

Eine Kampagne unter besonderen Umständen

Um mit der Kampagne „Schöne Aussicht“ den Bürgern Wilhelmshavens die Darmkrebsvorsorge näher zu bringen, hat sich das Klinikum Wilhelmshaven zur Zusammenarbeit mit der Jade Hochschule Wilhelmshaven entschieden. Genauer: Mit 13 Studierenden des Studiengangs Medienwirtschaft und Journalismus und ihrer Dozentin Carola Schede.

Doch dann kam Corona und damit hat sich alles anders entwickelt als ursprünglich erwartet. Anfang März, als die Welt noch in Ordnung war, sind wir alle hoch motiviert ins neue Sommersemester gestartet. Voller Begeisterung und Zuversicht hörten wir der Projektvorstellung von Dr. Annika Summ, der Leiterin Unternehmenskommunikation & Marketing des Klinikums, zu und brainstormten in Arbeitsgruppen über ansprechende Ideen, um die Botschaft der Darmkrebsvorsorge möglichst weit in Wilhelmshaven zu verbreiten.

Wir waren guter Dinge und außer ständigem Händewaschen und aufgestellte Desinfektionsmittel, wirkte das Thema COVID-19 sehr weit entfernt, bis der Präsident der Jade Hochschule der Studierendenschaft am 13. März mitteilte, dass der normale Hochschulbetrieb bis auf ungewisse Zeit unterbrochen werden sollte. Diese Entscheidung traf uns Studierende hart, denn wir mussten unseren Alltag über den Haufen werfen und eine neue Routine ohne Hochschule, ohne Ausgelmöglichkeiten und teilweise ohne wegfallenden Nebenjob entwickeln.

Umstricken

Da wir nun aufgrund der Kontaktbeschränkungen stark eingeschränkt waren, mussten wir umdenken und unsere bisherigen Ideen verwerfen. So zum Beispiel eine geplante Dixi-Tour mit Augenzwinkern, mit der wir das Thema mitten in die Stadt zu den Menschen bringen wollten. Auch einen Filmdreh im Klinikum selbst mussten wir natürlich streichen. Stattdessen haben wir uns in drei Gruppen organisiert.

Das Gestaltungsteam hat Plakate, Flyer, Postkarten, sowie Infokarten entworfen und geeignete Orte gefunden, um diese zu verteilen. Passenderweise waren das sechs Apotheken und zwei Supermärkte. Außerdem haben sie unsere Projekt-Maskottchen „Dieter Darm“ und „Susi Sauerkraut“ illustriert. Das Filmteam hat statt vor Ort Dreh einen animierten Film rund um den Protagonisten Dieter Darm entworfen. Die Story: Zu seinem 50. Geburtstag bekommt Dieter Darm eine Einladung zur Darmkrebsvorsorge von der Krankenkasse, was ihn dazu bewegt sich überhaupt erstmals mit dem Thema zu beschäftigen. Daraufhin entschließt er sich zum Arzt zu gehen. Anhand seiner Erfahrungen wurde der Prozess der Darmkrebsvorsorge erklärt, um den Menschen die Angst davor zu nehmen.

Das Öffentlichkeitsteam hatte die Aufgabe trotz aller Widrigkeiten die Kampagne in die Öffentlichkeit zu kommunizieren. Dafür haben wir die Wilhelmshavener Zeitung um eine Kooperation gebeten. Und Chefredakteur Gerd Abeltd hat sofort zugestimmt. So haben wir sechs Artikel in Serie veröffentlicht, in denen lokale Restaurants ihre darmfreundlichen Rezepte teilten. Dabei die Catering Firma Procuratio, Guido`s Restaurant, L`Orient, Anno 1300, Café Morgaen und Hotel Delphin und Seestern. Zum anderen hatten wir auch die Möglichkeit drei Beiträge bei Radio Jade zu senden, die sich mit der Entstehung der Kampagne „Schöne Aussicht“, der Darmgesundheit und der Projektarbeit in Zeiten von Corona beschäftigten. Danke hierfür an die Chefredakteurin Bente Hoedt.

Wir blicken auf unsere Kampagne zurück

Für Annika Reinker, Projektleiterin des Medienprojekts, war die Arbeit an der Kampagne eine neue Erfahrung, trotz der widrigen Bedingungen. „Die Corona-Situation hat die Kommunikationswege stark erschwert. Da man sich nicht regelmäßig persönlich treffen konnte, waren wir viel distanzierter

voneinander und es war schwierig Erkenntnisse und Bedenken zu teilen. Da musste ich als Projektleiterin stärker als Dreh- und Angelpunkt fungieren.“ Ähnliche Erfahrungen hat auch Paulina Bombel aus dem Öffentlichkeitsteam gemacht. „Gerade in dieser Situation sind gutes Teamwork und Absprachen das A und O. Man muss Probleme direkt ansprechen, sonst schleppt man diese das ganze Projekt mit sich mit.“ Sie geht aus dem Projekt trotz all der Widrigkeiten mit einem guten Gefühl raus. „Ich denke wir können alle sehr stolz auf uns sein. Gerade am Anfang war es zwar schwierig auf einen Nenner zu kommen und uns auf einen gemeinsamen Weg zu einigen, aber wir haben es geschafft tolle Flyer und Plakate, mehrere schöne Zeitungsartikel, sowie Radiobeiträge und einen aufwendig animierten Film zu erarbeiten.“

Auch unsere Dozentin Carola Schede zieht eine positive Bilanz. „Ich bin unendlich stolz, dass sich meine Teams so in Geduld geübt haben und trotz so mancher Pläne, die wir über Bord werfen mussten, zu so wirkungsvollen Ergebnissen gelangt sind. Der Animationsfilm ist zeitlos und klärt ungemein sympathisch auf. Mit Dieter Darm und Susi Sauerkraut kann das Klinikum noch viel unternehmen, und die Artikel haben deutlich gemacht, dass Darmvorsorge uns ganz einfach im Alltag begleiten kann.“