

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.

Saure-Gurken-Zeit war gestern



© Pixabay

Die Erkenntnis ist nicht neu: Das „Sommerloch“ in den Medien gehört der Vergangenheit an. Nachrichten werden heute ganzjährig 24/7 produziert. So konnte in den letzten Wochen auch in der Pressestelle einmal mehr keine Rede von Saurer-Gurken-Zeit sein. Vielmehr recherchierten die Kolleginnen und Kollegen der Fach- und Publikumsmedien fleißig bei uns und suchten gewohnt zahlreich die urologische Expertise für ihre Berichterstattung. Dank an alle Expertinnen und Experten, die wir vermitteln konnten! Im Fokus standen etwa das Medizinforschungsgesetz, die PCa-Früherkennung, die aktualisierte PCa-Leitlinie, Blaseninfektionen, die Kampagne „An Urge to Act“, das Ejakulat, „Just in Case“ Pinkeln, Sterilisation, die überaktive Blase und nicht zuletzt der umstrittene Bundesklinik-Atlas des BMG. Recherchiert hat übrigens nicht irgendwer: Mit der Apotheken Umschau, dpa, der Ärzte Zeitung, ZDF, BILD, MDR und WDR sowie der SÜDDEUTSCHEN ZEITUNG waren erneut echte Schwergewichte der Presse an der Urologie interessiert. Auf dem Urologenportal finden Sie wie immer eine Auswahl der Berichterstattung unter „Wir in den Medien“.

Urologie 2024 · 63:944–947

<https://doi.org/10.1007/s00120-024-02430-3>

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



Kontaktdaten der Pressestelle

Bettina-Cathrin Ihnen, Sabine Martina Glimm

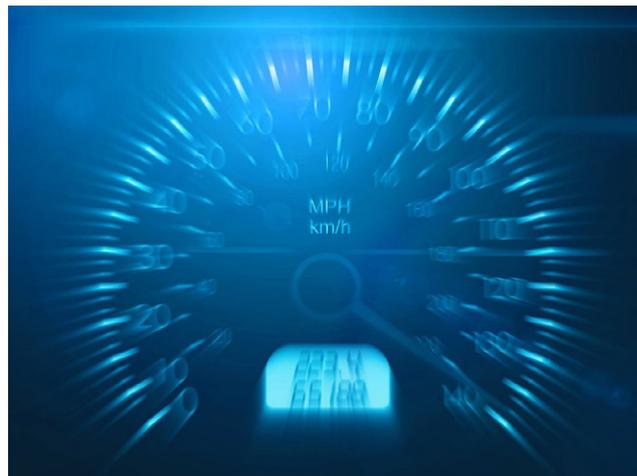
Wettloop 36c, 21149 Hamburg

Tel.: 040-80205190, Fax: 040-79140027

Mobil: 0170-4827287

E-Mail: redaktion@bettina-wahlers.de

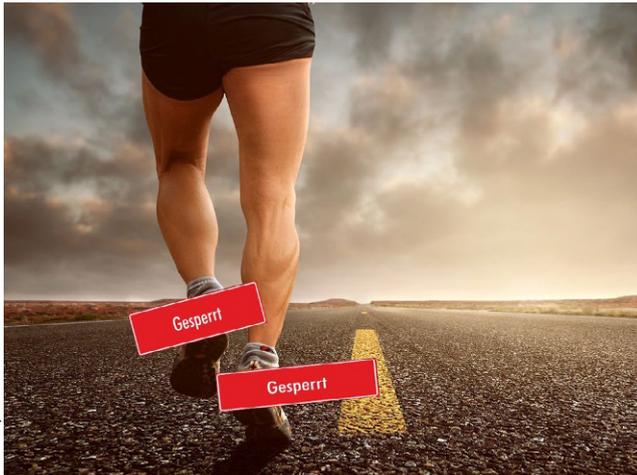
Kongress-PR auf Hochtouren



© Pixabay

Das Highlight des urologischen Jahres steht quasi vor der Tür und dementsprechend hoch ist unsere Schlagzahl bei der PR für die 76. Jahrestagung der DGU in Leipzig. Ob Pressekonferenz, Pressemappe, Akkreditierung und Betreuung der angemeldeten Journalistinnen und Journalisten und Fotografen-Briefing, ob Schülerrinnen- und Schülertag oder der Medienpreis Urologie 2024 – es gibt viel zu tun! Apropos Medienpreis: Auch in diesem Jahr sind erfreulicherweise wieder zahlreiche und sehr gut aufbereitete Wettbewerbsbeiträge eingegangen, die von der Jury, darunter diesmal der Chefredakteur des Ärztenachrichtendienstes, begutachtet werden müssen. Es wird also wieder spannend bei der Preisvergabe im Rahmen der DGU-Pressekonferenz im Congress Center Leipzig, die Sie als Mittschnitt noch am Eröffnungstag des Kongresses verfolgen können.

