

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.

Hacker mit Interesse für wissenschaftliche Nachrichten



© Pixabay

Das war keine gute Nachricht: Der Informationsdienst Wissenschaft (kurz idw), über den die DGU seit 2004 Pressemitteilungen an interessierte Journalistinnen und Journalisten schickt, alarmierte Ende April 2022 seine Mitglieder – also auch die Pressestelle der DGU – über einen Hackerangriff auf das idw-System und das, obwohl das idw-System sehr aufwändig gesichert sei. Ein unbekannter Angreifer hatte sich mithilfe eines Tools über Formularfelder Zugang zu dem System verschafft und die Datenbank auf einen unbekanntem Server kopiert. Der idw dazu: „Da die Person sehr viel Mühe auf die Überwindung sämtlicher Zugangshürden und Firewalls verwendet und hierzu auch händisch Daten eingegeben hat, gehen wir von einem gezielten Angriff auf den idw aus. Wir haben den Vorfall den zuständigen Behörden gemeldet und Strafanzeige erstattet.“ Die erste Frage, die man sich stellte: „Wer sollte so etwas tun und zu welchem Zweck?“ Da die DGU immerhin einen erheblichen Datensatz auf dem idw-Server hat – es wurden insgesamt 454 Pressemitteilungen seit 2004 veröffentlicht (!) fuhr uns die Nachricht wie ein Schrecken in die Glieder. Doch die Entwarnung folgte auf dem Fuße: Nach intensiver Prüfung konnten keine Manipulationen festgestellt werden und es gab auch von außen keine Hinweise, die mit dem Angriff in Verbindung gebracht werden konnten. Also keine Apokalypse durch Verbreitung von wissenschaftlichen Fake-News in der Welt. Davon bleiben wir hoffentlich auch weiter verschont! Das idw-System jedenfalls ist weiterhin voll funktionstüchtig.

Urologie 2022 · 61:681–684

<https://doi.org/10.1007/s00120-022-01857-w>

© The Author(s), under exclusive licence to Springer Medizin Verlag GmbH, ein Teil von Springer Nature 2022



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

Hamburg Ahoi! Wer nicht dabei ist, wird viel verpassen



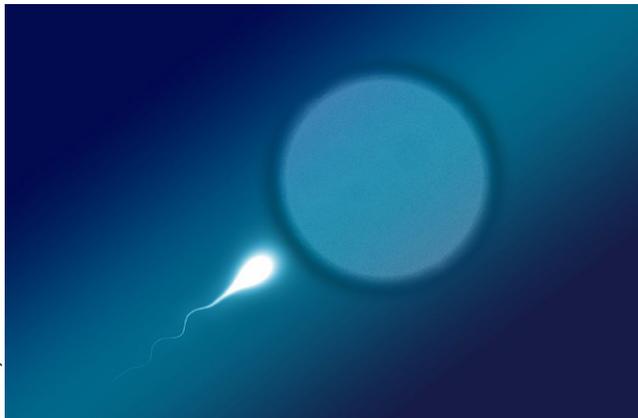
© Pixabay

Mit großen Schritten bewegen wir uns auf das Highlight des urologischen Jahres in unseren Breitengraden zu: Der 74. DGU-Kongress wirft auch in der Pressestelle seine großen Schatten voraus. Unsere Mitarbeiterin Annette Wiese hat bereits Anfang Mai mit der Schülerinnen- und Schüler-Akquise in den Hamburger Schulen begonnen, denn endlich können wir wieder einen Schülertag im Rahmen des Kongresses anbieten, ebenso wie einen Studententag. Also, wenn Sie Ihren Nachwuchs an das Zukunftsfach in der Medizin heranzuführen wollen: Melden Sie ihn in der Pressestelle auf kurzem Wege an. Ein Anruf genügt. Tel: 040 – 80205190 oder E-Mail an: pressestelle@dgu.de

Eine Kinderbetreuung wird es übrigens auch vor Ort im CCH geben. Dazu aber mehr in unseren Kongress-Newslettern, auf die Sie gespannt sein können. Unserer Präsidentin, Prof. Margit Fisch, ist es sehr wichtig, dass die DGU-Mitglieder und Kongress-Besucher dezidiert im Vorfeld über das vielfältige Kongressprogramm informiert werden, deshalb haben wir gemeinsam mit ihr ein Newsletter-Konzept erarbeitet. Ab Ende Mai geht es los mit der gezielten Information zu den Kongress-Schwerpunktthemen, damit Sie frühzeitig planen können und Ihnen nichts entgeht.

Und während wir den Blick auf die Vorbereitungen der 74. DGU-Jahrestagung richten, wurde zwischenzeitlich das neue Congress Center Hamburg (CCH) eröffnet, nach mehr als fünf Jahren in denen der gesamte Bau für knapp 300 Millionen Euro saniert wurde. „Ein großartiger neuer Ort“, „ein Kongresszentrum, das mit seiner technischen Ausstattung und der flexiblen Raumnutzung neue Maßstäbe setzt“, „das neue CCH ist einzigartig, wegweisend, eines der modernsten und mit einer Gesamtfläche von 36.000 Quadratmetern größten Kongresszentren in Europa“, so wurde das Hamburger Veranstaltungszentrum gefeiert und wir sind alle schon sehr gespannt, was uns in diesem Herbst dort erwartet. Und wer noch eine Idee für seine Praxisbeleuchtung sucht, sollte vor allem im Eingangsbereich des CCH die Augen offenhalten: Dort hängt die weltgrößte Pendelleuchte (Gewicht: 1,2 Tonnen), die es sicher auch in kleineren Ausführungen gibt.

