

Journalistenanfragen, Veröffentlichungen, Patientensorgen – was läuft eigentlich in der Pressestelle der Deutschen Gesellschaft für Urologie e. V. (DGU)? An dieser Stelle erhalten Sie kleine Einblicke in das Tagesgeschäft unserer Hamburger Schnittstelle zu den Medien und in die strategische Öffentlichkeitsarbeit der Fachgesellschaft.

Kontaktdaten der Pressestelle

Bettina-Cathrin Wahlers, Sabine Martina Glimm
Wettloop 36c, 21149 Hamburg
Tel.: 040-80205190, Fax: 040-79140027,
Mobil: 0170-4827287
E-Mail: redaktion@bettina-wahlers.de



Urologe 2019 · 58:968–970

<https://doi.org/10.1007/s00120-019-1006-2>

© Springer Medizin Verlag GmbH, ein Teil von Springer Nature 2019

DGU-Medienpreis: Geheimnis geklärt



© fotomek/stock.adobe.com

Gibt es mittlerweile zu viele Medienpreise, haben Journalisten zu wenig Zeit oder Lust, eine Bewerbung zu schreiben oder geht in der Informationsflut unserer Zeit ein Teilnahmeaufruf regelrecht unter? Dieser Frage mussten wir nachgehen, denn im Vergleich zu den fünf Vorjahren, seitdem es den Medienpreis Urologie gibt, erreichten uns bis Ende Juni „nur“

15 Bewerbungen. Zuvor waren es bis dahin etwa 30 bis 40. Doch nach Aussendung unserer dritten (!) Teilnahme-Aufruf-Pressemitteilung, bei der uns Radiomann und Jury-Mitglied Rainer Hirsch (Radio Hamburg) unterstützte, war klar: Die Informationsflut ist schuld! Nachdem wir unsere Journalistenkollegen nochmals quasi mit der Nase drauf gestoßen und auch in Facebook und auf Twitter den Medienpreis beworben hatten, „trudelten“ nach und nach die Bewerbungen ein. Auch auf unsere Nachfragen bei einzelnen Medienvertretern bekamen wir zu hören: „Ganz ehrlich: Wir erhalten tagtäglich so viele Informationen und Pressemitteilungen, da kann man kaum noch durchblicken!“ So geht es offenbar nicht nur den Presseleuten, wie diverse Studien zur „Informationsflut“ belegen.

Ursachenforschung: Das Tempo unserer Zeit



© ASDF/stock.adobe.com

Gestern in aller Munde, heute schon vergessen: Die Aufmerksamkeitsspanne unserer Gesellschaft für ein einzelnes Thema wird zunehmend kürzer. Wie Analysen und eine Studie eines Forscherteams der Technischen Universität Berlin (Max-Planck-Instituts für Bildungsforschung) zeigen, springt das kollektive Interesse immer schneller von einem Inhalt zum nächsten. Schuld an dieser „sozialen Beschleunigung“ scheint die zunehmende Informationsflut unter anderem durch die sozialen Medien zu sein, wie die Forscher kürzlich berichten.

Dank Smartphone und Co können wir uns heute immer und überall auf den neuesten Stand der Dinge bringen. Doch diese ständige Verfügbarkeit von Informationen hat nicht nur positive Seiten.

Wissenschaftler warnen schon länger davor, dass der kontinuierliche Nachrichtenstrom über Eilmeldungen, Push-Nachrichten und die sozialen Medien unser Gehirn überfordert.

Außerdem könnten die Informationsflut und die ständige Angst, etwas zu verpassen, zu einer „sozialen Beschleunigung“ der Gesellschaft führen, so die Befürchtung. Demnach wird unser Lebenstempo immer schneller – und damit auch die Zeitspanne, in der wir uns mit einem bestimmten Thema beschäftigen.

Immer mehr Themen konkurrieren um eine begrenzte kollektive Aufmerksamkeit. Dies führe zwangsläufig dazu, dass für ein einzelnes Thema immer weniger vom „Aufmerksamkeitskuchen“ übrigbleibt.