Dreiste Forderungen: Die unerwarteten Tücken der Online-Bildersuche



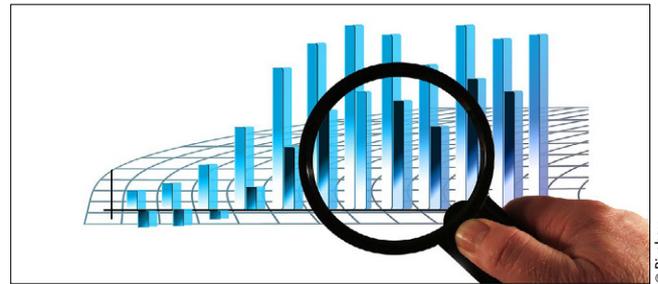
Wenn Sie eine Website für Ihre Praxis betreiben oder für die Aktualisierung der Klinik-Website zuständig sind, dann dürfte Sie folgender denkwürdiger Vorgang in der DGU-Pressestelle interessieren. Ominöse Geschäftsmodelle werden weltweit jeden Tag neu erfunden, aber manchmal kann man gar nicht so schräg denken, geschweige denn kaum glauben, womit windige oder gewiefte (?) Zeitgenossen „ihre erste Million“ machen wollen

Nichtsahnend haben wir für den „News“-Bereich einer Website, den wir betreuen, eine passende Optik auf einer Foto-Plattform gesucht, die Bilder und Grafiken kostenfrei anbietet. Und wir sind fündig geworden: ein Sportler, der, von hinten zu sehen, zum Sprint ansetzt. Er trägt Sportkleidung und Laufschuhe. Dieses Foto haben wir also heruntergeladen und verwendet.

Kurze Zeit später kam per E-Mail ein Schreiben aus Phoenix (Hauptstadt und größte Stadt des US-Bundesstaats Arizona) mit der Aufforderung, unter Androhung einer Geldstrafe, unter besagtem Foto einen Link zu dem Sportschuhhersteller einzustellen, dessen Laufschuhe auf dem Foto zu sehen sind. Ein Entfernen des Fotos aus dem Internet sei nicht legal und würde uns – laut des Schreibens – nicht vor Strafe schützen!

Im ersten Moment alarmiert, kam uns die Angelegenheit dann aber mehr „als spanisch“ vor, weshalb wir uns beraten ließen. Mit dem Resultat: Drohschreiben und Unterlassungsaufforderungen per E-Mail müssen nicht ernst genommen werden. Erst wenn so etwas, von einem Juristen verfasst, postalisch im Briefkasten landet. Das Foto haben wir dennoch vorsichtshalber von der Website genommen. Und heute, zwei Monate später, ist weder der Absender noch der Sportschuhhersteller im Internet zu finden

Online-Videos und Internet gewinnen an Bedeutung



Den Markt beobachten: Das müssen nicht nur Unternehmen, die ihre Produkte vermarkten wollen – auch Öffentlichkeitsarbeitende und Kommunikationsfachleute sollten sich auf dem Laufenden halten, um zu verstehen, wie die Menschen (vor allem ihre Zielgruppen) denken, sich informieren und wie sie auf Veröffentlichungen reagieren. Der Blick auf Analysen und Reporte ist deshalb unerlässlich!

Da gibt es zum Beispiel das Reuters-Institut, das gerade seinen „Digital News Report 2024“ veröffentlicht hat, welcher zentrale Trends in der globalen und deutschen Nachrichtennutzung aufzeigt und natürlich auch für die Öffentlichkeitsarbeit der DGU interessant ist. Die Ergebnisse in Kürze:

1. Soziale Netzwerke als zentrale Nachrichtenquelle

Soziale Netzwerke sind eine wesentliche Nachrichtenquelle für die Deutschen. 44 % der Bevölkerung nutzen Plattformen wie Instagram oder WhatsApp, um sich über aktuelle Ereignisse und das Zeitgeschehen zu informieren. Über alle Altersgruppen hinweg liegt WhatsApp mit 63 % an der Spitze der genutzten Kanäle. Facebook und Instagram folgen knapp dahinter. Besonders unter jungen Menschen zwischen 16 und 29 Jahren dominiert Instagram als Informationsquelle, mit einem Anteil von 90 %. Danach kommen WhatsApp und TikTok. Bemerkenswert ist auch, dass der oft kritisierte Dienst Telegram von 23 % der Befragten genutzt wird.