Pandemie-Themen haben ausgedient: zum Glück!



Sterilisation, Pille für den Mann, Radfahren und Potenz, Harnblasenkrebs, Männergesundheit, Auswirkungen von Alkohol auf die männliche Fruchtbarkeit, Was sind die Gründe für häufiges Wasserlassen? Gibt es Zahlen, wie bei Prostatakrebs die Verteilung auf die gängigsten Therapien ist? Das waren die Anfragen-Themen der letzten Monate und wir sind froh drüber, dass endlich wieder Normalität auch in diesem Bereich eingeleitet ist und Anfragen zu Corona & Co nur noch selten kommen. Entsprechend gespannt ist natürlich die Medienpreis-Jury in diesem Jahr, ob es auch wieder eine so große Vielfalt an Formaten und Themen geben wird, wie in den vergangenen Jahren.

Der Urologe als Uhrmacher – das darf doch wohl nicht wahr sein!



Nein, es ist kein Scherz, aber es gibt wirklich eine schlechte Nachricht von der Medienfront, die nicht nur uns (in der Pressestelle) in Verzweiflung stürzt, die Haare zu Berge stehen lässt und ins Grübeln versetzt: Sie werden es kaum glauben, aber es gibt tatsächlich Redaktionsmitglieder, die offenbar noch nie das Wort „Urologie“ gehört haben. Wie sonst, würden in Anfragen an die Pressestelle, in Social Media oder gar in Zeitungsartikeln Wörter wie Urologie, Uhrlogie, Orulogie, Urulogie oder Urulogie zustande kommen. Unfassbar, oder? Dabei dachten wir, dass dies die am häufigsten falsch geschriebenen Wörter sind:

agres-siv – richtig ist ... ag-gres-siv
Aparat – richtig ist ... Apparat
Aquise – richtig ist ... Akquise
Atrappe – richtig ist ... Attrappe
brilliant – richtig ist ... brillant
detailliert – richtig ist ... detailliert
hält – richtig ist ... hältst
in rauhen Mengen – richtig ist ... in rauen Mengen
Maschiene – richtig ist ... Maschine
Reperatur – richtig ist ... Reparatur
Resource – richtig ist ... Ressource
Rythmus oder Rhythmus – richtig ist ... Rhythmus
skurill – richtig ist ... skurril
sympatisch – richtig ist ... sympathisch
Tolleranz – richtig ist ... Toleranz
verpöhnt – richtig ist ... verpönt
vorort sein – richtig ist ... vor Ort sein
zur Zeit – richtig ist ... zurzeit

Veränderungen der Pressearbeit nach der Pandemie



Presse- und Öffentlichkeitsarbeit erfindet sich gerade neu. Die Corona-Pandemie hat in den letzten Monaten vieles über den Haufen geworfen – auch in der Pressearbeit – und so stellt sich die Frage: Was wird bleiben, was hat uns die Pandemie gelehrt und können wir von den Erkenntnissen langfristig profitieren? Welche Veränderungen werden die PR-Landschaft langfristig prägen?

In einer Zeit, in der Planungen kaum möglich waren, Unsicherheit berufliche und private Lebensbereiche erfasst hatte, musste man flexibel sein, Improvisationstalent an den Tag legen und von hier auf jetzt denken können. Das ist gerade mit Blick auf die Organisation von PR-Aktivitäten – und seien es „nur“ Online-Aktionen – im Prinzip von Haus aus nichts Schlechtes. Im Gegenteil. In Pandemiezeiten dürfte so manche Schnarch-Nase in der einen oder anderen Presseabteilung durch die veränderten Anforderungen aufgewacht sein. Nun besteht die berechtigte Hoffnung, dass es in Zukunft keine Klagen mehr von verärgerten Journalisten und Journalistinnen über „totgestellte“ Pressestellen gibt.

Corona bedeutet für die PR vor allem eines: Die Pandemie hat endgültig dazu geführt, dass zumindest um die Digitalisierung niemand mehr herumkommt. Zwar kennen alle die Vorteile, aber noch längst haben nicht alle sie umgesetzt. Vor allem in der PR-Branche wurden Formate wie digitale Pressekonferenzen, Pressemappen etc. bislang stiefmütterlich behandelt. Ebenso das Engagement in Social Media, was sich in den letzten zwei Jahren um 180 Grad gewandelt hat. Zu erkennen am Boom der Stellenanzeigen in diesem Bereich: Es gab wohl noch nie so viele offene Stellen für Social-Media-Experten in Unternehmen und Kommunikationsabteilungen wie Anfang 2022. Die Berührungängste mit digitalen Formaten wie Webinaren oder Konferenzen dagegen sind eindeutig gesunken. Das Know-how ist dafür gewachsen und jeder Pressearbeiter erkennt die Vorteile und möchte sie auch nach der Pandemie beibehalten.

Auch inhaltlich gab es im Verlauf der Pandemie spannende Veränderungen in den Presseabteilungen, gerade von Unternehmen, aber auch von vielen Organisationen. Der Ego-Trip ist mehr als out:

Wer während Corona punkten wollte, musste seine menschliche Seite zeigen und so wandelte sich die Selbstdarstellung vieler Unternehmen/Organisationen. Anstatt Werbung für Produkte oder „die Sache“ zu machen, präsentierte man sich als empathische, nahbare und verantwortungsvolle Zeitgenossen.

Gut Ding will Weile haben. Die PR muss jetzt erstmal Dinge ausprobieren und weiterentwickeln.

Hier steht eine Anzeige.

