

Neue Kampagne der KVen und der KBV

Mit einer breit angelegten Kampagne gehen die KBV und die Kassenärztlichen Vereinigungen jetzt an die Öffentlichkeit, um auf die zugespitzte Situation in der ambulanten Gesundheitsversorgung aufmerksam zu machen. Unter dem Motto „Wir sind für Sie nah.“ wird signalisiert, dass die wohnortnahe ambulante Versorgung in akuter Gefahr und ein gesundheitspolitischer Richtungswechsel erforderlich ist.

Wohnortnah, leicht zu erreichen - einfach nahe bei den Menschen sind die niedergelassenen Ärztinnen und Ärzte sowie Psychotherapeuten und Psychotherapeutinnen mit ihren Praxen. Sie begleiten ihre Patientinnen und Patienten vertrauensvoll durch alle Lebenslagen, oft über eine lange Zeit. Aber: Die politischen Rahmenbedingungen machen den Praxen die Arbeit schwer. Trotz langer Arbeitstage bleibt nur wenig Zeit für die Patientinnen und Patienten. Eine überbordende Bürokratie und nicht ausgereifte Digitalisierungsmaßnahmen kosten zu viele Ressourcen. Viele Patienten sind in Sorge, dass immer mehr Praxen dichtmachen müssen und sie die Nähe zu ihren Ärzten und Psychotherapeuten verlieren.

Kampagne macht auf schwierige Lage der Praxen aufmerksam

Ziel der Aufklärungskampagne ist es, in der allgemeinen Bevölkerung und in politischen Entscheiderkreisen den gesellschaftlichen Wert der wohnortnahen und qualitativ hochwertigen ambulanten Versorgung herauszustellen und zu steigern. Mit der Botschaft „Wir sind für Sie nah.“ wird sowohl das besondere Vertrauensverhältnis als auch die Notlage der niedergelassenen Ärzte- und Psychotherapeuten symbolisiert. Die Nähe und das daraus entstehende Vertrauen ist der Kern der einzigartigen Beziehung zwischen niedergelassenen Ärzten, Psychotherapeuten und ihren Patienten.

Gleichzeitig wird deutlich, was auf dem Spiel steht, wenn sich die politischen Rahmenbedingungen nicht zügig ändern: Ohne politisches Handeln keine ambulante Versorgung. Ohne ambulante Versorgung keine Nähe. Ohne Nähe kein Vertrauen. Die Kampagne setzt deshalb auf das positive Versprechen und die Leistungsbereitschaft der niedergelassenen Ärztinnen und Ärzten sowie Psychotherapeutinnen und Psychotherapeuten: Wir sind für Sie nah. Aber nah an der Erschöpfung. Nah an der Schließung. Nah am Kollaps.

TV-Spots, Plakate, Anzeigen und Banner in den sozialen Medien

Die Kampagne soll die politischen Entscheider und die breite Bevölkerung auf den Wert der wohnortnahen ambulanten Versorgung aufmerksam machen und die aktuellen Probleme der Praxen aufzeigen.

Deutschlandweit werden mit Kampagnenstart Plakate sowie Print- und digitale Anzeigen mit den emotionalen Motiven zu sehen sein. Zudem werden öffentlichkeitswirksame TV-Spots auf unterschiedlichen Kanälen sowie Anzeigen in den sozialen Netzwerken geschaltet, um eine möglichst breite Öffentlichkeit zu erreichen.

Für das Shooting der Kampagnenmotive hatten die KVen einen Bewerbungsauftrag gestartet, worauf die Resonanz enorm war. Innerhalb einer Woche hatten sich über 300 interessierte Niedergelassene mit einem Foto oder kurzen Video beworben, um die Kampagne zu unterstützen.

Außerdem wurden Videointerviews geführt, um über die Situation in den Praxen zu sprechen. Diese Statements werden im Laufe der Kampagne sowohl auf der Kampagnenwebsite als auch auf Social-Media-Kanälen gezeigt.

Aktuelle Befragung bestätigt dramatische Situation

Eine aktuelle repräsentative Umfrage, die das Meinungsforschungsunternehmen Civey für die KBV durchgeführt hat, zeigt auch die Sorge der Patienten - die Hälfte der Befragten befürchtet, dass ihre Arztpraxen in naher Zukunft schließen werden. Über 62 Prozent stimmen der Einschätzung zu, dass sich Arztpraxen in Deutschland aktuell in einer Notlage befinden.

