

Presseinformation

## **„Ausreden können tödlich sein“ Darmkrebsmonat März 2016 mit neuem Motto**

**München, 25.2.2016 – Seit 15 Jahren initiiert die Felix Burda Stiftung gemeinsam mit dem Netzwerk gegen Darmkrebs e.V. und der Stiftung LebensBlicke den Darmkrebsmonat März. Das Motto des diesjährigen Aktionsmonats: „Ausreden können tödlich sein!“. Die begleitende Werbekampagne, entwickelt von der Agentur HEIMAT, Berlin, inszeniert unsinnige Ausreden überraschend und skurril und zeigt die tödliche Konsequenz der vorgeschobenen Argumente gegen den Gang zum Arzt. Die Kampagne umfasst Anzeigen, Radio-Spots, Online-Banner sowie einen TV-Spot.**

Jedes Jahr erkranken mehr als 62.000 Menschen an Darmkrebs und hoffen auf Heilung. Rund 26.000 Menschen sterben jährlich daran. Die neue Werbekampagne der Felix Burda Stiftung thematisiert erstmals sehr deutlich den Tod als mögliches Szenario. Auf prominente Testimonials wurde bewusst verzichtet. *„Wir haben uns für diesen neuen Weg, mit dem Tod als „Holzhammer“ entschieden, um all diejenigen aufrütteln, die das Thema Darmkrebsvorsorge bislang noch vor sich hergeschoben haben. Damit niemand die Chance verpasst durch rechtzeitige Vorsorge gesund zu bleiben“*, so Carsten Frederik Buchert, Marketing-Leiter der Stiftung.

In sechs Print-Anzeigen, drei Online-Bannern, vier Radio- und einem TV-Spot wird den Menschen der Spiegel vorhalten und mit einem Augenzwinkern gezeigt, welche Folgen Ausreden für die Gesundheit haben können. „Autowaschen“, „Shopping“ und „Yoga“ stehen stellvertretend für all die Ausreden, die man sich zurechtlegt, um sein wissentlich falsches Verhalten - das Aufschieben der Vorsorgeuntersuchung - kleiner zu reden und vor sich und anderen zu rechtfertigen.

Der Hirnforscher Dr. Kai Fehse von der LMU in München hat die Felix Burda Stiftung auf dem Weg zur neuen Strategie beraten. Er weiß, warum dieses Verhalten menschlich ist und was das Gehirn damit zu tun hat:

*„Der Mensch handelt danach, was ihm sofortige Belohnung, Freude verspricht. Der Grund dafür liegt in einem Areal unseres Gehirns, dem medialen Präfrontalkortex. Dort wird Dopamin, im Volksmund auch das Glückshormon genannt, ausgeschüttet. Ausreden, wie Yoga oder Shopping, versprechen eine sofortige positive Empfindung. Beim Thema Vorsorge tritt die Belohnung, also die Freude über die eigene Gesundheit, sehr viel später ein, als das was man dafür machen muss. Daher schiebt man die Vorsorgeuntersuchung gerne in die Zukunft, oder verwirft sie gleich komplett.“*

Das menschliche Gehirn ist jedoch fähig Ausreden zu übergehen und durch Wissen und Informationen Entscheidungen zu treffen, die erst im Nachhinein das Belohnungssystem ansprechen. Voraussetzung ist, dass einem bewusst gemacht wird, dass ein Nicht-Handeln oder Aufschieben der Vorsorgeuntersuchung das Leben unter Umständen drastisch verkürzen kann.

Die Werbekampagne baut auf diese Erkenntnisse aus der Hirnforschung auf. Der Tod durch Darmkrebs wird bewusst angesprochen. Es wird verdeutlicht, dass ein Aufschieben der Vorsorgeuntersuchung unter Umständen bedeutet, dass Vorstufen nicht rechtzeitig erkannt und entfernt werden können. Der Krebs sich dadurch ungehindert entwickeln kann. Die Kampagne unterstützt dabei, sich mit dem Thema Darmkrebs zu beschäftigen, zu verstehen, dass rechtzeitige Vorsorge Leben retten kann und damit Belohnung für die Zukunft ist.

### **Neues Logo**

Ziel der Stiftung ist es, die Darmkrebsvorsorge im Bewusstsein der Menschen zu verankern, so dass jeder eine selbständige Entscheidung für oder gegen die Darmkrebsvorsorge treffen kann. Das neue Logo der Felix Burda Stiftung, entwickelt von der Designagentur Lignalux, entspricht ihrem Selbstverständnis und verbindet nun auch optisch die Projekte „Felix Burda Award“ und „Darmmodell“ mit der Felix Burda Stiftung. Das kleine „f“ des Logos basiert auf der Originalhandschrift von Felix Burda, dem an Darmkrebs verstorbenen Sohn der Stiftungsgründer Hubert Burda und Christa Maar.

**Lizenzfreies Bildmaterial, Grafiken, Bewegtbild und Hintergrundtexte:**

<http://www.felix-burda-stiftung.de/presse#>

<http://www.mynewsdesk.com/de/felix-burda-stiftung>

Den **kostenlosen Gesundheits-Butler APPzumARZT** gibt es im iTunes App-Store sowie auf Google Play: [www.appzumarzt.de](http://www.appzumarzt.de)

**Anonymer Online-Risikocheck:** [www.schnell-check-darmkrebs.de](http://www.schnell-check-darmkrebs.de)

**Darmmodell.** Europas größtes begehbare Darmmodell, tourt durch Deutschland:

Hintergrundinfos sowie die aktuellen Tourdaten finden Sie hier: [www.faszination-darm.de](http://www.faszination-darm.de)

Der **Felix Burda Award** findet am 17. April bereits zum 14. Mal statt, mehr Infos dazu: [www.felix-burda-award.de](http://www.felix-burda-award.de)

### **Pressekontakt:**

Verena Schenk-Welker

Senior PR Manager

Felix Burda Stiftung

Tel.: +49 89 9250-2942

[verena.schenk-welker@burda.com](mailto:verena.schenk-welker@burda.com)

<http://www.felix-burda-stiftung.de/presse#>