

Preis für Öffentlichkeitsarbeit Dermatologie

„Hey, das ist ja eine Sache für den Hautarzt...“

„Dermatologen, die tun was...“ lautet das Motto des „Preises für Öffentlichkeitsarbeit Dermatologie“. Die drei diesjährigen Preisträger – der Sieger Prof. Dr. med. Swen Malte John, Osnabrück, sowie gleichrangig auf Platz zwei Dr. med. Uwe Schwichtenberg und Dr. med. Jens Meyer, Bremen, sowie Dr. med. Wolfgang Klee, Mainz – haben mehr als das geleistet. Sie haben zugleich auch die Öffentlichkeit auf wichtige Anliegen der Fachgruppe aufmerksam gemacht und damit positiv das Bild der Dermatologie in der Öffentlichkeit geprägt.

Prof. Dr. med. Swen Malte John, Leiter der Abteilung Dermatologie, Umweltmedizin und Gesundheitstheorie an der Uniklinik Osnabrück, erhielt auf der Tagung Dermatologische Praxis in Frankenthal Anfang April den von LEO Pharma gestifteten Preis für Öffentlichkeitsarbeit Dermatologie des Bundesverbandes der Deutschen Dermatologen (BVDD). Auf der Fachtagung „Dermatologische Praxis“ in Frankenthal würdigte die Jury John als Initiator der europaweiten Kampagne „Healthy Skin@work“ und deren nationalem Ableger, der Aktionswoche „Haut&Job“. Beide Kampagnen zu beruflich bedingten Hauterkrankungen hätten, so Laudator Dr. med. Klaus Fritz, Landau, Präsident der Deutschen Dermatolo-

gischen Akademie, das Ansehen der Fachgruppe in der Öffentlichkeit gesteigert. „Gleichzeitig ist es gelungen, wichtige politische und institutionelle Entscheidungsträger davon zu überzeugen, dass Dermatologen maßgeblich dazu beitragen, erhebliches persönliches Leid, aber auch Arbeitsplatzverlust und enorme volkswirtschaftliche Folgekosten für Unternehmen und Sozialversicherungen zu vermeiden“, erläuterte Fritz bei der Preisverleihung. Sowohl die WHO als auch die ILO (International Labour Organisation) haben die Kampagne „Healthy Skin@work“ als vorbildlich eingestuft. Der Erfolg auf nationaler Ebene ist bereits messbar. Seit Beginn der Aktionswoche Haut&Job sind die Meldungen beruflich bedingter Haut-



Im Bild (von links): Tagungspräsident Dr. med. Klaus Fritz, Dr. med. Wolfgang Klee, Dr. med. Uwe Schwichtenberg, Dr. med. Hans Hutt und Prof. Dr. med. Swen M. John

terkrankungen in der Bundesrepublik um bis zu 30% angestiegen.

„Mit dem Preis für Öffentlichkeitsarbeit Dermatologie möchte LEO Pharma dazu beitragen, die öffentliche Meinung für wichtige Themen der hautfachärztlichen Versorgung zu sensibilisieren. Der Preis bietet hier den passenden Rahmen“, so Dr. med. Hans Joachim Hutt, Leiter Governmental Affairs der LEO Pharma GmbH.

Weitere Preisträger des mit insgesamt 3.000 Euro dotierten Preises: Dr. med. Uwe Schwichtenberg und Dr. med. Jens Meyer, niedergelassene Dermatologen aus Bremen, für ihr Projekt „Möglichkeiten eines Medi-

endermatologen in der Praxis“ sowie Dr. med. Wolfgang Klee, Hautarzt aus Mainz, für sein Projekt „Ärztelclub Mainz 05“.

Fach von allen Ecken und Enden angeknabbert

Mit ihrem Projekt „Möglichkeiten eines Mediendermatologen in der Praxis“ belegten Schwichtenberg und Meyer den zweiten Platz. Inspiriert durch ein Medientraining des Berufsverbandes der Deutschen Dermatologen (BVDD) im Jahr 2006, sahen die beiden niedergelassenen Dermatologen die Chance, durch eine breitgefächerte Öffentlichkeitsarbeit auf wichtige Themen der hautfachärztlichen Versorgung aufmerksam zu machen. „Unser Fach wird von allen Ecken und Enden angeknabbert“, so Meyer, „da wollen wir mit der Medienarbeit den Effekt erzielen, dass man in der Öffentlichkeit feststellt: ‚Hey, das ist ja eine Sache für den Hautarzt.‘“

Wichtig für das Gelingen war die vereinbarte Arbeitsteilung: Schwichtenberg übernahm den Job vor der Kamera beziehungsweise am Mikrofön, während Meyer für die Kontaktaufnahme zu den Medien und die Koordination im Hintergrund sorgte. Schließlich müssen beide ja in erster Linie und vor allem ihre gemeinsame Praxis führen und Patienten versorgen.

