

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.

# Booster für die Männergesundheit: Die königliche Prostata

Pro7, Sat.1 und Kabel 1 und – besonders relevant – die Nachrichtenagentur dpa waren die Ersten: Kaum war die Meldung raus, dass König Charles an einer Prostatavergrößerung erkrankt sei, recherchierten die Medien in der Pressestelle der urologischen Fachgesellschaft. DGU-Generalsekretär Prof. Dr. Maurice Stephan Michel übernahm und vor allem sein Statement gegenüber dem wichtigsten deutschen Multiplikator dpa rauschte durch den (digitalen) Blätterwald. Als das britische Staatsoberhaupt wenig später offenbarte, dass bei ihm eine nicht näher beschriebene Krebserkrankung entdeckt wurde, ging die Presse in die zweite Rechercherunde, um, mehr oder weniger geschickt, der möglichen konkreten Krebsdiagnose des Monarchen auf die Spur zu kommen. Hier war verbales Fingerspitzengefühl gefragt, das DGU-Pressesprecher Prof. Dr. Axel Merseburger im Interview mit t-online bewies. Gefragt waren in jenen Tagen jedoch nicht nur die DGU-Spitzenvertreter: Wer, so wie wir in der DGU-Pressestelle, die Schlagzeilen verfolgt hat, konnte den Eindruck gewinnen, dass gefühlt landauf landab jede Urologin und jeder Urologe von den Medien um ein Statement zu den häufigen Erkrankungen der Prostata, sei es der BPH oder dem Prostatakrebs, gebeten wurde. So hat die königliche Prostata und vor allem Charles' offener Umgang mit seiner Erkrankung auch in Deutschland die Gesundheitsvorsorge des alternenden Mannes in den Fokus der breiten Öffentlichkeit gerückt und einen veritablen Booster für die Männergesundheit ausgelöst. Respekt!



Urologie 2024 · 63:397–400

<https://doi.org/10.1007/s00120-024-02323-5>

© The Author(s), under exclusive licence to Springer Medizin Verlag GmbH, ein Teil von Springer Nature 2024



### 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](mailto:redaktion@bettina-wahlers.de)

## DGU reagierte mit Pressemitteilung: Aufklärung über Prostataerkrankungen hilft, Ängste abzubauen

Und natürlich hat die Deutsche Gesellschaft für Urologie e.V. den Pressehype um das britische Staatsoberhaupt für eine sachliche Aufklärung über die BPH und das PCa genutzt und eine diesbezügliche Pressemitteilung veröffentlicht. „Gerade, weil die Berichterstattung über einen so prominenten Patienten besonders große



Reichweite hat, ist es uns als wissenschaftlicher Fachgesellschaft ein Anliegen, die medizinischen Fakten und damit die klare Unterscheidung zwischen einer gutartigen Prostatavergrößerung, einer Prostataoperation zu deren Behandlung und dem Prostatakrebs noch einmal deutlich zu machen und das Vermischen von Begrifflichkeiten zu vermeiden“, erklärte DGU-Generalsekretär Michel darin. Umfassende Aufklärung über die gutartige Prostatavergrößerung sowie über die Möglichkeit zur Prostatakrebs-Früherkennung könne helfen, Ängste abzubauen. Nicht zuletzt erneuerte die Fachgesellschaft an dieser Stelle ihre Forderung, gemäß dem entsprechenden EU-Ratsentschluss, ein organisiertes risikoadaptiertes Prostatakrebs-Screening zulasten der gesetzlichen Krankenkassen umzusetzen.

## Presseanfragen & mehr ...

Nicht nur wegen Charles' Prostatavergrößerung drehte sich das Rad der Medienanfragen in der Pressestelle weiter auf hohen Touren. Gefragt war zum Beispiel andrologische Expertise: bei der dpa ging es um die Pille für den Mann, bei Medscape um die reproduktive Gesundheit des Mannes beziehungsweise eine abnehmende Sper-



