



Printmotive der neuen Werbekampagne zum Darmkrebsmonat März 2019

14.02.2019 11:15 CET

Krebs? Einfach mal drüber reden. Neue Werbekampagne zum Darmkrebsmonat März bringt Familien an einen Tisch.

München, 14.02.2019 – Den Darmkrebsmonat März 2019 begleitet die Felix Burda Stiftung mit einer neuen Awareness-Kampagne. Unter dem Motto „Es gibt kein zu jung für Darmkrebs. Rede mit Deiner Familie!“ thematisiert sie das familiäre Risiko für diesen Krebs und will dazu animieren, über Vorerkrankungen in der Familie zu reden. Die Werbeagentur Heimat, Berlin hat hierzu Anzeigen-Motive, Radio-Spots und einen TV-Spot entwickelt, der mit Schauspieler Oliver Korittke in London gedreht wurde.

Zum 18. Mal steht der März in ganz Deutschland im Zeichen der Darmkrebsvorsorge. Ausgerufen von der Felix Burda Stiftung, der Stiftung LebensBlicke und dem Netzwerk gegen Darmkrebs e.V., engagieren sich in diesem Monat Medien, Gesundheitsorganisationen, Unternehmen, Städte, Kliniken und Privatpersonen für die Prävention von Darmkrebs.

Obwohl jährlich rund 61.000 Menschen in Deutschland neu mit der Diagnose Darmkrebs konfrontiert werden und jedes Jahr rund 25.500 Menschen daran sterben, gibt es auch positive Entwicklungen:

Denn auch dank dieses jährlichen Aktionsmonats und der dadurch generierten Aufmerksamkeit für dieses Thema, haben seit Einführung der Untersuchung im Jahr 2002 bereits rund 7 Millionen Menschen an der Vorsorgekoloskopie teilgenommen. Dadurch konnten bis heute circa 130.000 Todesfälle und 270.000 Neuerkrankungen verhindert werden¹.

Dies führt dazu, dass sowohl die Neuerkrankungen, als auch die Sterbefälle an Darmkrebs bei den über 50 jährigen kontinuierlich zurückgehen, seit 2002 um 17 Prozent.

Die gesetzliche Darmkrebsvorsorge wirkt!

Aber was ist mit denjenigen, die noch nicht von den gesetzlichen Leistungen der Krankenkassen profitieren?

Bei den unter 50 jährigen sind immer mehr Menschen von Darmkrebs betroffen!

Zwischen 2002 bis 2014 stieg die Zahl der Neuerkrankungen der 25-49 jährigen um 11 Prozent an.

Ein Großteil von ihnen erkrankt bereits deshalb in jüngeren Jahren, weil bei ihnen ein familiäres Risiko für Darmkrebs vorliegt.

Der Darmkrebsmonat März 2019 widmet sich nun dieser Risikogruppe, die teils bereits mit 25 Jahren mit der Vorsorge beginnen sollten.

„**Es gibt kein zu jung für Darmkrebs. Rede mit Deiner Familie!**“ - so lautet daher das Motto in diesem Jahr. Denn das Wissen über Erkrankungen in der Familie, ist der erste Schritt zur Vorsorge.

Davon handelt auch der neue Werbespot der Felix Burda Stiftung.



Gezeigt wird ein Mann, der sich grübelnd und Selbstgespräche führend durch eine Stadt bewegt.

Er scheint etwas mit sich herum zu tragen. Und er weiß, dass er es loswerden muss. Aber leicht fällt es ihm nicht. Er sucht nach den richtigen Worten. Schließlich steht er vor einem Haus und eine junge Frau öffnet ihm die Tür. Seine Tochter!

Die Erleichterung, endlich den Schritt gewagt zu haben, steht ihm ins Gesicht geschrieben.

