschung zu 100 Prozent widmen, jeden Schritt gehen, der sie näher an Forschungsgeldern, Investor:innen, Philantropen und staatliche Förderungen bringt.

Kraft holt sie sich bei ihrem Mann und ihren beiden Söhnen. Denn das grösste Wunder des Lebens, die grösste Freude sind die beiden Kinder. Immer wollte sie Mutter werden, das war klar. Als sie ihren Mann trifft, weiss sie auch, wer der Vater dieser Kinder sein wird. Die beiden heiraten, obwohl sich die Schwierigkeiten häufen. Beide Familien sind gegen die Hochzeit. Sie Vollblutitalienerin, er ein Deutscher mit indischen Wurzeln. «Delhi, Italien, Zürich, die Hochzeit war eine Herkulesaufgabe», sagt sie lachend. Aber gleich wird sie wieder ernst. Als Hirnspezialistin sei sie nicht gefeit gewesen vor der Tragik, die ihrer hartnäckigen Forschung den Boden bereitet hat.

Sie verliert ihr erstes Kind noch in der Schwangerschaft, es wäre ein Mädchen

«Menschen sterben, ich habe keine Zeit, deshalb brauche ich jetzt alle Unterstützung, die ich kriegen kann.»



Dr. Santucciono Chadha bei einer Podiumsdiskussion.

gewesen, die Gründe liegen beim Gehirn des Ungeborenen. Sie empfindet es als so makaber, ausgerechnet ihr eigenes Spezialgebiet. 10 Jahre kann sie nicht darüber sprechen, zu sehr schmerzt die Erinnerung. Sie schreibt ein Buch «Una bambina senza testa», dies hilft dem Heilungsprozess.

Die Arbeit als Forscherin und Regulatorin sowie die Erkenntnis, dass Studien, an denen nur Männer teilnehmen, die Ergebnisse verzerren, entfachen eine Wut in ihr. Die Wirkungen und auch die Nebenwirkungen erschienen Santucciono nicht gleich zu sein bei Männern und Frauen. Auf Nachfrage bei Medikamenten-Entwicklern bekommt sie perfekt formulierte Antworten. Diese befriedigten sie nicht. Das Problem, befand die Ärztin, muss systematisch gelöst werden. Weltweit. Und so beginnt sie mit der Forschung, gründet den Verein und arbeitet mit Ärzt:innen aus Amerika, Australien, Indien und Europa. Die Über-

führung in eine Stiftung und das Forschungsinstitut sind Schritte, die die Medizinerin mit ihrem Team geht, damit Frauen auf dieser Welt die Behandlungen bekommen, die sie verdienen. Wir sitzen noch immer in der Lobby des Hotels, ich habe die Zeit vergessen, bin vollkommen in ihre Welt eingetaucht. Mein Gegenüber aber hat es eilig, die Zeit drängt. Ich lasse sie ziehen und weiss, die Frauengesundheit ist bei ihr in den besten Händen.

**SIND SIE
AUCH GEGEN
DIE FRAUEN-
QUOTE?**

2 VON 3 ALZHEIMER-
PATIENT:INNEN SIND FRAUEN.



Jetzt für
die Forschung
spenden



WOMEN'S
BRAIN
FOUNDATION

Sujet der Spendenkampagne von Ogilvy Switzerland.

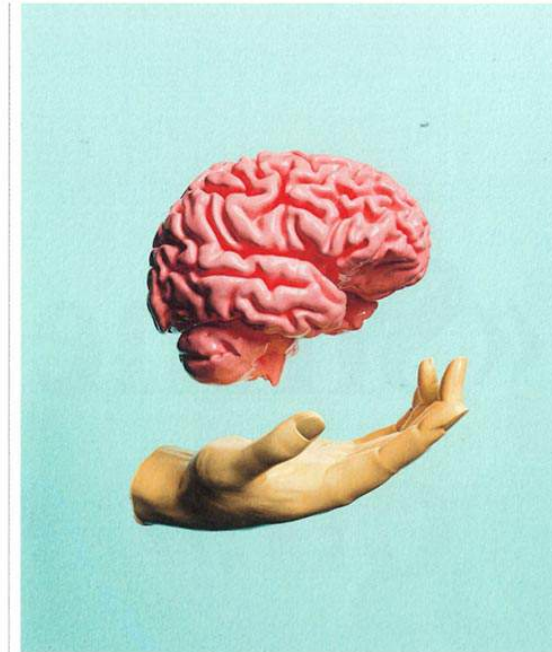


An der LLL Conference in Bad Ragaz erhält Dr. Antonella Santucciono Chadha den Empowering Women Award von Gastgeberin Sandra Stella Triebel.