mienzahl. Für die Sendung *Visite* recherchierte das NDR-Fernsehen zum Thema Prostatakrebs-Früherkennung unter der Fragestellung: Tasten ist out, geht der Weg zum risikobasierten Screening? Dankenswerterweise unterstützte Prof. Daniela Schultz-Lampel einmal mehr eine aufwendige Anfrage, samt Dreharbeiten, für die Gesundheitssendung *DocFischer* des SWR für einen Beitrag zur gesundheitlichen Wirkung von Cranberrys. Potenzmittel und ihre Verbreitung standen im Fokus der Stuttgarter Zeitung/Stuttgarter Nachrichten. Urologisch engagiert zeigte sich auch die auflagen- und reichweitenstarke Apotheken Umschau in den vergangenen Wochen mit gleich zwei Recherchen – zu Erektionsstörungen und dem genauen Ablauf einer Prostata-Untersuchung für ihre Rubrik „Keine Tabus“. Dem Penis galt eine Anfrage der ARD-Wissens-Doku „Mein Körper“, genauer gesagt den Fragen, wo Penisamputationen und „Schönheits“-Operationen an Penissen gemacht und wo Erektionsstörungen behandelt werden. Nicht vergessen wollen wir bei dieser Auswahl die Neue Rhein/Ruhr Zeitung (NRZ), die angesichts steigender Fallzahlen mithilfe von DGU-Pressesprecher Merseburger über die Syphilis aufklärte.

Bei Urologinnen und Urologen sowie Patientinnen und Patienten gefragt, bleiben übrigens die Liste der zertifizierten IC-Anlaufstellen, der DGU-Imagefilm zur Verlinkung auf der Klinik- oder Praxis-Homepage sowie die Broschüre „Starke Infos für Jungen“. Hoch im Kurs steht weiterhin die Website [www.hodencheck.de](http://www.hodencheck.de). Das zeigen nicht nur die regelmäßigen Patientenanfragen, die über die Plattform generiert werden, sondern auch das Interesse der Krankenkassen. Zuletzt bat die Techniker Krankenkasse darum, für ein Themenspecial „Männervorsorge“ auf ihrer Webseite auf [www.hodencheck.de](http://www.hodencheck.de) verlinken und das Titelbild der Seite nutzen zu dürfen.

## Die Kunst des Analogen – naht das Comeback der Briefwerbung?

Die Überlegung kam auf dem Rückweg vom Postfach der DGU-Pressestelle: wieder einmal gähnende Leere. Vielleicht gibt es das Problem bei Ihnen auch. In Hamburg jedenfalls wird nur noch an zwei Tagen in der Woche die Post zugestellt, erklärte neulich der Briefträger, neudeutsch Zusteller, auf Nachfrage. An den anderen Tagen müsse er andere Bezirke mit Post beliefern, da der Personal-mangel derzeit eklatant sei. Man kann sich darüber ärgern oder auf eine Idee kommen: In einer Welt, die ohnehin von digitalen Kommunikationsmitteln durchdrungen ist, scheint es, als würden klassische Briefe langsam in Vergessenheit geraten. Die E-Mail hat den Brief als Hauptträger von Nachrichten abgelöst, und die physische Post landet immer seltener in unseren Briefkästen. Aber liegt nicht genau darin eine Chance?

Mit der abnehmenden Anzahl von Briefen gewinnt automatisch jeder einzelne Brief an Wert. Ein handgeschriebener Umschlag oder eine farbenfrohe, personalisierte Postkarte fällt inmitten von Rechnungen und Werbebroschüren sofort auf. Und hier kann eine neue



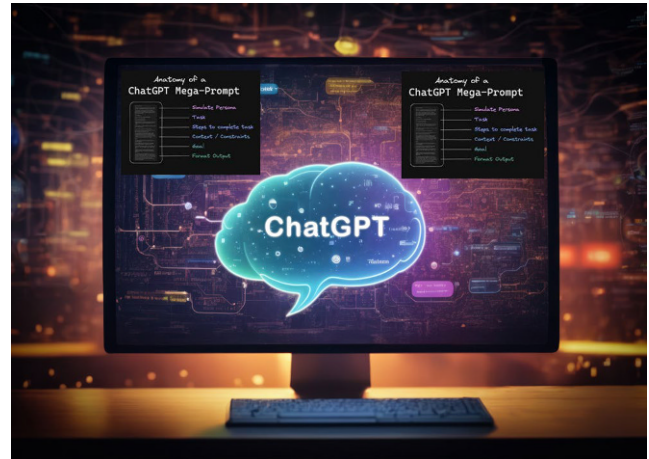
Marketingstrategie ansetzen: die Briefwerbung. Wir stellen uns vor, dass die von uns betreuten Journalistinnen und Journalisten Briefkästen öffnen und dort einen sorgfältig gestalteten Brief von der Pressestelle der DGU vorfinden – ein visuelles Highlight, das sich wohltuend von der digitalen Flut abhebt. Wir werden es einfach ausprobieren! So bietet Briefwerbung vielleicht eine einzigartige Gelegenheit, eine persönliche Verbindung herzustellen, die in der heutigen schnelllebigen Online-Welt oft verloren geht.