Die größten Belastungen sehen sie in der Bürokratie (57,4 Prozent), im Personalmangel (48 Prozent) und in der hohen Arbeitsbelastung (38,5 Prozent).

Fast 90 Prozent geben an, dass ihnen das Thema ambulante ärztliche Versorgung wichtig ist und bei über der Hälfte spielt das Thema bei der Wahlentscheidung für eine Partei eine Rolle.

Immer mehr Ärzte steigen aus der Versorgung aus

Aktuelle Daten des Bundesarztregisters verdeutlichen, dass durch die „Babyboomer“ überdurchschnittlich viele Ärztinnen und Ärzte in naher Zukunft aus der vertragsärztlichen Versorgung aussteigen. Vor allem dem Westen droht ein erheblicher Hausarztmangel, denn dort ist die Zahl der über 60-jährigen Hausärzte besonders hoch.

Bundesweit sind aktuell über 30 Prozent aller Ärzte und Psychotherapeuten über 60 Jahre alt. Mit 37 Prozent ist dieser Anteil bei den Hausärzten besonders hoch. Hinzu kommt, dass 61 Prozent der Ärzte und Psychotherapeuten überlegen, aufgrund der Rahmenbedingungen früher in den Ruhestand zu gehen. Dies hatte eine Befragung Ende vorigen Jahres gezeigt.

Weitere Informationen zu Einzelheiten und Hintergründen der Kampagne sowie Motive und TV-Spots finden sich auf der Website www.rettet-die-praxen.de.

Wo gibt es Infomaterialien für Praxen?

Für Praxen, die die Kampagne unterstützen wollen, stellt die KBV kostenlos verschiedene Kampagnen-Materialien zur Nutzung bereit

- „Wir sind für Sie nah.“ E-Mail Abbinder (JPG, 82 KB)
- Hinweise zur Nutzung der Social-Media-Posts (Stand: 22.04.2024, PDF, 92 KB)
- „Wir sind für Sie nah.“ Webteaser (JPG, 67 KB)
- „Wir sind für Sie nah.“ Social Media Grafik Psychologin (JPG, 265 KB)
- „Wir sind für Sie nah.“ Social Media Grafik Hausarzt (JPG, 391 KB)
- „Wir sind für Sie nah.“ Social Media Grafik Gynäkologin (JPG, 332 KB)

In Kürze werden auch zwei Plakate für das Wartezimmer kostenlos verfügbar sein. Wir informieren Sie, sobald die Poster bestellt werden können.

Was sind die wichtigsten Kampagnen-Maßnahmen zum Start?

Die Kampagne "Wir sind für Sie nah." startete am 22. April 2024 und ist ab diesem Zeitpunkt mit TV-Spots in zahlreichen öffentlich-rechtlichen und privaten TV-Sendern präsent. Ergänzend dazu werden bundesweit Plakate, Printanzeigen in Leitmedien wie Süddeutsche Zeitung und Frankfurter Allgemeine Zeitung sowie digitale Werbemaßnahmen unter anderem in sozialen Medien, Online-Medien sowie politischen Podcasts und Newslettern geschaltet. Eine Auswahl:

24. April

- ARD Wissen vor acht um 19:48 Uhr
- RTL Stern TV um 23:20 Uhr

26. April

- ZDF Heute um 18:59 Uhr
- ARD Sportschau vor 8 um 19:48 Uhr

27. April

- ARD Lotto um 19:58 Uhr
- Citylight- und Großflächenplakate auf fast 250 Flächen bundesweit, u. a. in allen Landeshauptstädten
- Printanzeigen in Leitmedien wie Süddeutsche Zeitung, Frankfurter Allgemeine Zeitung und Handelsblatt
- Digitale Werbemaßnahmen u. a. in den sozialen Medien X, Facebook, Instagram, LinkedIn, in Online-Medien wie FAZ.NET, Spiegel, Zeit online, Tagesspiegel, sowie in politischen Podcasts und Newslettern

Die Motive der Kampagne werden in der ersten Phase sechs Wochen auf den verschiedenen Kanälen sichtbar sein. Weitere Maßnahmen schließen sich an.

Mehr Links zum Thema

- www.rettet-die-praxen.de
- [Materialien der Auftakt-Pressekonferenz zur Kampagne \(Stand: 22.04.2024\)](#)
- [KBV-Themenseite zur Kampagne](#)