

Interview mit

**Vera Cordes**

**Journalistin und  
Fernsehmoderatorin**



## **"Die Visite" – ein Erfolgsformat**

**Vita:** Vera Cordes, eine bekannte Journalistin und Fernsehmoderatorin, studierte Sport- und Erziehungswissenschaften sowie Germanistik und besuchte danach die Axel-Springer-Journalistenschule in Hamburg und Berlin. Sie begann 1986 ihre berufliche Laufbahn als Reporterin beim NDR. Später war sie für verschiedene Radiosender in Berlin und Hannover tätig. In ihre Fernsehkarriere stieg sie ein als Moderatorin und Redaktionsleiterin der Hamburg-Redaktion von RTL-Nord. Es folgten das NDR-Vorabendmagazin „DAS!“, die N3-Nachrichten und schließlich die Gesundheitssendung „Visite“, die sie 1998 als Moderatorin übernahm. Mit Vera Cordes (VC) führte der Vorstandsvorsitzende der Stiftung LebensBlicke, Prof. Dr. J. F. Riemann (JFR), der auch schon Gast in einer ihrer Gesundheitssendungen zum Thema Darmkrebs war, nachfolgendes Interview.

**JFR:** Die „Visite“ hat sich einen prägenden Platz in der Hierarchie ähnlicher Formate erobert mit Ihnen, einer sehr geschätzten und überaus kompetenten Moderatorin. Worauf führen Sie diesen Erfolg zurück? Fühlen Sie sich gelegentlich als Taktgeber in Gesundheitsfragen?

**VC:** Ich denke, dass wir das durchaus immer wieder sind – auch weil die Menschen in der Visite eine seriöse und qualitativ hochwertige Quelle medizinischer Informationen sehen. Wenn man bedenkt, dass die Anfänge unserer Sendung in der damaligen DDR auf das Jahr 1971 zurückgehen und ich jetzt auch schon 21 Jahre Visite als Moderatorin überschaue, darf man wohl mit Recht behaupten, dass sich hier Qualität wirklich durchgesetzt hat. Unser Standing bei den Fernsehzuschauern ist sehr gut. Die Menschen vertrauen uns und begeistern sich auch für Visite-Ableger wie die „Ernährungs-Docs“ und die „Bewegungs-Docs“. In beiden Formaten geht es nicht um die klassische, hochgerüstete Schulmedizin mit Spritzen, Operationen und High-Tech-Therapien, sondern um die Basismöglichkeiten, die

jedermann zur Verfügung stehen. Und zwar in Form von entsprechender Ernährung und Bewegung. Unsere „E-Docs“ und „B-Docs“ beweisen mit echten Patient\*innen, die über Monate betreut und gecoacht werden, dass man mit Sport und den richtigen Nahrungsmitteln viele Krankheit bessern, manche sogar heilen kann. Taktgeber in dieser Richtung sind wir besonders gerne.

**JFR:** Nach welchen Kriterien wählen Sie Themen und Gäste aus? Wer steht Ihnen zur Seite? Welche Qualitätskriterien gelten für Ihre Sendung?

**VC:** Oberstes Ziel jeder Sendung ist, nahe an den Gesundheitsfragen und Bedürfnissen der Menschen zu sein. Von Jahrestagen, Kongressen, Pressekonferenzen lassen wir uns nicht den Sendeplan diktieren, sondern entscheiden nach Erfahrung, Relevanz sowie latenter und tatsächlicher Themenaktualität. Viele Beiträge entstehen auch aus Vorschlägen von Zuschauer\*innen. Was denen unter den Nägeln brennt, ist für uns besonders wichtig. Bevor aber ein Thema eingeplant wird, gibt es zunächst Recherchegespräche mit Mediziner\*innen der jeweiligen Fachgesellschaften, bei denen wir den geplanten Beitrag auf Seriosität und Relevanz checken sowie Details ausloten.

**JFR:** Wie wissenschaftlich darf, wie laienverständlich muss Ihre Sendung sein?

**VC:** Das Wissenschaftliche laienverständlich machen ist unser Ziel. Und das ist schwer. Vor jeder Sendung diskutieren wir: Wie viel wissen die Leute schon? Was darf man voraussetzen und wie viel ihnen zumuten? Natürlich gibt es Zuschauer\*innen, denen die Vertiefung und das Fachliche in der Sendung nicht weit genug gehen. Aber unter dem Strich stellen wir doch immer wieder fest, dass man gar nicht einfach genug erklären kann.

**JFR:** Sie sprechen in Ihrer Sendung immer auch „heiße Eisen“ an. Was war in diesem Zusammenhang Ihre aufregendste Sendung?