Das Sommerloch ist wieder da ... und nervt

© Voros Gergely/stock.adobe.com



Mit dem Sommerloch ist es wie mit dem Ungeheuer von Loch Ness: Längst nicht jeder glaubt an seine Existenz. Doch Experten haben die Sache durchgerechnet – und es stimmt. Die Anzahl der Nachrichten, die für die Medien verwertbar sind, sinkt während der Ferienzeit um ein gewisses Quantum ab und so fördert das Sommerloch oftmals auch den Ideenreichtum. Doch offensichtlich sind nicht alle vom Sommerloch geplagten Journalisten mit kreativen Talenten ausgestattet wie der „Sommerpenis“ beweist. Anfang August 2018 (!) stürzte sich als erstes ein Wochenmagazin auf das Phänomen „Sommer-Penis“ und titelte „Urologe erklärt, warum das Glied jetzt größer aussieht“. Viele Boulevardmedien kupfernten ab, und eine Welle von „Sommer-Penis“-Meldungen überrollte uns. Ein Jahr später, Juni 2019: Kaum

erreicht Deutschland eine Hitzewelle, erscheinen fast 1:1 Berichte aus dem Vorjahr in exakt den gleichen Medien. Das „Schärfste“ an der Sache: Anstatt das vermeintliche Thema neu zu recherchieren, werden einfach 1:1 auch die Expertenzitate aus dem Vorjahr verwendet. In den Sozialen Medien ist es nicht anders, dort tauchen jedes Jahr im Sommerloch hundertfach Tweets auf wie „Bin ich froh, dass es nicht schneit. ... Bei der Hitze auch noch Schnee schippen.“ – sehr lustig, oder? Und tatsächlich erhält der Schnee wieder genauso viel Aufmerksamkeit wie der Sommerpenis, wie die zigfachen Likes beweisen. Da fragt man sich in der Tat, ob sich durch die Informationsflut unserer Zeit (siehe oben) bei den Menschen langsam Gedächtnislücken einschleichen ...oder es gibt ein „Phänomen Hirn-Dichtmachen“. Auch denkbar.

Die neue DGU-Kolumne



Schwarz-weiß trifft es selten, in der Regel braucht es eine differenzierte Meinung, gerne auch eine Prise Humor und manchmal muss der Daumen in die Wunde – auch in der Urologie. Deshalb spitzt Dr. Wolfgang Bühmann in der „DGU-Kolumne“ neuerdings in der „DGU-Kolumne“ neuerdings in der neuen Rubrik des Urologenportals regelmäßig aktuelle Themen

ins Visier. „Die Uro-Kolumne: Echt Bühmann“ ist auch über die DGU APP abrufbar. Das erste Thema, das sich der Autor vorgenommen hat, kann aktueller nicht sein: „Digital – was ist das? Die Demographie fordert uns: Deutschlands Urologie braucht „echte“ Telemedizin“. Echt Bühmann – echt lesenswert!

Parlamentarischer Abend der DGU thematisiert künstliche Intelligenz



„Chancen und Grenzen kollaborativer Automatisierung und künstlicher Intelligenz“: Zu diesem Thema hatte die Deutsche Gesellschaft für Urologie am 25. Juni 2019 zu einem parlamentarischen Abend nach Berlin eingeladen und mit rund 50 geladenen Gästen unter der Moderation von DGU-Präsident Prof. Doktor Oliver W. Hakenberg diskutiert,

wie die künstliche Intelligenz die Medizin verändert und welche spezifischen Herausforderungen in der medizinischen Versorgung und der Forschung bedeutsam sind.

Unseren ausführlichen Bericht von der Veranstaltung in der Deutschen Parlamentarischen Gesellschaft lesen Sie in dieser Ausgabe von „Der Urologe“.

Anfragen in der Pressestelle

© Dmitry Naumov/stock.adobe.com



„Man trifft sich immer zweimal im Leben“ – dieses geflügelte Wort haben wir uns auch in der Pressestelle hinter die Ohren geschrieben. Was das bedeutet? Wir behandeln Anfragen von Chefredaktionen genauso ernst- und gewissenhaft wie Anfragen von JournalistenschülerInnen, denn aufgrund unserer Erfahrungen der letzten 15 Jahre wissen wir: Manch ein Nachwuchsjournalist ist vom „kleinen Schreiberling“ aufgestiegen zum Ressortleiter oder zum Starschreiber, der/die darüber entscheidet, ob und wie medizinische Themen aufbereitet werden – auch urologische. Und davon profitieren wir im besten Fall natürlich. Besonders gefreut hat uns kürzlich, dass ein Journalistenschüler auf unsere Website www.hodencheck.de gestoßen ist und sie zum Anlass nahm, einen ausführlichen Artikel zum Thema Hodenkrebs zu schreiben, nachdem er auch Interviews mit unseren DGU-Experten führte. Weitere Anfragen erhielten wir unter anderem zu den Themen Unfruchtbarkeit beim Mann (Pharmazeutischen Zeitung), Blasenentzündung (Bild der Frau),