Women's Brain Foundation

Dr. Antonella Santucciono Chadha hat 2016 das Women's Brain Project (WBP) mit dem Ziel gegründet, zu untersuchen, welchen Einfluss die Geschlechterunterschiede auf das Gehirn sowie seelische Erkrankungen haben. Kern der Forschung ist, dass Krankheiten bei Frauen und Männern nie gleich verlaufen und deshalb auch Medikamente anders wirken. Dr. Santucciono Chadhas Arbeit und Wirken hat deswegen nicht nur einen grossen Einfluss auf ihr direktes Umfeld, sondern auf Frauen auf der ganzen Welt. Ende August wurde ihr Name im Rahmen des Fraumünster-Katharinen-turm-Konzepts auf ein Band gedruckt. 500 Frauen sind dort verewigt, deren Wirkmächtigkeit in der Geschichte und Gegenwart geehrt wird.

La Suisse



GENERATIVE KI

«... sie ist einfach überall!»

Eine neue Studie der Zürcher Hochschule für angewandte Wissenschaften (ZHAW) zeigt: Generative KI und die damit verbundenen Tools dringen in alle Bereiche der Unternehmenskommunikation vor. Bereits ein Drittel der befragten Kommunikationsabteilungen geben an, die «Experimentierphase» verlassen zu haben und generative künstliche Intelligenz systematisch zu gebrauchen. Besonders häufig würden GKI-Tools zur Texterstellung und -bearbeitung genutzt, doch auch Bildgeneratoren fänden zunehmend Anwendung. Darüber hinaus unterstütze KI die gesamte Wertschöpfungskette in der Kommunikation, von der Analyse und Recherche über die Strategiefindung bis hin zur Entwicklung konkreter Massnahmen. Viele Unternehmen entwickelten zudem eigene Lösungen, um ihre Daten zu schützen. > t.ly/thw82

GRÜNDUNG

Alles ganz «Normal», oder?

Der Münchner Digitalspezialist Sven Loskill und der Walliser Creative Director Martin Arnold haben im Sommer die Kreativagentur Normal gegründet – und wollen damit die Schweizer Kommunikationsbranche bereichern. Gerade in ökonomisch herausfordernden Zeiten seien herausragende Ideen ein starker Hebel für erfolgreiche Kommunikation. Hierin sieht Normal den grössten Mehrwert für die eigenen Kund:innen. Die neue Agentur bietet «die Erfahrung und das Know-how einer Grossagentur im Format eines Schnellbootes», so die Gründer.

JUBILÄUM Zehn Jahre «Operation Libero»

2015 als Gegenbewegung zur Zuwanderungs-Initiative der rechtskonservativen SVP gegründet, feiert die «Operation Libero» diesen Spätsommer ihr zehnjähriges Bestehen: Mit nahezu 1200 Mitgliedern und bis dato mehr als 30 000 Spender:innen setzt sich die Initiative für eine offene, liberale, progressive Schweiz ein, die eng mit der EU kooperiert: > t.ly/IDurW



SPONSORING

**Aldi im
Alpainsport**

Der deutsche Detailhändler Aldi baut seine Präsenz – und damit auch seine Sponsoring-Aktivitäten – in der Schweiz kontinuierlich aus. Nun verkündet das Unternehmen den Einstieg ins Ski-Sponsoring: Der 20-jährige Alpinfahrer Livio Hiltbrand soll bis mindestens 2027 von dem Unternehmen unterstützt werden und im Gegenzug als Markenbotschafter fungieren.