

notwendige Wissen für eine erfolgreiche Testteilnahme erhalten. Schließlich kann der Leser sein erworbenes Wissen testen, indem er einen Beispieltest mit 80 Fragen nach dem Vorbild des HAM-Nat durchführt. Die Lösungen gibt es am Ende des Buches. Neben der gezielten Vorbereitung auf die Teilnahme am HAM-Nat wird darauf eingegangen, wie die Teilnahme an naturwissenschaftlichen Tests vorbereitet werden sollte. Hierzu wird unter anderem beschrieben, wie ein individuell passender Vorbereitungsplan erstellt werden kann, der den zeitlichen Aufwand, verschiedene Lernmethoden und -angebote und weitere wichtige Aspekte berücksichtigt. Das Buch bereitet zielgerichtet auf naturwissenschaftliche Auswahltests, insbesondere den HAM-Nat, in der Human- und Zahnmedizin vor.

*Herausgeber: Patrick Ruthven-Murray/ Philipp Meinelt. **Naturwissenschaftliche Auswahltests in der Medizin erfolgreich bestehen.** Optimal vorbereitet auf*

den HAM-Nat und weitere europäische Auswahltests. 301 Seiten, ISBN 978-3-8017-2728-4. 49,95 Euro. Hogrefe Verlag GmbH & Co. KG, Göttingen.

Wörterbuch Bairisch – English

Wie erklären Sie einem Amerikaner oder Engländer die bairischen Wörter „Zwickerbusserl“ und „Watschn“? Endlich, so werden viele Bayern sagen, kann den zahlreichen Gästen aus aller Welt erklärt werden, was im Englischen einem Bierdimpfl, Pfannakuachsicht oder Watschenbaum entspricht. Aber auch für den Einheimischen selbst entpuppt sich der bairisch-englische Sprach- und Kulturführer mit seinem urbairischen Wort- und Phrasengut als einzigartige Fundgrube. Wie kein



anderes Werk repräsentiert dieses das Land Bayern und seine Bewohner. Der Nachschlagende findet darin bekannte, aber auch schon fast in Vergessenheit geratene bairische Begriffe, Gastromonomisches, Geschichtliches, Kunsthistorisches sowie Volkskundliches.

Das Buch ist witzig, geistreich und informativ zugleich und bringt Sie mit Sicherheit oft zum Schmunzeln und Lachen. Somit ist das Wörterbuch Bairisch-English ein interessantes und zugleich hilfreiches Nachschlagewerk für den anglophilen Bayern und für englischsprechende Gäste aus aller Welt. Es ist aber auch ein liebenswerter Kulturführer durch Land und Leben der Bayern – aufgelockert mit vielen lebendigen und erfrischenden Illustrationen.

*Herausgeber: Otto Hietsch. **Wörterbuch Bairisch – English. Von Apfelbutzen bis Zwickerbusserl.** 176 Seiten, Hardcover, ISBN 978-3-86646-307-3. 19,90 Euro. SüdOst Verlag, Regensburg.*

Glosse

UEFA EURO 2016: Fit oder fett durch Cola & Co.?

Die vergangene Fußball-Europameisterschaft (EM) 2016 in Frankreich wurde von der Union des Associations Européennes de Football (UEFA) veranstaltet. Die Organisation besaß eine ganze Menge an Schutz- und Urheberrechten im Zusammenhang mit der EM, zum Beispiel an Logos, Marken oder Trophäen, die offiziell im Rahmen des Wettbewerbs verwendet wurden. Allen voran wäre hier der offizielle Name der EM – UEFA EURO 2016 FRANCE (TM) – oder auch der offizielle Slogan „Le Rendez-Vous“ zu nennen. Zu den offiziellen EM-Sponsoren zählten wieder internationale und nationale Partner. Diese Unternehmen hatten das Recht, mit einer direkten Verbindung zwischen sich selbst und der EM zu werben. Das Problem: Zu diesen offiziellen Sponsoren zählten ei-



Zeichnung: Reinhold Löffler, Dinkelsbühl

nige Unternehmen wie Coca-Cola oder McDonalds, die Werbung für Zucker- und Fettbomben machten.

Die UEFA hatte exklusive Werberechte für die Fußball-Europameisterschaft in Frankreich verkauft und dabei keine Rücksicht genommen, ob ihre Sponsoren für gesunde Lebensmittel werben oder nicht. Super,

die UEFA bekannte sich auf ihrer Homepage (<http://de.uefa.org>) zu acht sozialen, wirtschaftlichen und ökologischen Prioritäten; gesundheitliche Aspekte gehörten leider nicht dazu. Gerade mal unter Punkt 5 ist das Thema „rauchfreies Turnier“ zu finden. Zudem sprach sich die UEFA für die „Förderung eines aktiven Lebensstils“ aus und legte das Programm „Respekt für deine Gesundheit“ auf, was sich jedoch nicht bis zur Auswahl der Werbepartner durchschlug. Bei rund 2,5 Millionen Zuschauern in den Stadien und 150 Millionen TV-Zuschauern pro Spiel war

das eine vertane Chance und ein falsches Werbe-Signal: Adipositas fördernde Fast-Food-Ernährung hat bei einem Sport-Fest und einem fußballerischen Großereignis nichts zu suchen,

meint der

MediKuss