



## Interview

### Tom Buhrow

WDR-Intendant



Foto: WDR | Harry Sachs

## Krebsprävention und Medien

Tom Buhrow ist seit 2013 Intendant des Westdeutschen Rundfunks. Von 2006 bis zu seiner Wahl moderierte er in der Nachfolge von Ulrich Wickert die Tagesthemen. Nach dem Abitur arbeitete er zunächst in der Lokalredaktion Siegburg des Bonner General Anzeigers und studierte an der Universität Bonn Geschichte, Politikwissenschaften und Rheinische Landeskunde. Als Fernsehkorrespondent in den ARD-Studios Washington und Paris, deren Leiter er auch war, ist er bereits einem breiten Publikum bekannt geworden. Mit Tom Buhrow (**TB**) sprach Prof. Dr. J. F. Riemann (**JFR**), Vorsitzender des Kuratoriums der Deutschen Krebsstiftung und Vorstandsvorsitzender der Stiftung LebensBlicke.

**JFR:** Sie sind seit Jahren Schirmherr der Deutschen Krebsstiftung. Was hat Sie seinerzeit bewogen, ein solches Ehrenamt anzunehmen?

**TB:** Eine Kombination aus zwei Faktoren: Einmal, dass mich sehr inspirierende, seriöse Menschen angesprochen haben. Hier möchte ich vor allem Sie nennen, Herr Prof. Riemann. Zweiter Faktor, ich habe den Eindruck gewonnen, dass die Deutsche Krebsstiftung nicht eine von vielen "Charity"-Einrichtungen ist. Die Deutsche Krebsstiftung ist vielmehr ein Hort des geballten onkologischen Sachverstands.

**JFR:** Was bedeutet für Sie Prävention?

**TB:** Mit allen Themen besonnen und ohne Angst umzugehen, das ist für mich Prävention. Faktisch ist es der unbefangene und konstruktive Umgang mit dem Thema.

**JFR:** Wie können Medien dazu beitragen, Menschen für Fragen der Prävention nicht nur zu interessieren, sondern sie auch zum Mitmachen zu motivieren?

**TB:** Wir Menschen sind Rudelwesen. Je mehr wir sehen und spüren, dass wir nicht alleine sind und dass sich viele ebenso verhalten, desto mehr Menschen machen mit. Das gilt im Guten wie im Schlechten. Dieser Zusammenhang ist wichtig für die Wirkung von Medien, speziell von Massenmedien. Entsprechend sollte die Normalität der Vorsorge auch in den Medien herausgestellt werden.

**JFR:** Die Deutsche Krebsstiftung betreut unter anderen das HPV-Projekt. Im Zentrum steht die Botschaft: Impfen schützt vor Krebs! Was glauben Sie, hindert Menschen bei einer so klaren Botschaft daran, an der Impfung teilzunehmen?

**TB:** Wir haben manchmal ein seltsames Verhältnis zum Fortschritt. Das liegt an der Tradition der Romantik. Die Vorstellung einer Natur ohne menschliche Eingriffe. Wir sehen ja auch, dass bei Impfungen die Skepsis zunimmt. Das ist bedauerlich und gefährlich.

**JFR:** Wie sollte die Deutsche Krebsstiftung die Botschaft für die Impfung in der Öffentlichkeit formulieren und aufbereiten, um Gegnern, die es immer gibt und auch geben wird, den Wind aus den Segeln zu nehmen?

**TB:** Hier zitiere ich Helmut Markwort: "Fakten, Fakten, Fakten".

**JFR:** Die Stiftung LebensBlicke setzt sich seit 20 Jahren für die Primär-, Sekundär- und Tertiärprävention von Darmkrebs, einer der häufigsten Krebserkrankungen ein. Die Darmkrebsverhinderung ist zwar nicht ganz so einfach wie die Gebärmutterhalskrebsverhinderung durch die HPV Impfung, aber sie bietet Menschen niedrigschwellige wie auch hochtechnische Vorsorgemöglichkeiten an. Dennoch ist auch für diese Tumorerkrankung die Vorsorgebereitschaft nur mittelmäßig. Ist die Erklärung dafür ähnlich wie für die HPV Impfung?

**TB:** Ja, ähnlich. Hinzu kommt bei der HPV-Impfung die Tatsache, dass bei Kindern noch genauer hinterfragt wird.

**JFR:** Was kann, was muss eine Stiftung tun, um in der Öffentlichkeit mehr gehört zu werden? Was zeichnet aus Ihrer Sicht eine gute Medienstrategie einer Stiftung aus? Wen braucht man ggfs. dazu?

**TB:** Außer den erwähnten Fakten sind Geschichten notwendig, um die Botschaft zu transportieren.

**JFR:** Sind das Erzählen von und das Sprechen über individuelle Geschichten der eigenen Erkrankung ein Schlüssel, wie zum Beispiel beim German Cancer Survivors Day?

**TB:** Ja. Wichtig sind menschlich berührende Geschichten, und davon gibt es viele. Ein Beispiel ist eine Familie, in der über mehrere Generationen eine bestimmte Krebsart aufgetaucht ist und die jetzt durch Impfung geschützt ist. Solche Geschichten berühren, und sie bewirken etwas.

**JFR:** Mit welchen weiteren Mitteln kann man bei so einschneidenden Erkrankungen wie Krebs Noch-nicht-Betroffene ansprechen? Sind Bonus-Programme bei Krankenkassen eine Lösung?

**TB:** Das müssen am Ende die Krankenkassen entscheiden, ob zusätzliche Anreize der richtige Weg sind. Mir ist nur wichtig: Vorsorge muss etwas völlig Normales werden.

**JFR:** Ist die mediale Präsenz des Themas, die Dauerpräsenz, ein Heilmittel? Oder gibt es aus ihrer Sicht für immer wiederkehrende Nachrichten Abschleifungen und Ermüdungserscheinungen?

**TB:** Diese Gefahr besteht. Deshalb muss die Medienstrategie immer wieder neu überarbeitet und angepasst werden.

**JFR:** Was würden Sie den Bürgern raten, wie sie sich über Vorsorgeangebote informieren sollten? Hausärzte? Internet? Gesundheitsplattformen? Medienbeiträge? Krankenkassen? Hier gibt es ja durchaus unterschiedliche Präferenzen.

**TB:** Der Hausarzt als Person des Vertrauens ist sicherlich immer ein guter Startpunkt. Persönlich würde ich immer auch auf die Internetseite der Deutschen Krebsgesellschaft gehen.

Herzlichen Dank für das sehr informative und hilfreiche Interview.

---

Die Stiftung Lebensblicke – Früherkennung Darmkrebs – wurde 1998 gegründet und ist die älteste Stiftung, die sich in Deutschland für die Aufklärung der Bevölkerung über die Darmkrebsvorsorge einsetzt. Sie ist gemeinnützig und finanziert sich ausschließlich über Spenden und Zustiftungen. Spendenkonto: Sparkasse Vorderpfalz, IBAN DE22 5455 0010 0000 0009 68, BIC LUHSDE6AXXX

Vorsitzender des Vorstands: Prof. Dr. J. F. Riemann | Leiterin der Geschäftsstelle: Pia Edinger | Schuckertstraße 37 | 67063 Ludwigshafen | Telefon: 0621 – 69 08 53 88 | Fax: 0621 – 69 08 53 89 | E-Mail: [stiftung@lebensblicke.de](mailto:stiftung@lebensblicke.de) Weitere Informationen unter [www.lebensblicke.de](http://www.lebensblicke.de)