

Sehr geehrte Journalisten und Journalistinnen des Deutschen Krebskongresses,

nachfolgend finden Sie unsere **Pressemitteilung** zum Launch der Plattform „*German Cancer Survivors*“ (in Kooperation mit der *Deutschen Krebsstiftung*), sowie weitere **Hintergrundinformationen** zu der neuen Initiative.

Kontaktdaten

Gerne stehen wir Ihnen für ein Gespräch und/oder Rückfragen zur Verfügung. Kommen Sie uns auch gerne persönlich besuchen. Sie finden unseren Stand in der Kommunikationshalle A, direkt neben dem großen Saal A1.

Oder setzen Sie sich **telefonisch/per Mail** mit uns in Verbindung:

Ansprechpartner: Jörn Kamphuis

Mobil: +49 176 616 23 778

Mail: Joern-Kamphuis@german-cancer-survivors.de

Materialien

Das Pressematerial finden Sie zum **Download** auf folgender Seite:
www.german-cancer-survivors.de/presse

Weitere Kanäle

Twitter: @gcs_offiziell

Instagram: @gcs_offiziell

Facebook: fb.com/GCSoffiziell

Mit freundlichen Grüßen

Die Initiatoren von German Cancer Survivors

Jörn Kamphuis, Stephan Pregizer und Sebastian Röder

Digitale Offensive gegen Krebs – „German Cancer Survivors“ machen Erfahrungswerte in Video-Format zugänglich

Berlin, 21. Februar 2018 – *German Cancer Survivors (GCS)* ist Deutschlands erstes krebsunabhängiges und videobasiertes Informationsangebot, das in Kooperation mit der ***Deutschen Krebsstiftung (DKS)*** im Rahmen des Deutschen Krebskongresses 2018 veröffentlicht wurde.

Inhaltlich fokussiert die Plattform dabei auf Alltagsfragen und nicht-medizinische Inhalte, mit denen sich die meisten Krebspatienten sowie deren Umfeld (unabhängig von der Krebsart) während und nach der Erkrankung konfrontiert sehen.

Die eigenständig handelnde Initiative wird dabei auf fachlicher Ebene durch die Experten der *Deutschen Krebsstiftung* beraten und erhält finanzielle Start-Unterstützung u.a. durch die Gründungssponsoren *Takeda* und *Abbvie*.

Geteilte Erfahrungen als Grundstein für neue Sichtweisen und den Blick zurück ins Leben

Jedes Jahr erkranken rund 500.000 Menschen in Deutschland neu an Krebs*. Viele Menschen mit ganz unterschiedlichen Gesichtern. Die Initiative der German Cancer Survivors (GCS) zeigt diese Gesichter und die Geschichten dahinter – auf sehr bewegende, empathische und menschliche Weise. *Quelle: Krebsinformationsdienst des Deutschen Krebsforschungszentrums.

In speziellen Interview- und Reportage-Formaten geben unterschiedliche Protagonisten einen Einblick in ihre ganz persönliche Gedanken- und Erfahrungswelt mit Krebs. Sie berichten von den Schwierigkeiten und Tiefpunkten, aber auch von den kleinen Siegen im Alltag. Die in diesen Geschichten transportierten Erfahrungswerte ermöglichen dem Zuschauer neue Sichtweisen einzunehmen sowie Referenzwerte aufzubauen, um so den Blick schnellstmöglich - weg vom Tumor - zurück ins Leben richten zu können.

Prof. Dr. Michael Bamberg, Vorstandsvorsitzender der Deutschen Krebsstiftung (DKS):
"Damit Neuerkrankte nicht ausgegrenzt werden, sondern schnellstmöglich wieder das Gefühl der Zugehörigkeit empfinden, helfen Beispiele und Lebenserfahrung anderer Krebspatienten. Gleichzeitig ermöglichen Geschichten, wie sie über die neue Plattform der "German Cancer Survivors" veröffentlicht werden, aktiv und positiver nach vorne zu blicken. Darum freuen wir uns über die Akzeptanz und die Unterstützung, die die Initiative erfährt."

Das vermeintlich Unausprechliche besprechen

Krebs ist längst zu einer Volkskrankheit geworden und gehört mit seiner häufigen Verbreitung zu den wichtigen gesellschaftlichen Themen im Jahr 2018. Gleichzeitig lassen sich aber nach wie vor Stigmatisierungen, Ausgrenzungen und Sprachlosigkeit beobachten. Diesen Widerspruch aufzulösen hat sich die GCS-Initiative mit dem Claim „Wir geben der Diagnose Krebs mehr Menschlichkeit“ zum Ziel gesetzt.

Deshalb wird es als wichtiger und langfristiger Arbeitsbestandteil angesehen, auch vermeintlich unausprechliche Thematiken aufzugreifen, um so Stück für Stück das Tabu abzubauen, dass nach wie vor mit der Auseinandersetzung von Patienten, Angehörigen, Kollegen und der Gesellschaft mit der Diagnose Krebs verbunden ist.

Die Digitalisierung als Chance begreifen

In ganz Deutschland verteilt, arbeiten unzählige Selbsthilfegruppen, Organisationen und Institutionen daran, das Leben mit der Erkrankung bestmöglich zu gestalten. Allerdings sind viele der vor Ort generierten Erfahrungen und wertvollen Informationen, trotz deutschlandweiter Relevanz, nicht überall zugänglich. Deshalb ist es das Ziel von GCS, die digitale Verbreitung der vorhandenen und mehrwertliefernden Informationen zu unterstützen und voran zu treiben.

