

ressourcenmangel

Pressemeldung

Deutschland muss #Praxenland bleiben

Für die KBV macht sich ressourcenmangel für das Praxenland Deutschland stark

Berlin, 11. Februar 2025: „Deutschland muss #Praxenland bleiben“: Mit dieser Forderung startet die Kassenärztliche Bundesvereinigung (KBV) kurz vor der Bundestagswahl in eine neue Kampagnenphase. Der Appell wird dabei dringlicher: Die Politik muss jetzt handeln, damit die wohnortnahe Versorgung durch Ärztinnen und Ärzte, Psychotherapeutinnen und Psychotherapeuten erhalten bleibt. Schon seit 2024 erzählt die Kampagne „Wir sind für sie nah.“ in emotionalen Geschichten von der besonderen Nähe, die das Arzt-Patienten-Verhältnis in der Niederlassung ausmacht. Doch die Praxen in Deutschland geraten zunehmend unter Druck.

TV-Spot zeigt, was hier auf dem Spiel steht

Der neue TV-Spot setzt in teils real gedrehten, teils KI-modifizierten Bildern das Herzstück der Kampagne in Szene: Das Praxenland Deutschland mit seinen mehr als 100.000 ärztlichen und psychotherapeutischen Praxen. Hier kennen Ärzte nicht nur die Krankenakte ihrer Patienten, sondern auch ihre Geschichte. Doch wenn die Vorschriften und Auflagen steigen, die Bürokratie zunimmt und die Digitalisierung weiterhin unzureichend umgesetzt wird, werden immer mehr Praxen aufgeben oder keine Nachfolger finden. Betroffen sind davon vor allem die Patientinnen und Patienten, die auf die gute Gesundheitsversorgung vor Ort angewiesen sind. Sie stehen hinter ihren Ärztinnen und Ärzten, denn letztlich wollen alle dasselbe: eine qualitativ hochwertige, wohnortnahe ambulante Versorgung.

Die Motive mit zwei niedergelassenen Ärztinnen und einem Arzt als Kampagnengesichter greifen das auf. Mit Headlines wie „Im Wartezimmer sitzen Wähler“, „Wir werden lauter, damit Deutschland Praxenland bleibt“ und „Meine Patienten stehen hinter mir“ appellieren sie an die Politik, sich zum Praxenland zu bekennen und zu handeln: Deutschland muss Praxenland bleiben.

Politische Forderungen rücken in den Mittelpunkt

„Das Szenario ist bedrückend: Patientinnen und Patienten, die ihre Praxis vor Ort verlieren. Unser Spot zeigt, was auf dem Spiel steht, wenn im Praxenland nach und nach die Lichter ausgehen“, betont Claudia Díaz Sánchez, Geschäftsführerin der Berliner Agentur ressourcenmangel, die die Kampagne entwickelt hat. „Dabei ist diese Nähe zentral für eine gute Gesundheitsversorgung und damit für ein gutes Leben. Wenn Praxen schließen, sind am Ende die Patientinnen und Patienten die Leidtragenden.“

„Ob Zeitdruck oder bürokratische Auflagen, Ärzt:innen und Psychotherapeut:innen haben im Praxisalltag mit vielen Herausforderungen zu kämpfen. Emotionale Nähe

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

HRB 120112 B
Amtsgericht
Berlin-Charlottenburg

ressourcenmangel.de

Auftragsannahme
per CB auf Kanal 38:
Romeo Sierra Mike



ist das, was das System zusammenhält“, sagt Sebastian Stelzer, Kreativchef der Agentur. „Als Patientinnen und Patienten gehen wir nicht in irgendeine Praxis, sondern zu „unserem“ Arzt oder „unserer“ Ärztin, eben in „unsere“ Praxis. Auch für den gesellschaftlichen Zusammenhalt sind das wichtige Orte. Deshalb dürfen wir dieses Praxenland nicht verlieren.“

Die Zukunft steht auf dem Spiel

Mit Blick auf die anstehende Bundestagswahl ist diese Kampagnenphase ein wichtiger Baustein, um Politik und Öffentlichkeit aufzurütteln und für die schwierige Lage der Praxen zu sensibilisieren. Dr. Roland Stahl, Pressesprecher der KBV, unterstreicht: In diesem Spot steckt viel Emotion – als eine eindringliche Mahnung an die Politik, die wohnortnahe Gesundheitsversorgung nicht aufs Spiel zu setzen. Die engagierten niedergelassenen Ärztinnen und Ärzten sowie die Psychotherapeuten und Psychotherapeutinnen bilden das Rückgrat der ambulanten Versorgung. Das Praxenland Deutschland steht für Vertrauen, Fürsorge und Menschlichkeit. Deshalb muss Deutschland Praxenland bleiben.“

Die Kampagne wird im TV und auf digitalen Kanälen, im DOOH sowie in politischen Newslettern, Podcasts und im Print zu sehen sein. Sie läuft über fünf Wochen und hat eine geplante Reichweite von 163 Millionen Kontakten.

Bei ressourcenmangel zeichnen sich Geschäftsführerin Claudia Díaz Sánchez, Kreativchef Sebastian Stelzer, Kreativdirektorin Rebekka Korthues, Senior Art Direktorin Josephine Jänicke, Art Direktorin Mary Cheung sowie 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.

ressourcenmangel ist eine inhabergeführte Kommunikationsagentur mit über 300 Menschen an 6 Standorten in Deutschland. Zu unseren Kunden gehören ministeriale Auftraggeber, Medienhäuser, Verbände, Industrieunternehmen und Marken. Das Team liefert Strategie und Realisierung, kommunikative Erzählungen und Ideenentwicklung, digitale Konzeption und Implementierung. Unter dem Dach „Kreative Lösungen, exzellent ausgeführt“ versammelt ressourcenmangel die besten Expertinnen und Experten ihres Fachs für zeitgemäße, verbundene Kommunikation.

Kontakt:

ressourcenmangel GmbH
Daniela Ahrens, Senior Corporate Communications Managerin
Ludwigstraße 4
20357 Hamburg
mail ahrens@hirschen-group.com
net www.ressourcenmangel.de