

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.

Kontakt Daten 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 · 58:1518–1520

<https://doi.org/10.1007/s00120-019-01078-8>

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

Den 71. DGU-Kongress Revue passieren lassen!

Sie waren in diesem Jahr nicht auf dem DGU-Kongress oder wollen die vier Septembertage in der Hamburg Messe noch einmal Revue passieren lassen? Dann besuchen Sie doch bitte den Pressebereich im Urologenportal: Unter „Wir in den Medien“ haben wir mit „DGU-Kongress Kompakt“ einen neuen Menü-Punkt eingerichtet. Dort finden Sie jede Menge Downloads – natürlich auch von unserem neuen Imagefilm „Die Vielfalt wartet. Worauf wartest Du“ und von unserem Experten-Talk für Patienten mit den Roth-Brüdern. Sie finden diverse Presseveröffentlichungen, Video-

Links zu Experteninterviews und selbstverständlich unsere traditionelle Kongress-Nachlese, in der diesmal die Highlights der 71. DGU-Jahrestagung zusammengefasst sind.

Insgesamt besuchten 115 Journalistinnen und Journalisten den Hamburger Kongress und sorgen bis zum heutigen Tage für eine ausführliche mediale Dokumentation, oftmals mit Blick auf Aspekte des Kongressmottos „Mensch, Maschine, Medizin und Wirtschaft“. Wenn Sie die Berichterstattung weiterverfolgen wollen, dann schauen Sie regelmäßig auf das Portal unter „Wir in den Medien“.

Die schüchterne Blase und Fridays-for-Future

Abgesehen von der umfangreichen Kongressberichterstattung gab es im zurückliegenden Monat auch wieder jede Menge Alltags-Anfragen in der Pressestelle zu urologischen Themen, die entsprechend in den Medien aufbereitet wurden: Erwähnen wollen wir hier unter anderem den NDR-Visite-Bericht von Tillmann Hassenstein, der ein umstrittenes Thema angepackt und seriös und gut recherchiert aufbereitet hat. Rede und Antwort standen dem Journalisten zu seiner Frage „Wie sinnvoll sind Zusatzleistungen beim Urologen?“ DGU-Presse-sprecher Prof. Christian Wülfing und der Hamburger Urologe Dr. Thorsten Bruns.

DGU-Präsident Prof. Rassweiler ist es gelungen, in der Heilbronner Stimme mit einer kompletten Zeitungsseite in den Focus zu rücken, warum er Männer zum Umdenken bringen will und warum FFF nicht nur für Fridays-for-Future steht, sondern auch für die Kampagne „Für alle. Für jeden. Für uns. Die Urologie.“ Weitere Anfragen gab es unter



anderem zu folgenden Themen: Die „schüchterne Blase“ (Welt am Sonntag), Was tun bei Blasenentzündung? (dpa), „Fremdkörper in der Harnröhre“ (Spiegel online), Erektionsstörungen bei jungen Männern (ZEIT online), Wärme und Fruchtbarkeit (MDR) sowie Männer mit Blasenschwäche (WELT online). Alle Berichte zu den genannten Themen können Sie im Urologenportal im Pressebereich unter „Wir in den Medien“ nachlesen.



Der Spagat in den Sozialen Medien



Wenn Sie sich in den Sozialen Medien bewegen und einen Focus auf die „Urologie“ legen, werden Sie es bemerkt haben: Die DGU hat ihr Engagement in den vergangenen Wochen auf Facebook und Twitter langsam hochgefahren und ist dabei, es weiter auszubauen. Natürlich haben wir ein großes Interesse daran, die vielen Aktivitäten unserer Fachgesellschaft auch auf diesen Kanälen in den Focus zu rücken. Das betrifft zum Beispiel unseren neuen DGU-Imagefilm, unsere spannenden Webinare (auf Uro-Tube), die Themenwochen oder interessante Experten-

Interviews in den Medien. Insgesamt wollen wir dazu beitragen, dass auch in den Sozialen Medien die urologische Themenvielfalt einer neuen Zielgruppe aufgezeigt wird und hier eine „lebendige“ und trotzdem (!) seriöse Aufklärungsarbeit geleistet wird. Wir sind überzeugt davon, dass es funktioniert, denn es gibt zum Glück einige Vorreiter und „Mitstreiter“, die einen ähnlichen Weg eingeschlagen haben. Folgen Sie uns doch auch auf Twitter: @DGUrologie oder @dgukongress und auf Facebook: @urolo-genportal.de und @dgukongress

Unser Medienpreisträger 2019: Nachwuchsreporter mit offenen Augen für die Urologie



So wünschen sich die alten Hasen aus der Medienlandschaft einen würdigen Nachwuchsreporter und manche Mütter ihren Schwiegersohn: Ben Bode hat nicht erst mit seiner aktuellen WDR-Reportage „Hodenkrebs – Gefahr für junge Männer!“, mit der er den Medienpreis Urologie 2019 gewonnen hat, bewiesen, dass er weiß, was eine gute Recherche ausmacht und wie in der heutigen Zeit Informationen zuschauergerichtet aufbereitet werden müssen damit auch Nischenthemen Aufmerksamkeit bekommen.