Intimpflege (Alverde), Harnsteinregister (Deutsches Ärzteblatt), Leistungsdruck im Bett: 20 Jahre Viagra – Fluch oder Segen? (TONIGHT.de), Gibt es die Wechseljahre beim Mann? (Redaktionsnetzwerk).

Auch ein Interview, das wir schon letztes Mal im „Aktuellen aus der Pressestelle“ erwähnt haben, möchten wir nochmals hervorheben: Sabine Meuter von der Deutschen Presseagentur (dpa) führte ein Interview mit DGU-Vorstandsmitglied Prof. Daniela Schultz-Lampel über die Frage „Was verrät der Urin über meine Gesundheit?“ Dieses wurde in nahezu „allen“ Tageszeitungen publiziert, und bis heute zählen wir über 150 Veröffentlichungen. Da kann nur festgestellt werden: Die dpa ist als Multiplikator einfach unschlagbar! Nicht unerwähnt lassen möchten wir eine große Telefonaktion der BILD Ende Juni mit 12 Krebs-Experten, darunter auch DGU-Vorstandsmitglied Prof. Susanne Krege, die unter anderem Fragen zum PSA-Test, Prostatakrebs und Hormontherapien beantwortete.

„Fake News“ dominieren Infos zu Prostatakrebs

FAKE NEWS

© deepstock/stock.adobe.com

Über 40 Millionen Menschen in Deutschland suchen jährlich online nach Informationen zum Thema Gesundheit. Mittlerweile findet man in Hülle und Fülle auch auf Social Media-Plattformen wie Facebook und Twitter medizinische Posts. „Sich in sozialen Netzwerken über Krebserkrankungen zu informieren ist mitunter keine gute Idee. Der Wahrheitsgehalt solcher Beiträge ist eher gering, häufig dominieren falsche oder irreführende Informationen“, so der Urologe Dr. Muhannad Alsayouf von der Universität in Loma Linda in Kalifornien, der mit seinem Team die 50 populärsten Beiträge zu urologischen Tumorerkrankungen unter die Lupe genommen hat und in der Fachzeitschrift „Urology“ jüngst einen Beitrag zum Thema veröffentlichte. Das Fazit: Die am häufigsten geteilten Posts und Links enthalten zum großen Teil „Fake News“, vor allem solche zu Prostatakrebs.

Die Urologen screenen mit einem speziellen Webtool englischsprachige Beiträge zu Prostata-

krebs, Blasenkrebs, Nierenkrebs, Hodenkrebs und PSA-Tests. Die 50 ausgewählten Artikel wurden insgesamt 550.000-mal geteilt. Mit Abstand am häufigsten verbreiteten sich die zehn Beiträge zu Prostatakrebs (400.000-mal). Ausgerechnet diese Beiträge enthielten am häufigsten „Fake News“: Sieben von zehn wurden als ungenau (4) oder irreführend (3) beurteilt. Schauten sich die Forscher die einzelnen Beiträge über alle Themen an, so wurden solche mit wissenschaftlichen Falschaussagen im Schnitt 54.000-mal geteilt, korrekte nur 1900-mal.

Ungenau Artikel werden also 28 Mal häufiger geteilt als Artikel mit überwiegend richtigen Aussagen. Beim Leser kommen somit am Ende deutlich mehr ungenaue oder gar falsche Artikel an. Als Gegenmittel wird empfohlen, wissenschaftliche Evidenz und Leitlinien auch verstärkt auf Facebook & Co zu präsentieren. Wir sind dabei – auf Facebook ([@urologenportal.de](https://www.facebook.com/urologenportal.de)) und Twitter ([@DGUrologie](https://twitter.com/DGUrologie))!