

Aufklärungskampagne der IKK classic zum Thema Sonnenschutz

Immer mehr Menschen in Deutschland erkranken an Hautkrebs – IKK classic informiert zum richtigen Umgang mit der Sonne

Dresden, 14. August 2024. In Deutschland erkranken immer mehr Menschen an Hautkrebs, dies zeigen die Daten des Statistischen Bundesamts (Destatis). So wurden 2021 rund 105.700 Menschen mit der Diagnose Hautkrebs stationär im Krankenhaus behandelt – knapp 75 Prozent mehr Fälle als 20 Jahre zuvor. Besonders zugenommen haben die Fälle von weißem Hautkrebs. Hier stieg die Erkrankungszahl um 114 Prozent von 38.400 Fällen im Jahr 2001 auf 82.100 im Jahr 2021. Diese Krebsart steht im Verdacht, durch Sonnenlicht mitausgelöst zu werden.

Bei einer Forsa-Umfrage des Bundesamts für Strahlenschutz (BfS) im Juni gaben 96 Prozent der Befragten an, dass sie wissen, dass UV-Strahlung krebserregend ist. Gleichzeitig sagte etwa die Hälfte auch, dass sie in den letzten zwölf Monaten einen Sonnenbrand erlitten hätte. Bei den 18- bis 34-Jährigen waren es sogar 80 Prozent.

„Diese Auswertungen und Zahlen zeigen, dass zwar fast alle Menschen wissen, wie gefährlich UV-Strahlung ist, sich aber offensichtlich trotzdem nicht immer entsprechend schützen“, so Thomas Sleutel, Geschäftsführer Markt bei der IKK classic. „Darum wollen wir mit unserer Kampagne die Menschen für das Thema Sonnenschutz sensibilisieren, insbesondere Handwerkerinnen und Handwerker, die häufig im Freien arbeiten und deshalb UV-Strahlung in besonders hohem Maß ausgesetzt sind.“

Die IKK classic setzt bei ihrer Sonnenschutzkampagne nicht auf den erhobenen Zeigefinger. Vielmehr möchte die Krankenkasse mit unterhaltsamen Radio-Spots, kurzen Clips im Internet (www.youtube.com/Sonne) und bei Streamingdiensten sowie unterhaltenden Plakaten an Baustellen die Menschen erreichen.

Kontakt:

Juliane Mentz
Pressesprecherin

Viktoria Durnberger
stv. Pressesprecherin

Tel. 0351 4292-281 450
presse@ikk-classic.de

Umfangreiche Inhalte zu Sonnenschutz und Co. werden außerdem zielgruppengerecht auf den verschiedenen Social-Media-Kanälen der Krankenkasse angeboten. So lädt ein spezieller Instagram-Filter, der einen Sonnenbrand simuliert, die Community dazu ein, mit ihrer Story Teil der Sonnenschutzkampagne zu werden. Auf humorvolle und aktive Art wird gleichzeitig dazu aufgerufen, Sonnencreme zu benutzen. Ergänzend klären Storys, Reels und Expertenvideos zur Geschichte der Bräune, zum Thema Sonnenstich oder weißem Hautkrebs auf. Bei Facebook gibt es Tipps und Tricks für das einfache Eincremen von kleinen Kindern, während TikTok mit den Fake-News zu Sonnenschutzmitteln aufräumt und die Kampagne auf dem LinkedIn-Profil der IKK classic mit Zahlenmaterial und Hintergrundinformationen zum Fotoshooting flankiert wird. "Die vielseitigen Möglichkeiten unserer Social-Media-Kanäle sind die ideale Grundlage dafür, das Thema Sonnenschutz aus unterschiedlichen Blickwinkeln zu erzählen und die Kampagnenidee zielgruppengerecht auszubauen", sagt Juliane Mentz, Geschäftsbereichsleiterin Kommunikation & Marketing bei der IKK classic.

Sonnenschutzcreme als spezielles Kampagnen-Werbemittel ergänzt den Maßnahmenkatalog. Außerdem werden alle Inhalte und zusätzliche Informationen zum Sonnenschutz kompakt und übersichtlich auf der eigenen Kampagnen-Landingpage unter www.ikk-classic.de/sonne gebündelt.

Die IKK classic ist mit rund drei Millionen Versicherten die führende handwerkliche Krankenversicherung und eine der großen Krankenkassen in Deutschland. Die Kasse hat mehr als 7.000 Beschäftigte an 160 Standorten im Bundesgebiet. Ihr Haushaltsvolumen beträgt über 13 Milliarden Euro.

Kontakt:

Juliane Mentz
Pressesprecherin

Viktoria Durnberger
stv. Pressesprecherin

Tel. 0351 4292-281 450
presse@ikk-classic.de