

Status Quo – Aktivitäten bis 2020

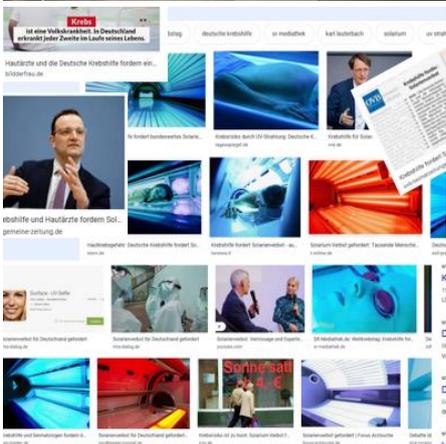


Das initiale Presseevent „**Spectrum. The most dangerous artwork**“ markiert den fulminanten Auftakt für die gemeinsamen Bestrebungen von der Deutschen Krebshilfe und der ADP eine nachhaltige Bereinigung der Solarienproblematik in Deutschland zu erreichen. Zum einen generierte die außergewöhnliche Veranstaltung maximale mediale Aufmerksamkeit und ebnete damit den Weg für weitere zielgerichtete Presse- und Öffentlichkeitsarbeit.

Das präsentierte Kunstwerk verfehlte seine Wirkung nicht und wurde von dem **Art Directors Club (ADC)** Deutschland, dem wichtigsten Kreativ-Wettbewerb 7-fach ausgezeichnet. „Eine Idee voll auf die zwölf“, so beschrieb die Jury die Installation und lobte diese als eine der beeindruckendsten Ideen im Wettbewerb. Spectrum wurde zudem auch von dem Art Directors Club international mit einem Preis bedacht. Zwei weitere Auszeichnungen verlieh der Best of Content Marketing (BCM)-Award. Insgesamt wurde die Kampagne 10-fach ausgezeichnet.



Darüber hinaus kamen im flankierenden **Pressetalk** wichtige Vertreter*innen aus Politik, Wissenschaft, Medizin, von Hautkrebs Betroffene und Bevölkerung zusammen, um die aktuelle Lage in Bezug auf Solarien publikumswirksam und aus mehreren Blickwinkeln zu diskutieren. Über die gesundheitlichen Gefahren, die von Solariengeräten ausgehen sowie über die Tatsache, dass der momentane Zustand nicht länger haltbar ist, waren sich die Beteiligten einig.



Der Grundstein für eine medizinische, wissenschaftliche und politische Allianz für eine gesunde Haut ohne künstliche Bestrahlung war gelegt, so dass die Deutsche Krebshilfe und die ADP am 03.02.2020 gemeinsam ein **Solarienverbot für Deutschland** forderten. Diese Forderung hatte mediale Durchschlagskraft und wurde von sämtlichen Print-, Online- und Fernsehformaten aufgegriffen und führte zu einer Deutschlandweiten Diskussion auf allen Ebenen.

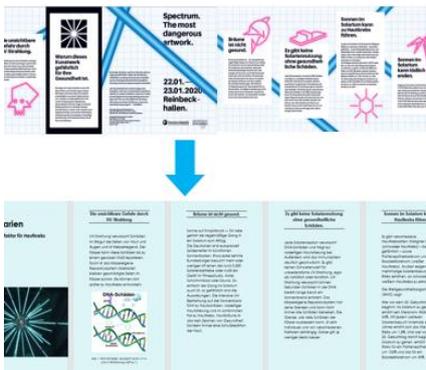
Status Quo – Aktivitäten bis 2020



Mit der Überarbeitung von **Präventionsratgeber und Faltblatt** „Ins rechte Licht gerückt“ existieren Materialien zur umfassenden Informierung der Bevölkerung zur Risiken und Nutzenbewertung von Solarien, die über die ADP und die Deutsche Krebshilfe kostenlos bezogen werden und auf Veranstaltungen und in Arztpraxen ausgelegt werden können.



Die Überarbeitung des **Informationsportals „www.unser-ehaut.de“** liefert die Möglichkeit sowohl die gemeinsame Medienarbeit als auch die Aktionen im Internet adäquat abzubilden und zu unterstützen. Ein Blog zur Informierung über unterschiedlichste UV-Themen in einfacher Sprache wurde eingerichtet. Weiterhin verfügt die Website mit einer eigenen Rubrik zu Solarien nun über die Möglichkeit umfangreiche Informationen über Risiken, Nutzungsdaten, der aktuellen Gesetzeslage und weitere relevante Themen für Interessierte zur Verfügung zu stellen.