Mit offenen Augen – immer auf der Suche nach spannenden Geschichten und interessanten Menschen, gehe er durchs Leben, so der junge WDR-Mann. Das mache er „weil es mir und hoffentlich auch den Zuschauern

hilft, die Welt ein bisschen besser zu verstehen.“ Auf dem 71. DGU-Kongress in Hamburg sah er sich nach der Preisverleihung sehr interessiert um und kam gegenüber Pressesprecher Prof. Christian Wülfing zu dem Schluss: „Die Urologie hat viele spannende Themen zu bieten, und ich kann mir sehr gut vorstellen, dass wir in diesem Fachgebiet weitere Reportage-Themen finden.“ Da geben wir ihm Recht und sind natürlich gespannt, wann die „reporter“ vom WDR wieder von sich hören lassen. Im Übrigen legen wir Ihnen ans Herz, sich den Gewinnerbeitrag einmal anzusehen, genauso wie die der fünf vorherigen Medienpreisträger: Sie finden im Pressebereich des Urologenportals unter „Medienpreis Urologie“ alle Gewinner und Beiträge auf einen Blick.

Auf zu neuen Ufern!



Zum 16. Mal heißt es für die Pressestelle der DGU: Nach dem Kongress ist vor dem Kongress. Die Nachbereitung und mediale Auswertung des 71. DGU-Kongresses in Hamburg ist so gut wie abgeschlossen: Nur noch der Pressespiegel für das Jahr 2019, für den wir mehr als 250 Presseberichte, Artikel und Reportagen gesammelt haben, wartet auf seine Fertigstellung und wird Ende des Jahres allen DGU-Vorstands-Mitgliedern zugestellt.

Für den 72. DGU-Kongress, der unter dem Motto „Urologie 2020 – es ist Zeit“ vom 23. bis 26. September 2020 in Leipzig stattfindet, laufen bereits erste Vorbereitungen: Wir starten

in das neue Jahr mit dem traditionellen Präsidenten-Interview, in dem DGU-Präsident Prof. Jens Rassweiler einen Ausblick auf die Schwerpunktthemen und Besonderheiten seines Kongresses gibt. Kontakte zu Journalisten in Sachsen sind wieder aufgenommen, für den Medienpreis Urologie 2020 liegen bereits erste Bewerbungsbeiträge vor und gemeinsam mit DGU-Presse Sprecher Prof. Christian Wülfing wurde schon im Spätherbst die zurückliegende Pressearbeit evaluiert und ein PR-Fahrplan für den kommenden Kongress und die Jahrespressearbeit mit veränderten PR-Instrumenten für die Fachgesellschaft aufgestellt.

Bleibt alles anders ...



Was uns bei der Ausrichtung und Planung der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit hilft, damit sie auch in Zukunft effizient, zeitgemäß und wirkungsvoll ist, sind vor allem der Blick in Redaktionen und Gespräche mit Journalisten, die „an der Front stehen“, den Zeitgeist mitbestimmen und klare Ansagen, Forderungen und Wünsche aufgrund ihrer geänderten Arbeitsbedingungen an Pressestellen wie die unsere haben.

Die Arbeitsweisen und -abläufe sowie die personelle Besetzung sind lange nicht mehr so, wie zu Egon Erwin Kischs Zeiten. In den Redaktionen weht seit dem Einzug von Digitalisierung und Sparzwängen ein neuer Wind: Geschwindigkeit und Aktualität sind heute für die Berichterstattung richtungsweisend ebenso wie die Verlagerung von Print auf Online, wobei Deutsche Zeitschriften offenbar eine

Ausnahme machen. Obwohl die klassischen Printerzeugnisse in Europa an Bedeutung und Auflage verlieren, gilt für Deutschland nach wie vor: Print lebt! Im Durchschnitt kauft jeder Bundesbürger jährlich 19 Zeitschriften, und 92 % der Deutschen lesen regelmäßig Zeitschriften. Die Auswahl bei den Printerzeugnissen ist heute größer denn je: Zurzeit gibt es sage und schreibe 1600 Publikumszeitschriften und 5600 Fachmagazine in Deutschland, wobei sich auch der allgemeine Trend in der Bevölkerung zum gesunden und achtsamen Lebensstil in der großen Popularität von Gesundheitsmagazinen und in der Berichterstattung widerspiegelt. Das lässt angesichts des demografischen Wandels erwarten, dass auch Themen aus dem Fachgebiet Urologie weiter auf dem Vormarsch bleiben.