2. Nachrichteninteresse in Deutschland ist stabil

55 % der Internetnutzer zeigen 2024 grundsätzlich großes Interesse an Nachrichten.

3. Internet überholt Fernsehen

Das Internet ist die wichtigste Nachrichtenquelle für 42 % der deutschen Internetnutzer, gefolgt vom Fernsehen mit 41 %. 15 % beziehen ihre Nachrichten hauptsächlich über soziale Medien.

4. Wachsende Bedeutung von Online-Videos

49 % der Nutzer sehen wöchentlich kurze Nachrichtenvideos, vor allem auf Nachrichtenanbieter-Websites und YouTube.

5. Vertrauen und Skepsis

43 % vertrauen den meisten Nachrichten, wobei TikTok und X (ehemals Twitter) besonders skeptisch betrachtet werden. Transparenz und hohe journalistische Standards sind entscheidend für das Vertrauen.

6. Nachrichtenvermeidung und KI-Skepsis

14 % verzichten auf Nachrichten, und 42 % fühlen sich von der Nachrichtenflut erschöpft. Der Einsatz von KI im Journalismus wird – laut Reuters-Institut – überwiegend skeptisch betrachtet.

Rote Karte gegen Hass und Hetze



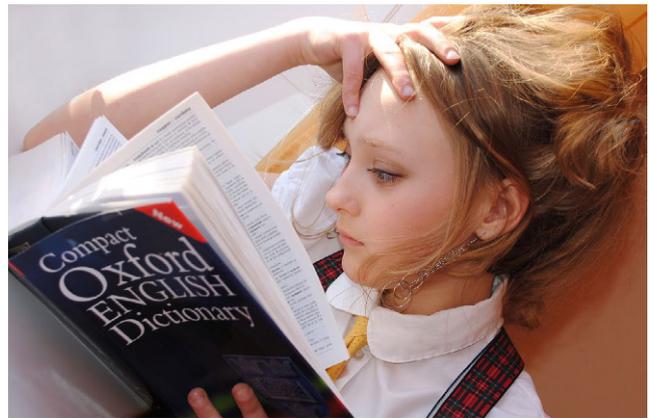
© Pixabay

Wie kürzlich angekündigt, halten wir Sie an dieser Stelle in Sachen „X“ (ehemals Twitter) auf dem Laufenden. Knapp 50 Organisationen aus Umwelt, Gesundheit, Landwirtschaft, Menschenrechten und Soziales beenden gemeinschaftlich ihre Aktivitäten auf X. Mit dem Bündnis „eXit“ wollen sie ein Zeichen für eine demokratische und respektvolle Debattenkultur setzen. „Der Abschied ist eine Reaktion auf die Zunahme gewaltvoller, diskriminierender und desinformierender Inhalte seit der Übernahme von X durch Elon Musk im Oktober 2022“, heißt es in einer Erklärung. Elon Musk setzte Moderation mit Zensur gleich und habe diese daher deutlich zurückgefahren. „Unter dem Deckmantel vermeintlicher Meinungsfreiheit konnten Nutzer, die wegen der Verbreitung extremistischer Inhalte bereits gesperrt waren, wieder freigeschaltet werden.“ In dem gemeinsamen Statement kommentieren die eXit-Organisationen: „Hass, Hetze, Aufrufe zu Gewalt, Desinformation: Das alles gehört seit der Übernahme durch Elon Musk in immer größerem Umfang zu den alltäglichen Umgangsformen auf X. Zunehmend bestimmen Extremismus und Demokratiefeindlichkeit die dortigen Debatten. Viele dieser Inhalte werden vom Betreiber ignoriert. Dieser Verrohung der Debattenkultur wollen wir uns entgegenstellen. Wir stehen für einen respektvollen, demokratischen Austausch und wertschätzende Kommunikation. Daher sagen wir #ByeByeElon und stellen unsere Aktivitäten auf der Plattform ein.“

Kommunikation ist der Schlüssel zum Erfolg

Und da wir beim Thema Kommunikation sind, Folgendes: „Wer auf andere Leute wirken will, der muss erst einmal in ihrer Sprache mit ihnen reden.“ Das hat schon Kurt Tucholsky richtig erkannt. Und auch heute bringt es dieser Satz des bekannten Schriftstellers auf den Punkt. Denn erfolgreiches Projektmanagement erfordert – das wird auch Mitarbeitenden in Pressestellen immer wieder vor Augen geführt – die Fähigkeit, die branchenspezifische Sprache zu beherrschen.