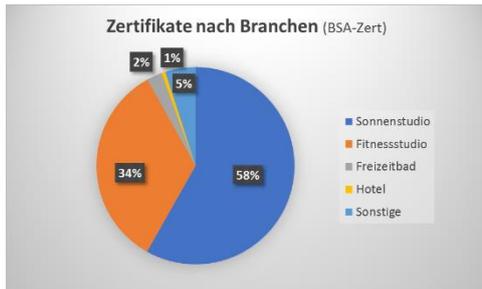


Zur Erreichung und Informierung möglichst vieler Menschen, wurden die im Rahmen der Begleitung des Presseevents entwickelten und eingesetzten Materialien (Flyer und Broschüre) für die Allgemeinheit adaptiert und sollen möglichst breit in der Bevölkerung gestreut werden. Zusätzlich sollen **Präventionsratgeber und Faltblatt „Ins rechte Licht gerückt“** hier zum Einsatz kommen. Als Multiplikatoren wurden Einrichtungen und Institutionen wie Gesundheitsämter, Verbraucherzentralen und weitere öffentliche Einrichtungen ausgewählt, die regelmäßig von zahlreichen Menschen frequentiert werden (persönlich und/oder über die Webseiten). Ein weiteres Auswahlkriterium stellte die Reputation der Einrichtungen und Institutionen innerhalb der Bevölkerung dar. Botschaften von seriösen, offiziellen Quellen haben noch immer den höchsten Stellenwert bei den Adressaten. In einer **Mailing-Aktion** im Herbst 2020 hätten die ausgewählten Multiplikatoren gebeten werden sollen die Informationsmaterialien: Flyer und Broschüre, in ihre Online-Präsenz einzubinden, über ihre Netze zu verbreiten und/oder öffentlich auszulegen. Aufgrund der Corona-Pandemie wird der Versand auf Februar 2021 verschoben.

Mailingaktion – wer sind die Hauptmultiplikatoren?

Gesundheitsämter:	Weitere Institutionen und Fachgesellschaften:
<ul style="list-style-type: none"> Berlin (22) Baden-Württemberg (40) Bayern (76) Brandenburg (19) Bremen (3) Hamburg (7) Hessen (24) Mecklenburg-Vorpommern (16) Niedersachsen (45) Nordrhein-Westfalen (56) Rheinland-Pfalz (24) Saarland (6) Sachsen (33) Sachsen-Anhalt (14) Schleswig-Holstein (15) Thüringen (23) 	<ul style="list-style-type: none"> Hautkrebs-Netzwerk Deutschland e.V. (HNKD) Deutsche Akkreditierungsstelle GmbH (DAkkS) Deutsche Dermatologische Gesellschaft (DDG) Berufsverband der Deutschen Dermatologen (BDD) Arbeitsgemeinschaft Dermatologische Onkologie (ADO) Arbeitsgemeinschaft für Umwelt- und Berufsdermatologie (AGU) Berufsverband der Kinder- und Jugendärzte e.V. (BVKJ) Deutsche Gesellschaft für Kinder- und Jugenddermatologie (DGJKJ) Deutsche Gesellschaft für Allgemeinmedizin (DGAM) Deutscher Hausärzterverband e.V. Institut für Hausärzte (DHA) Deutsche Krebsgesellschaft (DKG) Nationale Versorgungskonferenz Hautkrebs (NKV) Deutscher Kinderschutzbund Bundesverband (DKSB) Krebsinformationsdienst (KID) des Deutschen Krebsforschungszentrums (DKFZ) UCC-Präventions- und Bildungszentrum Univer Center for Molecular Medicine Cologne (CMC) Forschungsgebäude UV-Schutz-Bündnis
Verbraucherschutzzentralen:	
<ul style="list-style-type: none"> Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv) Verbraucherzentrale Baden-Württemberg Verbraucherzentrale Bayern Verbraucherzentrale Berlin Verbraucherzentrale Brandenburg Verbraucherzentrale Bremen Verbraucherzentrale Hamburg 	

Status Quo – Aktivitäten bis 2020



- Kooperationsgespräch Deutscher Wellnessverband und ADP am 26.06.2020
- „KICK-OFF“ Verbannung von Solariengeräten aus Deutschen Wellness-einrichtungen - Deutsche Krebshilfe, Deutscher Wellnessverband, Heimat und ADP am 13.08.2020



Die Verschiebung der Nutzung von Solariengeräten von der Solarienbranche in die Wellnessbranche (Fitnessstudios, Wellnesseinrichtungen, Hotels, Kosmetikstudios, Beautysalons, Schwimmbäder, Friseursalons) erschwert einerseits die Kontrolle der Einhaltung der UV-Schutz-Verordnung und des NISG und andererseits fördert diese eine Verschmelzung von Gesundheit, Wellness, Entspannung und Attraktivität mit künstlicher UV-Strahlung.

Da die meisten dieser Unternehmen eine gesundheitsorientierte Ausrichtung haben besteht eine gute Chance die Branchenverbände im Sinne ihrer eigenen Ausrichtung zu motivieren die Ziele des Interventionsprogramms „Solarien“ zu unterstützen und somit für eine Abschaffung der Solariengeräte aus ihrer Branche zu sorgen.

In einer Informationskampagne sollen die Branchenverbände analog zur Bevölkerung über die Solarienproblematik informiert und ihre Möglichkeiten zur Mitwirkung einer nachhaltigen Veränderung dieser aufgeklärt werden. Eine **Informationskampagne soll gemeinsam mit dem Deutschen Wellnessverband (DWV) und der Agentur Heimat** erarbeitet und umgesetzt werden, um die Verzichtsbereitschaft auf das Angebot von Solarien als Zusatzleistung maximal zu erhöhen. Eine **Marktanalyse** zur Eruerung in welchen Einrichtungen Solariengeräte angeboten werden und welche Bedeutung diese für die einzelnen Betriebe haben soll zum einen eine vorhandene Datenlücke schließen und zum anderen Aufschluss über die Zielgruppe der Kampagne geben. Die Analyse soll zum Ende des Jahres 2020 abgeschlossen sein. Die Konzeption der Kampagne beginnt noch im Projektjahr 2020 und wird Anfang 2021 abgeschlossen sein, so dass die Umsetzung der Kampagne im Jahr 2021 stattfinden wird.