**VC:** Das Aufregende kommt manchmal erst Tage nach der Ausstrahlung – in Form von Kritik von außen. Wir haben zum Beispiel schon sehr früh auf unsinnige Rücken- und Gelenkoperationen hingewiesen, haben die Problematik falscher Anreize in unserem Gesundheitssystem thematisiert, den Wert von konservativer Medizin, dort wo sie sinnvoll ist, herausgestrichen und die immense Bedeutung von Ernährung und Bewegung für die Gesundheit deutlich gemacht. Das

kommt natürlich nicht überall gut an. Einmal wurde ein Operateur, der bei uns offen seine Meinung zu überflüssigen Operationen sagen wollte, unmittelbar vor der Sendung von seinem Arbeitgeber suspendiert. So ein Fall ist natürlich krass, aber dass sich mächtige Berufsgruppen um ihre Pfründe sorgen oder sich einzelne Akteure im Gesundheitswesen falsch dargestellt fühlen und uns mangelhafte Recherche unterstellen, kommt gelegentlich vor, bleibt aber in der Regel ohne Folgen, weil wir einfach nur sagen wie es ist.

**JFR:** Gesundheitssendungen können für manche Zuschauer sehr maßgebend sein. Wie messen Sie die Reaktion der Zuschauer? Gibt es Zuschaueranalysen? Wie ist grundsätzlich das Feedback für Ihre Sendung, vor allem auch von Ärzten?

**VC:** Jede Sendung hat zwischen einer und eineinhalb Millionen Zuschauer\*innen. Wir erhalten fast ausschließlich positives Feedback – sowohl vom Publikum als auch von Medizinern und freuen uns, dass selbst Ärzte unsere Sendung sehen. Oft auch deshalb, um für die Fragen ihrer Patienten am nächsten Tag „gerüstet“ zu sein. Die Reaktion unserer Zuschauer\*innen ermisst sich schon rein sichtbar durch die immense Menge an Zuschauerpost nach jeder Sendung, die sich allerdings mehr und mehr aufs Internet verlagert und dort zu höchst erfreulichen Klickraten führt. Durch die neuen Sozialen Medien, haben wir den Eindruck, ist das Durchschnittsalter der an Gesundheit Interessierten gesunken. Heute werden unsere Filme und Infos auch auf Facebook diskutiert und geteilt. Erfreulicherweise. Daran sieht man, dass sich nicht nur Ältere mit Krankheit und Prävention befassen, sondern – wenn man sie dort abholt, wo sie sind - auch jüngere Menschen.

Die objektive Währung in Sachen „Sendungserfolg“ sind nach wie vor die von der GfK gemessenen Einschaltquoten, die jeweils am Tag nach der Sendung in sogenannten Zwei-Minuten-Schritten zeigen, wie lange Zuschauer\*innen sich für welches Thema interessiert und bei welcher OP-Szene sie weggezappt haben. Aber als öffentlich-rechtlicher Sender kommen wir natürlich unserer Pflicht nach, nicht nur auf Massenthemen zu setzen, sondern auch über seltene Erkrankungen zu informieren. In jeder Visite-Sendung wird unter der Rubrik „Abenteuer Diagnose“ eine seltene Erkrankung dargestellt. Durch ihre hochwertige Machart seit zehn Jahren eine Erfolgsrubrik, mit der es gelingt, selbst seltene Randthemen einem Millionen-Publikum zugänglich zu machen.

**JFR:** Wie geht Ihre Redaktion mit Kommentaren und Zuschriften um?

**VC:** Jeder Kommentar und jede Anregung wird ernst genommen und bei Bedarf natürlich beantwortet. Daher befassen wir uns auch mit jedem eingehenden Themenwunsch oder –vorschlag von Zuschauer\*innen und greifen sehr häufig etwas davon auf. Gelegentlich erhalten wir jedoch auch Zuschriften, aus denen eine hohe Anspruchsmoralität von Zuschauer\*innen in ihrer Eigenschaft als Gebührenzahler hervorgeht. Da werden dann zum Beispiel Krankenakten zugeschickt, auf Basis derer wir doch bitte geeignete Behandler empfehlen sollen, was wir natürlich freundlich ablehnen.

**JFR:** Ihre Sendung ist schon mehrfach mit Preisen und Ehrungen ausgezeichnet worden. Ihre Redaktion u. a. hat schon mehrfach den Ludwig-Dehling-Medienpreis der Gastro-Liga erhalten, so z. B. 2008 für „Achtung Leberwerte – Ein Organ schlägt Alarm“ und 2012 für den Beitrag „Dick oder dünn – Darmtyp beeinflusst Risiko“. Was hat Sie immer wieder bewogen, sich gerade für diesen Preis zu bewerben und welchen Stellenwert hat er für Sie? Was motiviert ein Team überhaupt, sich zu bewerben?

**VC:** Wenn uns Zuschauer\*innen dankbar schreiben und wenn die Einschaltquoten hoch sind, dann ist das natürlich eine tolle Belohnung für unsere Arbeit. Aber wenn sich eine Redaktion mit einem Beitrag bei einer Fachgesellschaft oder fachlich hoch angesehenen Institution wie der Gastro-Liga bewirbt und dort ausgezeichnet wird, dann bedeutet dieses das Tüpfelchen auf dem i. Es ist dann noch einmal eine ganz andere Wertschätzung, die unglaublich motivierend für unsere weitere Arbeit ist.

