

## Fake News und riskante Bräunungstrends:

### Gemeinsame Verantwortung für klare, evidenzbasierte UV-Schutz-Botschaften

Im Versorgungsalltag begegnen uns zunehmend Patientinnen und Patienten, die von vermeintlich „harmlosen“ oder sogar „gesunden“ Bräunungstrends berichten. Gleichzeitig verbreiten sich insbesondere in sozialen Medien Fake News und irreführende Informationen zum UV-Schutz. Häufig stehen diese Inhalte im Widerspruch zu wissenschaftlicher Evidenz und etablierten Präventionsempfehlungen.

Diese Entwicklung stellt uns als dermatologische Fachgruppe vor eine gemeinsame Herausforderung: Uneinheitliche oder widersprüchliche Botschaften können die Glaubwürdigkeit medizinischer Empfehlungen schwächen und die Hautkrebsprävention erschweren. Umso wichtiger ist eine konsistente, verständliche und evidenzbasierte Kommunikation.

Ziel sollte es sein, Patientinnen und Patienten sowie die Öffentlichkeit mit klaren, wissenschaftlich fundierten und möglichst einheitlichen Botschaften zu erreichen. Nur durch ein abgestimmtes Vorgehen lässt sich der wachsenden Verunsicherung wirksam begegnen.

#### Unsere UV-Schutz-Botschaften

- Zur Einschätzung der UV-Intensität sollte der **UV-Index** herangezogen werden.
- **Ab UV-Index 3 gilt:**
  - o 1. Intensive UV-Strahlung meiden
  - o 2. Kleidung, Kopfbedeckung und Sonnenbrille nutzen,
  - o 3. Sonnenschutzmittel ergänzend verwenden.
- **Intensive UV-Exposition, insbesondere Sonnenbaden, sowie jeder Sonnenbrand sollten vermieden werden** - auch bei Verwendung von Sonnenschutzmitteln.
- **Kinder im ersten Lebensjahr sollten keiner direkten Sonne ausgesetzt werden.**
- **Sonnenschutzmittel sind eine wichtige, aber nachgeordnete Schutzmaßnahme.** Sie sollten mit LSF 30 oder höher vor der Exposition, gleichmäßig, in ausreichender Menge und auf allen unbedeckten Hautflächen aufgetragen werden. Nach Abrieb, spätestens nach zwei Stunden sowie nach dem Baden ist ein erneutes Auftragen erforderlich. Wiederholtes Auftragen verlängert die maximale Schutzzeit nicht.

#### Verlässliche Informationsquelle

Es ist entscheidend, Patientinnen und Patienten gezielt auf verlässliche, evidenzbasierte Informationsquellen zu verweisen, um Fehlinformationen entgegenzuwirken und ein fundiertes UV-Schutz-Verhalten zu fördern. Nutzen Sie hierfür z.B.:

<https://infoportal-hautkrebs.de/>

**Gemeinsame Verantwortung für klare, evidenzbasierte UV-Schutz-Botschaften!**

## Fake News und Bräunungstrends - Was uns begegnet:

### Gebräunte Haut ist ein Zeichen für Gesundheit

**X** Bräune ist eine Schutzreaktion auf DNA-Schäden durch UV-Strahlung – also ein Zeichen von bereits erfolgter Hautschädigung.

### Sonnenschutzmittel sind gefährlich und verursachen Hautkrebs

**X** Sonnenschutzmittel sind in der EU streng geprüft und reduzieren UV-Strahlung wirksam, während der Anstieg von Hautkrebs vor allem auf höhere UV-Exposition, unzureichendes Schutzverhalten und demografische Faktoren zurückzuführen ist.

### Solariumbesuche sind gesund

**X** Solariumbesuche sind nicht erforderlich zur Vorbeugung eines Vitamin-D-Mangels. Solarium erhöht das Risiko für Hautkrebs.

### Natürliche Öle (z. B. Kokosöl) ersetzen Sonnenschutzmittel

**X** Auch wenn teilweise ein gewisser Lichtschutzfaktor vorhanden ist, dieser ist viel zu niedrig und nicht verlässlich.

### Ohne Sonnenbrand ist die Haut nicht geschädigt

**X** Die UV-bedingte DNA-Schäden sind bereits weit vor dem Sonnenbrand nachweisbar.

### Bräunungstrends:

#### Safe Tanning-Narrative und High UV Tanning:

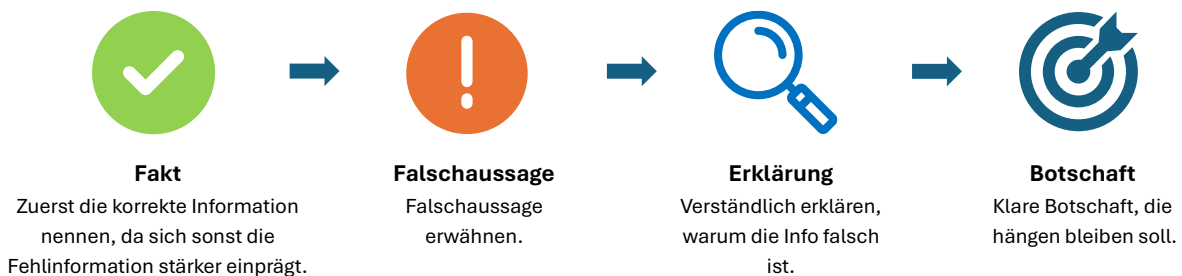
Scheinbar „sichere“ Bräunungspläne und gezielte UV-Exposition bei hohem UV-Index, um schnell und intensiv zu bräunen.

**Tan Lines:** Bewusste Inszenierung klar abgegrenzter Bräunungsstreifen aus ästhetischen Gründen

**Healthy glow und bronzed skin:** Verstärkte Darstellung von gebräunter Haut als Schönheitsideal.

## Wirksame Kommunikation zur Korrektur von Fake News

Die Entkräftung von Falschinformationen ist weniger eine Frage der Menge an bereitgestellten Fakten als vielmehr der Art und Weise ihrer Vermittlung. Erkenntnisse aus der Risikokommunikation und der Psychologie zeigen, dass wirksame Widerlegungen klar, sachlich und verständlich formuliert sein müssen, andernfalls besteht die Gefahr, dass die ursprüngliche Fehlinformation stärker im Gedächtnis verankert bleibt. Als praxistauglich und wirksam hat sich folgende Kurzformel in der Kommunikation erwiesen:



**Beispiel:** Sonnencreme schützt die Haut vor UV-Schäden. Die Behauptung, sie sei krebserregend, stimmt nicht – sie beruht auf Fehlinterpretationen von Zusammenhängen. Klar ist: UV-Strahlung selbst ist der Hauptrisikofaktor für Hautkrebs