Die Tatsache, dass physische Briefe seltener sind, macht sie wertvoller und erhöht die Wahrscheinlichkeit, dass sie gelesen und beachtet werden. Durch die Personalisierung kann sichergestellt werden, dass ein Brief nicht nur geöffnet wird, sondern auch im Gedächtnis bleibt

## KI: Ohne Präzision geht's garantiert schief

Sie arbeiten auch schon mit KI? Dann wird es Ihnen vielleicht ähnlich gehen wie uns mit den berühmten „Prompts“ – diesen unsichtbaren, korrektheits hungrigen Wächtern des digitalen Universums. Da sitzt man gemütlich vor dem Bildschirm, will kreativ sein, die KI schöpferisch nutzen und schon hält einen dieser „Prompts“ in Schach.

Früher konnte man sich vielleicht noch die Freiheit nehmen, in einem Text ein bisschen zu schwafeln oder vage zu sein. Aber jetzt? Oh nein, die Prompts dulden keine schlampigen Formulierungen



oder Unschärfen mehr. Sie wollen klare, präzise Anweisungen und wehe dem, der ihnen da nicht gerecht wird! Da wird jeder Buchstabe auf die Goldwaage gelegt, jedes Komma wie eine potenzielle Stolperfalle behandelt.

Man muss sich vorstellen, wie diese „Prompts“ zusammenhocken, ihre unsichtbaren Brillen zurechtrücken und sich mit einem diabolischen Lächeln darauf vorbereiten, jeden Schreibenden auf den Prüfstand zu stellen. „Oh, du dachtest, du könntest da eine vage Aussage machen? Falsch gedacht, mein Freund! Hier ist deine Quittung in Form eines schlechten Ergebnisses ...

**\*Prompt** = Ein Prompt ist eine Eingabeaufforderung, die verwendet wird, um einen Computer oder eine KI-Plattform zu instruieren, einen bestimmten Text/Bild zu generieren oder eine besondere Aufgabe zu erledigen. Bei prominenten KI-Systemen wie ChatGPT, DALL-E und anderen erfolgt die Eingabe textbasiert. Genutzt werden können Wörter, Buchstaben, Zahlen und Sonderzeichen. Die Algorithmen generativer KI-Systeme erstellen auf Basis des Inputs neue originelle Inhalte, ohne dass hierbei ein Mensch involviert ist.

## Mutmach-Podcast: Offene Gespräche über Krebs und Männergesundheit

Podcasts sind bei den Menschen äußerst beliebt. Daher möchten wir Ihnen an dieser Stelle einen Podcast vorstellen, den wir als herausragend erachten, insbesondere im Hinblick auf Ihre Patientinnen und Patienten, die mit einer Krebserkrankung konfrontiert sind.

Möglicherweise erinnern Sie sich: In den Jahren 2020 und 2021 war Dr. Hajo Schumacher Mitglied der Jury für den Medienpreis Urologie der DGU und arbeitete mit dem damaligen Pressesprecher Prof. Christian Wülfing zusammen. Seitdem hat sich der renommierte Journalist, Kolumnist, Bestseller-Autor und Podcaster immer wieder öffentlich mit dem Thema Männergesundheit befasst, was die urologische Gemeinde natürlich freut.





Mit Jahresbeginn startete der „Mutmach-Podcast“ von Dr. Hajo und Suse Schumacher, ein bewegendes Special unter dem Titel „Über Krebs sprechen – offen und mit spannenden Gästen“. Trotz des ernststen Hintergrunds schaffen es die beiden „Gastgeber,“ authentisch und unterhaltsam über das Thema Krebs zu sprechen.

Mit einer jährlichen Erkrankungszahl von knapp einer halben Million Menschen allein in Deutschland ist es von großer Bedeutung, über die Krankheit zu reden, Mut zu machen und gleichzeitig informativ zu sein, finden wir!

Der Podcast, in dem auch ein bekannter Urologe zu Wort kommt, bietet einen Raum, in dem Betroffene, Angehörige und Interessierte gleichermaßen Trost, Inspiration und wertvolle Informationen finden können. Hören Sie doch mal „rein“: <https://podcasts.apple.com/de/podcast/wir-der-mutmach-podcast-von-funke/id1503157807>



**DGU** Deutsche Gesellschaft für Urologie e.V.







Folgen Sie uns!

#DGU23

@DGUrologie  
@DGUKongress