**JFR:** Gesundheitsmagazine stehen immer auch vor aktuellen Herausforderungen. Sind politische Entscheidungen für Sie ein Thema, z.B. das neue Krebsfrüherkennungs- und -registrierungsgesetz KFRG oder dass Bundesgesundheitsminister Spahn die Masernimpfpflicht auf den Weg bringen will?

**VC:** Selbstverständlich sind diese Themen wichtig und müssen berichtet werden. Wir tun das jedoch wie bereits beschrieben, nicht unbedingt dann, wenn das Register in Kraft tritt oder das Gesetz zur Impfpflicht durchgesetzt ist, sondern schon im Vorfeld, um unsere Zuschauer\*innen in diese Fragestellungen einzuführen, gesellschaftliche Diskussionen mit zu ermöglichen und auch, um unsere eigene Haltung darzulegen. Denn oft sind die Menschen damit überfordert,

wenn sie nach Darlegung aller Pros und Contras selbst über eine medizinische Maßnahme entscheiden müssen. Wichtig ist uns, dass jedermann in die Lage versetzt wird, mit seinem Arzt auf Augenhöhe zu sprechen und gemeinsam mit ihm wichtige Entscheidungen zu treffen.

**JFR:** Prävention spielt sicher für Sie auch eine wichtige Rolle. Claus Kleber hat 2015 in einem Interview mit mir zum Thema Prävention in den Medien gesagt, Präventionskampagnen seien nicht das Handwerk der Journalisten, wohl aber faire, anschauliche und sachliche Informationen. Was die Gesellschaft daraus mache, liege nicht bei den Journalisten. Sehen Sie das ähnlich?

**VC:** Das sehe ich genauso. Wir können und wollen informieren, zwar dort wo es angebracht ist durchaus mit Haltung, jedoch keine Kampagnen initiieren.

**JFR:** Reichen bloße Informationen allein wirklich aus, um Menschen zu erreichen? Welche Rolle spielen Emotionen? Sind Betroffenenbefragungen ein mögliches Mittel, Emotionen auszulösen?

**VC:** Umfragen auf der Straße sind immer ein schönes Mittel, damit sich Zuschauer\*innen mit der Thematik identifizieren und auf einen Beitrag einlassen. Aber auch im weiteren Verlauf eines Films ist es von Vorteil, wenn Sachinformationen über die individuelle Geschichte eines Menschen transportiert werden. Pure Fakten sind schwer zu merken. Sind Fakten aber an persönliche Schicksale gekoppelt, lösen sie Emotionen beim Zuschauen aus, was wiederum die langfristige Verankerung verbessert. Daher sind wir auch all den vielen Menschen so dankbar, die im Laufe der Jahrzehnte in unseren Beiträgen über sich und ihre Erkrankung erzählt haben. Ohne sie wäre Visite nicht so erfolgreich.

**JFR:** Hat sich Ihre Sendung im Laufe der Jahre verändert und wenn ja, wie?

**VC:** Unsere Sendung hat sich im Laufe der vielen Jahre entsprechend den Anliegen und Präferenzen unserer Zuschauer\*innen verändert. Wollten die Menschen vor 15 oder 20 Jahren in erster Linie Informationen zu neuen Medikamenten und modernsten Operationsmöglichkeiten, so wünschen sich heute viele handfeste Tipps dafür, wie sie im Alltag mit ihrer Erkrankung besser leben können. Lebensqualität ist ein wichtiges Stichwort und „wie kann ich vorbeugen?“ eine häufig gestellte Frage. Schließlich enthüllt die Molekularbiologie immer neue Geheimnisse unserer Genetik, und da möchten viele wissen, was sie tun können,

um die Dispositionen, die sich aus ihrem genetischen Erbe ergeben, so gut es geht im Griff zu behalten. Wir tragen gerne dazu bei.

**JFR:** Welchen Rat haben Sie als erfahrene Journalistin für Stiftungen wie die LebensBlicke? Wo sollten sie in ihrer Öffentlichkeitsarbeit stehen und wie sollten sie sie gestalten?

**VC:** Öffentlichkeitsarbeit kann immer dann erfolgreich sein, wenn sie seriös und ganzheitlich anbietet und den Medien kooperativ zuarbeitet. Journalisten und damit natürlich ihre Rezipienten freuen sich über Angebote für Geschichten, die auch mal über den „Tellerrand“ des eigenen Beritts hinaus gehen, die nicht nur auf neue Therapien fokussieren, sondern auch auf weiche Skills wie Lebensqualität. Speziell auch der Öffentlichkeitsarbeit der Stiftung LebensBlicke und ihrer Macher ist sicherlich zu verdanken, dass die Themen Darmkrebs und Darmkrebsvorsorge endlich einen angemessenen Stellenwert in der öffentlichen und in der gesundheitspolitischen Diskussion haben. Also: Sie haben Einiges richtig gemacht!

**JFR:** Herzlichen Dank für das aufschlussreiche Gespräch!