

ressourcenmangel

Pressemeldung

Zwischen chronischen Leiden, Mobbing und Kinderwunsch

Neue Kampagnen-Phase für Praxen-Ärzt:innen: ressourcenmangel rückt emotionale Geschichten von Patient:innen ins Zentrum

Berlin, Oktober 2024: Die Kampagne „Wir sind für Sie nah“ der Kassenärztlichen Bundesvereinigung (KBV) erreicht eine neue, noch emotionalere Dimension. In den kommenden Wochen wird die Aufmerksamkeit ganz auf die Geschichten der Patient:innen gelenkt – auf Menschen, deren Leben von der Nähe und Fürsorge ihrer Haus- und Fachärzt:innen und Therapeut:innen abhängt. Nachdem bereits im April 2024 der Startschuss von niedergelassenen Ärzt:innen gefallen ist, rücken jetzt jene ins Rampenlicht, die tagtäglich auf diese persönliche, wohnortnahe Versorgung angewiesen sind.

Emotionen pur: TV-Spots erzählen Geschichten von Patient:innen

Die neuen TV-Spots erzählen Geschichten von Menschen, die ohne die Unterstützung ihrer Ärzt:innen in einer aussichtslosen Lage wären. Eine Mutter kämpft mit der chronischen Erkrankung ihres Kindes und spricht über die rettende Rolle der schnellen, vertrauensvollen Betreuung in der Kinderarztpraxis. Ein junges Paar, das sich nichts sehnlicher wünscht als ein gesundes Kind, teilt die empfundene Unsicherheit mit uns, aber auch die Hoffnung, die ihre Frauenärztin ihnen von der ersten Schwangerschaftswoche an schenkt. Oder der Teenager, der wegen schwerer Akne täglich Mobbing erleidet – und nur in der Praxis seiner Hausärztin endlich Verständnis und Hilfe findet. Die zentrale Frage, die am Ende jedes Spots gestellt wird: „Wollen wir das wirklich verlieren?“ – Eine eindringliche Mahnung, dass die so kostbare Nähe zwischen Arztpraxis und Patient ohne ein Umdenken der politischen Entscheider verloren gehen könnte.

Vorboten des Wahljahres 2025: politische Forderungen rücken in den Mittelpunkt

„Die Geschichten gehen unter die Haut. Sie zeigen, wie nah die niedergelassenen Haus- und Fachärzt:innen den Menschen sind – aber auch, wie gefährlich es ist, diese Nähe zu verlieren“, betont Claudia Díaz Sánchez, Geschäftsführerin der Berliner Agentur ressourcenmangel, die die Kampagne entwickelt hat. „Diese emotionale Verbindung darf nicht abreißen. Sie ist für die Gesundheit der Patient:innen und für unser gesamtes Gesundheitssystem unerlässlich.“

Sebastian Stelzer, Kreativchef der Agentur, bringt die Situation der Ärzteschaft auf den Punkt: „In den Arztpraxen kämpfen die Ärzt:innen jeden Tag nicht nur mit medizinischen Herausforderungen, sondern auch

ressourcenmangel
GmbH

BERLIN
Schlesische Straße 26
Aufgang C4
10997 Berlin
TEL 030.610 024 50
FAX 030.48 49 888 22

Berliner Sparkasse
KONTO 66 04 08 97 79
BLZ 100 50000

UST-ID DE 815 08 47 83

GESCHÄFTSFÜHRUNG
Benjamin Minack

HRB120112 B
Amtsgericht
Berlin-Charlottenburg

ressourcenmangel.de

Auftragsannahme
per CB auf Kanal 38:
Romeo Sierra Mike



mit der Belastung, den Patient:innen trotz Bürokratie und Zeitdruck menschlich nah zu bleiben. Diese emotionale Nähe ist es, die das System zusammenhält. Und genau darum geht es in der Kampagne – das dürfen wir nicht verlieren.“

Die Zukunft steht auf dem Spiel

Mit einem klaren Blick auf das Wahljahr 2025 wird diese Kampagnenphase zu einem zentralen Baustein, um das öffentliche Bewusstsein für die schwierige Lage der Praxen zu schärfen. Dr. Roland Stahl, Pressesprecher der KBV, unterstreicht: „In diesen Geschichten steckt mehr als nur Emotion – es sind authentische Mahnungen an die Politik, dass die wohnortnahe Gesundheitsversorgung akut bedroht ist. Ohne engagierte Ärztinnen und Ärzte, ohne das Rückgrat der ambulanten Versorgung, verlieren wir mehr als nur medizinische Hilfe – wir verlieren Vertrauen, Fürsorge und Menschlichkeit.“ Mit diesem dringenden Appell an die Gesellschaft soll das Schicksal von Millionen Patienten, die tagtäglich auf die Versorgung durch niedergelassene Ärzt:innen angewiesen sind, ins Bewusstsein gerückt werden – mit einer Wucht, die Gänsehaut verspricht.

Die Kampagne wird neben TV auch auf digitalen Kanälen, im DOOH sowie auch in politischen Newslettern, Podcasts und im Print zu sehen sein. Sie läuft über fünf Wochen und hat eine geplante Reichweite von 119 Millionen Kontakte.

Auf Seiten von ressourcenmangel zeichnen sich Geschäftsführerin Claudia Díaz Sánchez, Kreativchef Sebastian Stelzer, Kreativdirektorin Rebekka Korthues, Senior Art Direktorin Josephine Jänicke, Art Direktorin Mary Cheung sowie André Drexler, Caroline Steeg und Susanne Litty in der Beratung verantwortlich.

Die Media verantwortet WPP Media Solutions mit Managing Director Hamon Hedyati und Associate Director Client Service Antonia Schippmann. Die Filme produzierte Markenfilm Berlin unter Produktion von Jovon Johannes Schmidt

Kontakt:
ressourcenmangel GmbH
Claudia Díaz

mail claudia.diaz@ressourcenmangel.de
net www.ressourcenmangel.de