„Lange Nacht der Hautkrebsvorsorge“

Zu den Highlights der langjährigen PR-Aktivitäten auf regionaler Ebene zählen beide die vielfach neu aufgelegte „Lange Nacht der Hautkrebsvorsorge“, bei der in den Bremer Praxisräumen nach einem Vortrag über Hautkrebs bis weit in die Nacht hinein die Möglichkeit der Früherkennungsuntersuchung besteht. Ebenfalls mit großem Erfolg hielt Schwichtenberg in Bremen Vorträge über seine Tätigkeit als Schiffsarzt während zweier Reisen auf dem aus der Becks-Werbung bekannten Segler „Alexander von Humboldt“. „Nach der Karibik-Reise wurden die Vorträge zusammen mit einem Anbieter eines medizinischen Lichtschutzmittels organisiert, um gleichzeitig das Thema Hautkrebsvorsorge anzusprechen“, erklärt Meyer. Hinzu kommen auf überregionaler Ebene immer wieder Fernsehauftritte etwa im ARD-Morgenmagazin zum Thema Hautkrebs, interdisziplinäre Vorträge wie beim Deutschen Imkerbund über Insektengiftallergie sowie Berichte, Expertenbeiträge und Telefonaktionen in Publikums- und Fachzeitschriften.

Ärztelclub setzt sich für Gesundheitsvorsorge und soziale Projekte ein

„Medizinisch aktiv, sportlich präsent, sozial engagiert“ lautet das Motto des Ärztelclubs Mainz 05, der im Namen seines Vorsitzenden, des Hautarztes Dr. med. Wolfgang Klee, ebenfalls mit dem zweiten Rang ausgezeichnet wurde. Der 2005 gegründete Verein mit einer Vorliebe für den Mainzer Bundesliga-Fußball wird von Dermatologinnen und Dermatologen aus Klinik und Praxis dominiert und setzt sich für Gesundheitsvorsorge sowie für sozial-humanitäre Projekte ein.

„Unser Ärztelclub präsentiert sich nach außen mit zahlreichen Aktivitäten“, erläutert Klee. Dazu zählen Benefiz-Fanfeste, -Flohmärkte und -Konzerte ebenso wie die Gesundheitstage im Stadion von Mainz 05. Dieser findet in diesem Jahr am 24. Mai bereits zum vierten Mal statt. Der Erlös dieses Gesundheitstages kommt dem Förderverein „Krebs- und Leukämiekranker Kinder“ zugute.

Tipps und Hinweise am Haut-Check-Stand

„Auch diesmal werden die Hautärzte wieder das Gros der Check-Stationen stellen“, berichtete der Ärztelclub-Vorsitzende.

Bei der Aktion erhalten Passanten an einem Haut-Check-Stand beispielsweise Tipps und Hinweise zur Hautkrebsvorsorge. Außerdem stehen ein Venen-Check und ein Allergie-Check bereit. Unterstützt wird die Kampagne durch professionelle Aussteller. Ein solcher Gesundheitstag, so Klee, sei nicht nur eine beispielhafte Vernetzung niedergelassener Hautärztinnen und Hautärzte mit Klinikärzten, sondern auch eine einzigartige fachübergreifende Zusammenarbeit der verschiedenen medizinischen Disziplinen.

„Die Außendarstellung durch eine solche Aktion ist grandios und wird von der Presse und den rund 3.000 Besuchern hervorragend angenommen.“

Aktion „Lebenslauf“

Vierzehn Tage vorher, am 10. Mai 2014, steht die Aktion „Lebenslauf“ im Rahmen des Mainzer Marathons auf Klees Agenda. „Dabei beraten die Hautärztinnen und Hautärzte des Ärztelclubs vor dem Mainzer Staatstheater die Marktbesucher über Haut- und Sonnenschutz“, erklärte Klee. Der Tageserlös fließt der AIDS-Hilfe zu. bvdd