

Interviewfragen

Dr. Stefan Jürgens, Radiologie Vechta

BREAST CANCER AWARENESS MONTH 2022

Glauben Sie, dass die Initiative "Breast Cancer Awareness Month", in dem sich weltweit viele Medizintechnikfirmen engagieren, das Bewusstsein für die Brustkrebsfrüherkennung und die Screening-Programme steigern kann?

Ich bin mir sicher, dass die Initiative das Bewusstsein für die Brustkrebsfrüherkennung steigern kann. Dies übrigens nicht nur bei Frauen, die sich im Screening-Alter befinden, sondern auch bei denjenigen, die in den kommenden Jahren am Screening teilnehmen können.

Können wir Ihrer Meinung nach, in unserer Rolle als Mammographie-System-Hersteller, Aufklärungsarbeit leisten, um Frauen zur Vorsorgeuntersuchung zu ermutigen und, um Bedenken oder Ängste vor einer Mammographie auszuräumen?

Selbstverständlich können auch Industrie und Hersteller Aufklärungsarbeit in Bezug auf das Screening – Programm und die Mammographie leisten. Hier könnte ich mir Aktionen in Verbindung mit dem Gesundheitswesen, der Politik und Verbänden vorstellen.

Für die Zukunft sollten diesbezüglich auch verstärkt Social Media-Aktivitäten in Erwägung gezogen werden.

Zudem könnte man das Thema Mammographie und Brustkrebsfrüherkennung auch medienwirksam in große Bereiche des gesellschaftlichen Lebens, wie zum Beispiel den Sport transferieren. Hier könnte man z.B. dem Beispiel internationaler Fußballligen folgen, deren Vereine jeweils im Oktober pinke Sondertrikots veröffentlichen, um für das Thema Brustkrebs und Brustkrebsfrüherkennung zu sensibilisieren.

YOU ARE UNIQUE

-Take care of yourself!

Wünschen Sie sich von uns als Medizintechnikhersteller mehr Aufklärung zu Screening-Programmen und Früherkennungsmethoden? Vielleicht sogar ganzjährig?

Die Tatsache, dass die Hersteller sich überhaupt an der vielschichtigen Aufklärungsarbeit beteiligen, ist ein Gewinn für die Klient:innen und alle in der Mammographie und an der Früherkennung Beteiligten.

Darüber hinaus unterstützt die Aufklärungsarbeit der Industrie auch die tägliche Arbeit in den medizinischen Einrichtungen/Einheiten vor Ort und trägt somit zu einer Bewusstseinschärfung bei.

Persönlich denke ich, dass ein themenbezogener Monat wie der „Breast Cancer Awareness Month“ einen gewichtigeren Schwerpunkt setzen kann und nachhaltiger sensibilisiert als eine permanente, ganzjährige Aufklärung mit der Gefahr einer thematischen Verwässerung.





Dr. med. Stefan Jürgens

Facharzt für diagnostische Radiologie

www.radiologie-vechta.de

DKG  **Zertifiziertes
Brustkrebszentrum**
KREBSGESELLSCHAFT

RADIOLOGIE VECHTA

Wir bedanken uns für das Interview bei **Dr. med. Stefan Jürgens** und wünschen ein weiterhin erfolgreiches Mammographie-Screening.

Durch das Interview führte Tanja Meyer, Product Marketing Specialist, Fujifilm Medical Systems Deutschland, FUJIFILM Europe GmbH.

Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte an:

Frau Tanja Meyer

Product Marketing Specialist Modalities
Medical Systems

phone: +49 (0)2102 5364 431

mobil: +49 (0)174 2007339

e-mail: Tanja.Meyer@fujifilm.com

FUJIFILM Deutschland

Niederlassung der FUJIFILM Europe GmbH

Balcke-Dürr-Allee 6

40882 Ratingen

DEUTSCHLAND