Während man Vater und Tochter in der Küche miteinander reden sieht, folgt die Botschaft:

„Niemand spricht gerne über Krebs. Aber man muss es. Dein Darmkrebs Risiko ist hoch, wenn jemand in Deiner Familie erkrankt war. Rechtzeitige Vorsorge schützt.“



Carsten Frederik Buchert, Marketingleiter der Felix Burda Stiftung, erläutert die Intention der Stiftung: *„Es gibt viele Familien, in denen über solch eher unangenehme Dinge wie Krebs nicht gesprochen wird. Dabei haben die Jüngeren die Chance verdient, etwas über ihr Risiko zu erfahren. Denn nur dann können sie*

sich vor Darmkrebs schützen. Der Zuschauer soll daher die Aufforderung mitnehmen: Rede mit Deiner Familie über Darmkrebs. Es ist weitaus weniger schlimm, aber viel wichtiger als Du denkst."

Der aufwendig inszenierte Film „Das Gespräch“ wurde mit Schauspieler Oliver Korittke (Wilsberg) im Januar 2019 an acht verschiedenen Schauplätzen an einem Tag in London gedreht.

*„Die letzte Kampagne haben wir in Bangkok gedreht, nun in London – da wird sich manch einer Fragen, ob das als Stiftung nicht ein bisschen übertrieben ist. Aber für uns sind nicht die Drehorte, sondern tatsächlich die Partner und Kosten entscheidend“, erklärt **Buchert**. „Mit Regisseur Jamie Delaney, der Produktionsfirma RSA Films und Schauspieler Oliver Korittke haben wir ein erstklassiges Team gewonnen, das bereit war uns kurzfristig und mit sehr viel Eigenleistung zu unterstützen. Das Ergebnis ist kinoreif!“*

*„Ich bin zwar nicht vom familiären Risiko betroffen, aber mit 50 Jahren ebenfalls in einer Risikogruppe für Darmkrebs“, so **Hauptdarsteller Oliver Korittke**, der im ZDF-Krimi "Wilsberg" den Finanzbeamten Ekki Talkötter mimit. „Daher steht nach dem nächsten Wilsberg-Dreh die Darmkrebsvorsorge auf dem Programm.“*



[Video auf YouTube ansehen](#)

Der Spot „Das Gespräch“ wird ab Mitte Februar 2019 pro bono auf zahlreichen TV-Sendern ausgestrahlt, die den Darmkrebsmonat März unterstützen.

Verantwortlich: Carsten Frederik Buchert, Director Marketing & Communications, Felix Burda Stiftung.
Agentur: Heimat, Berlin.
Geschäftsführer Kreation: Guido Heffels.
Geschäftsführer Strategie: Andreas Mengele.
Beratung: Sevra Inci, Clarissa Nagel, Kerstin Mückenheim.
Kreativdirektor: Arne Stach.
Text: Lisa Yvonne Heimgartner, Daniel Duhn.
Art Direction: Matthijs Mejan, Mari Torres.
Agentur Producer: Jake Flowers.
Schnitt: Alexandra Wood.
Produktion: RSA Films, London.
Regie: Jamie Delaney.
Musik: TRO.
Darsteller: Oliver Korittke, Chloe O'Gorman.

¹ Hochrechnung der Felix Burda Stiftung auf Basis der ZI-Daten von 2003 bis 2012.

Die **Felix Burda Stiftung** mit Sitz in München wurde 2001 von Dr. Christa Maar und Verleger Prof. Dr. Hubert Burda gegründet und trägt den Namen ihres 2001 an Darmkrebs verstorbenen Sohnes. Zu den Projekten der Stiftung zählen u.a. der bundesweite **Darmkrebsmonat März** sowie der **Felix Burda Award**, mit dem herausragendes Engagement im Bereich der Darmkrebsvorsorge geehrt wird. Zudem tourt das größte begehbare **Darmmodell** Europas - ebenfalls eine Idee der Stiftung - kontinuierlich durch Europa und die **APPzumARZT** managed als Gesundheits-Butler gesetzliche Präventionsleistungen der ganzen Familie. Die Felix Burda Stiftung betreibt Websites und Social Media-Präsenzen und generiert mit jährlichen, konzertierten Werbekampagnen in Print, TV, Radio und Online eine starke deutschlandweite Awareness für die Prävention von Darmkrebs. www.felix-burda-stiftung.de

Mitglied im



Kontaktpersonen



Carsten Frederik Buchert

Pressekontakt

Director Marketing & Communications

Felix Burda Stiftung

carsten.buchert@felix-burda-stiftung.de

089-92502710