

# KVen setzen erfolgreiche Image-Kampagne fort

Die Image-Kampagne von Kassenärztlicher Bundesvereinigung (KBV) und KVen stellt in diesem Jahr die Dimension und die Leistungen der ambulanten Versorgung in den Mittelpunkt – auch im Notdienst.

von Heiko Schmitz

**D**er Erfolg der vor fünf Jahren gestarteten Initiative der Niedergelassenen kann sich sehen lassen: Jeder fünfte Deutsche kennt die Kern-Kampagne, drei Viertel der Medizinstudierenden kennen die Nachwuchswerbung. Die Motive und Claims auf den diesjährigen Plakaten, die seit dem 16. Mai, im Juni und nochmal im Oktober bundesweit zu sehen waren und sein werden, transportieren eine eindeutige Botschaft: Die rund 165.000 niedergelassenen Hausärzte, Fachärzte und Psychologischen Psychotherapeuten sorgen flächendeckend für eine ambulante Versorgung, die nach wie vor ihresgleichen sucht, weil sich Ärzte und Psychotherapeuten mit vollem Einsatz um die Patienten kümmern – in einer Metropole wie Berlin ebenso wie in einer Kleinstadt oder auf dem Land.

Die Plakate hängen in allen Landeshauptstädten und auf allen IC/ICE-Bahnhöfen. „Die Motive sind einmal mehr echte Hingucker und auch nach inzwischen fünf Kampagnenjahren immer wieder überraschend und zugleich informativ – eine echter Gewinn für die niedergelassene Ärzteschaft, deren Arbeit realistisch und pointiert abgebildet wird“, sagt Dr. Frank Bergmann, Vorstandsvorsitzender der Kassenärztlichen Vereinigung (KV) Nordrhein.

## Die Zukunft der Sicherstellung

Die sechs Plakatmotive zeigen Mediziner und Therapeuten in ihrem Arbeitsumfeld: ein Orthopäde auf dem Weg zum ärztlichen Bereitschaftsdienst, der auch nachts für die Patienten da ist, eine Hausärztin am Strand von Ueckermünde, die sich auch bei Gegenwind für ihre Patienten einsetzt, eine Psychotherapeutin in einem großstädtischen Wohnviertel, die sich den Ängs-

ten ihrer Klienten annimmt. Die Motive sollen authentisch wirken – wie die realen Ärzte und Therapeuten, die von Anfang an in der vor fünf Jahren gestarteten Kampagne zu sehen waren und für ihren Beruf warben.

Gegenstand der Kampagne ist in diesem Jahr aber nicht nur der Status Quo der ambulanten Versorgung. Deren Probleme werden nicht ausgeblendet, aber auch nicht larmoyant beklagt. Dass die Bedingungen für die Sicherstellung angesichts des demografischen Wandels, der Urbanisierung und der immer größer werdenden Inanspruchnahme ärztlicher Leistungen bei gleichzeitig abnehmenden Ressourcen – Stichwort „Ärztemangel“ – zunehmend schwieriger werden, wird bewusst zum Thema gemacht. Dazu hat die KBV eigens eine „Woche der ambulanten Versorgung“ ausgerufen mit vielen Aktionen in Berlin und in den Länder-KVen – der Besuch von Bundesgesundheitsminister Hermann Gröhe und KBV-Chef Dr. Andreas Gassen bei der KV Nordrhein am 30. Juni gehörte dazu.

Unter dem Titel „Ohne uns tut’s weh“ erschien zudem ein Booklet, das nicht nur über die Leistungen und Herausforderungen der ambulanten Versorgung informiert,

sondern jeweils ein Best-Practice-Beispiel aus jeder KV vorstellt – in Nordrhein zum Beispiel die überaus erfolgreichen „Praxisbörsentage“ für Ärzte und Therapeuten, die eine Praxis abgeben oder suchen, mit kommunaler Beteiligung und Werbung für einzelne Regionen, die besonders dringlich ärztlichen Nachwuchs suchen.

## 116117 im Fokus

Im Oktober wird eine bundesweite PR-Aktion zum Bereitschaftsdienst folgen, dessen Bedeutung als wesentliches Element des Sicherstellungsauftrags der KVen dargestellt wird. Im Mittelpunkt dabei: die 116117, deren Bekanntheit gesteigert werden soll. Dazu tragen unter anderem ein Radiospot, Anzeigen, Werbung auf den Fluggastbrücken in Berlin-Tegel sowie eingängige Claims bei. Beispiele: „Wir haben was gegen überfüllte Notaufnahmen: den ärztlichen Bereitschaftsdienst.“ Oder: „Bei akuten Notfällen: 112. Bei akuten Beschwerden: 116117.“

Als großen PR-Erfolg werten die KVen auch die im Windschatten der Image-Kampagne angelaufene Nachwuchswerbung, die vor allem über Plakatschaltungen und die Webseite [www.lass-dich-nieder.de](http://www.lass-dich-nieder.de) transportiert wird: Drei Viertel der Medizinstudierenden kennen die Nachwuchskampagne und nehmen sie positiv wahr. **RA**

**Dr. Heiko Schmitz** ist Leiter des Bereichs Presse und Medien der KV Nordrhein.



Quelle: KBV