Gleichzeitig soll und kann das Angebot der GCS aber nicht das persönliche Gespräch in einer psycho-onkologischen Beratungsstunde oder eines Gruppentreffens innerhalb einer Selbsthilfegruppe ersetzen; vielmehr soll es darum gehen, einen neuen ergänzenden

Zugangspunkt zu schaffen, der 24 Stunden am Tag und sieben Tage die Woche geöffnet hat und die Möglichkeiten des digitalen Zeitalters bestmöglich nutzt.

"Unabhängig von der Art der Krebserkrankung ist es wichtig, dass wir organisationsübergreifend denken und handeln. Das Dach der "German Cancer Survivors" gibt nicht nur eine Identifikationsidee, sondern fördert auch das Bewusstsein dafür, dass alle gemeinsam an einem Strang ziehen. Die digitale Plattform wird hierzu neue Wege und Möglichkeiten eröffnen, die der Zeit entsprechen. Die Unterstützung zeigt, dass das Thema für die unterschiedlichsten Interessengruppen eine hohe Relevanz besitzt.", sagt Prof. Dr. Jürgen F. Riemann, Kuratoriumsvorsitzender der Deutschen Krebsstiftung (DKS).

Entsprechend sollen in Zukunft, neben weiteren Videoinhalten, auch zusätzliche digitale Angebote wie weiterführende Texte, Pod-Casts, Webinare, Ausfüllhilfen für Anträge und interaktive Informationskarten auf der Plattform zur Verfügung gestellt werden.

Hintergrundinformationen

Eine Plattform mit „Wohnzimmer-Gefühl“

Die Gestaltung der Plattform ist darauf ausgerichtet, dem Nutzer eine Art „Wohnzimmer-Gefühl“ zu verschaffen. Ein atmosphärischer Ort an dem sich der User wohl und verstanden fühlt, sodass er sich in Ruhe mit jenen Themen auseinandersetzen kann, welche ihn tief in seinem Herzen beschäftigen und die teilweise durchaus auch zur eigenen Sprachlosigkeit führen können.

Für die weiteren Entwicklungen der Internetseite spielt es eine tragende Rolle, dass die Inhalte, als auch die Verwendbarkeit der Plattform, in kleinen, iterativen Schritten an die Bedürfnisse des Nutzers angepasst werden (User Centered Design).

Jörn Kamphuis, Co-Initiator der Initiative: *„In unserer Entwicklungsphilosophie ist es ein wichtiger Baustein, dass wir uns agil und schnell auf die Bedürfnisse unserer Nutzer einstellen können. Entsprechend freut es uns, dass wir als eigenständiges Projekt, aber unter fachlicher Begleitung der Deutschen Krebsstiftung, das bestmögliche Angebot entwickeln können.“*

Wie alles begann

Ausgangspunkt der Initiative ist die von der *Deutschen Krebsstiftung (DKS)* in Auftrag gegebene und in 2016 produzierte YouTube-Filmreihe „Cancer Survivors – Ein Gespräch im roten Sessel“. Die publizierten Beispiele der "Cancer Survivors" erzielten in kurzer Zeit eine überraschend starke Beachtung und lieferten einen hohen Mehrwert für Krebsdiagnostizierte und deren Angehörige. Da die Resonanz so positiv, anerkennend und bekräftigend war, entschied sich die Deutsche Krebsstiftung dazu, die "Initiative German Cancer Survivors" ins Leben zu rufen.

Um den kontinuierlichen Ausbau einer Mediathek und die Verbreitung von wichtigen und alltagsrelevanten Informationen und Inhalten rund ums Thema "Leben mit und nach Krebs" sicherzustellen, entschied sich die DKS dazu, den Aufbau des Projekts an eine eigenständige Einheit zu übergeben.

Mit der Fokussierung auf die Bereitstellung von Videoinhalten, folgt die Initiative der GCS damit dem allgemeinen Trend des Video-Konsums im Internet. Basierend auf der von Cisco im Jahr 2017 durchgeführten Studie, werden 2021 82% des globalen Internettraffics durch Video-Konsum entstehen. *Quelle: Cisco Studie: Cisco Visual Networking Index: Forecast and Methodology, 2016–2021*

Informationen zu den Initiatoren

Stephan Pregizer (58)

Stephans Erfahrungen ermöglichen einen emotionalen Zugang zur Thematik und Zielgruppe. Er ist bestens vernetzt und arbeitet als Business-Moderator mit den Schwerpunkten Gesundheit, Wirtschaft & Arbeit, Innovation- und Gesellschaftspolitik. Er hat vielschichtige Erfahrungen in Onkologie, Diabetes, Urologie, Inklusion, Logopädie. Sein Hintergrund liegt in der Projektplanung und -durchführung sowie im Kommunikationsmanagement.

Mail: stephan-pregizer@german-cancer-survivors.de

Sebastian Röder (40)

Sebastian repräsentiert den visuellen und darstellenden Teil des Teams. Durch ihn werden die Inhalte überhaupt erst sichtbar und erreichen den Nutzer. Er ist selbständiger Video-Produzent mit der Spezialisierung auf Reportagen, PR und Imageproduktionen. Er hat jahrelange Erfahrung in der Fernsehbranche in den Bereichen Nachrichten, Live-Übertragungen und Dokumentationen. Sein Hintergrund liegt im technisch/kaufmännischen Bereich des Verlagswesens.

Mail: sebastian-roeder@german-cancer-survivors.de

Jörn Kamphuis (30)

Jörn ist der eher rationale Part des Teams. Seine Startup- und Internetaffinität fördert dabei den Aufbau einer nutzerzentrierten Plattform. Er arbeitet als Innovationscoach und Organisationsentwickler bei „Dark Horse Innovation“ und liefert den Zugang zur Berliner Digital- und Innovations-Szene. Er ist studierter Sportökonom und wurde 2013 zum Mister Germany gewählt.

Mail: joern-kamphuis@german-cancer-survivors.de