In einer Welt, in der der richtige Pitch-Draft, perfekt abgestimmte Mock-Ups und ein gut getimtes Go-Live über Erfolg und Misser-



© Pixabay

folg entscheiden können, ist es überlebenswichtig, den Workflow zu verstehen und die Kommunikation darauf abzustimmen. Ob es darum geht, die Purchase Order für das File rechtzeitig einzureichen, das Feedback der Stakeholder in die Revision einzubeziehen oder die Landing Page fristgerecht fertigzustellen – nur wer die Fachsprache spricht, kann die Touchpoints effektiv bedienen und die Benchmarks erreichen.

Ja, es stimmt. Einerseits finden auch wir Code-Switching ab und an noch gewöhnungsbedürftig, deshalb der überspitzte Satz vorweg. Andererseits ist uns klar, dass branchenspezifische Sprache – die sich oftmals des Code-Switchings bedient – offenbar eine zentrale Rolle in der professionellen Kommunikation spielt und ein Schlüssel zum Erfolg in vielen Bereichen ist. Teamplayer (auch aus unserer Branche) sollten das also nicht vergessen und vielleicht einmal weniger die Nase rümpfen; stattdessen mitspielen. Übrigens: Es gibt Seminare in denen man diese Sprachen lernen kann.

Den nächsten Vortrag mit ChatGPT optimieren: So geht's



© Pixabay

Sie nutzen Chat GPT noch nicht? Wir möchten hier Ihr Interesse wecken und Ihnen zeigen, wie Sie ChatGPT als Textassistenten optimal einsetzen können: für den nächsten Vortrag, für die Texte auf Ihrer Website, für den nächsten Liebesbrief – die Möglichkeiten sind unerschöpflich.

Texte redigieren: ChatGPT kann Texte verständlicher machen oder den Erzählstil verbessern. Geben Sie der KI klare Stilvorgaben oder Regeln, an denen sie sich orientieren soll. Beispiel-Prompt (Anweisung): „Du bist ein erfahrener Copywriter. Redigiere den folgenden Text gemäß den Regeln auf dieser Website [URL]. Hier ist der Text: [Text einfügen].“

Texte korrigieren: Verwenden Sie folgenden Prompt, um eine automatische Textkorrektur durchzuführen: „Führe eine Textkorrektur und -verbesserung gemäß den Duden-Regeln durch: [Text].“ ChatGPT findet manchmal nur die größten Fehler. Fordern Sie die KI deshalb direkt auf, alle Fehler zu identifizieren.

Tonalität eines Textes verändern: Um die Tonalität eines Textes anzupassen, definieren Sie die Zielgruppe und beschreiben die gewünschte Tonalität oder geben einen Beispieltext vor. Sie können zum Beispiel folgende Tonalitäten wählen: formell und sachlich, informell und freundlich, motivierend und optimistisch, einfach und pädagogisch, empathisch und persönlich, kreativ und erzählerisch, direkt und unverblümt oder beratend und ratgebend.

Die Darstellungsform ändern: ChatGPT kann eine Textvorlage nehmen und daraus verschiedene Textformen erstellen wie Instagram-Postings, Tabellen, Newsletter, Gedichte, Slogans oder Anleitungen. Dies spart im Alltag viel Zeit.

Unser Fazit: Das Ausprobieren von ChatGPT macht großen Spaß, und mit etwas Übung werden die Ergebnisse immer besser. Dennoch: ChatGPT kann auch ein Zeitfresser sein, nämlich dann, wenn ein Vollblutjournalist den ausgeworfenen Text inspiziert und zu dem Schluss kommt, dass trotz aller automatisierter Hilfe immer noch ein kreatives Feintuning und menschliches Urteil erforderlich sind. Während die KI wertvolle Unterstützung bietet, bleibt die menschliche Expertise unverzichtbar für die endgültige Perfektion und den einzigartigen Touch eines Textes.

**Das Informationsportal
für Ihre Patientinnen und Patienten**

SCAN ME



www.urologische-stiftung-gesundheit.de



**UROLOGISCHE
STIFTUNG
GESUNDHEIT**



Die Seiten der Deutschen Urologen



**DAS PORTAL
für urologische Fachkreise
und Interessierte
aus Presse, Politik
und Gesundheitswesen**

SCAN ME

