

Z Rheumatol 2022 · 81:487–491
<https://doi.org/10.1007/s00393-022-01191-8>
 Angenommen: 2. Dezember 2021
 Online publiziert: 7. April 2022
 © The Author(s), under exclusive licence to Springer Medizin Verlag GmbH, ein Teil von Springer Nature 2022

Redaktion
 Andreas Krause, Berlin



Öffentlichkeitskampagne „rheuma2025“ des Bündnisses für Rheumatologie

Hanns-Martin Lorenz^{1,2} · Sonja Froschauer³ · Regina Hanke⁴ · Bernhard Hellmich⁵ · Andreas Krause^{2,6} · Heinz-Jürgen Lakomek^{7,8} · Ina Kötter⁹ · Johannes Strunk^{8,10} · Anna Voormann² · Silke Zinke¹¹

¹ Sektion Rheumatologie, Med. Klinik V, Universitätsklinikum Heidelberg, Heidelberg, Deutschland; ² Deutsche Gesellschaft für Rheumatologie e. V., Berlin, Deutschland; ³ BDRh Service GmbH, Grünwald, Deutschland; ⁴ Lindgruen GmbH, Berlin, Deutschland; ⁵ Medius Kliniken gGmbH, Kirchheim unter Teck, Deutschland; ⁶ Immanuel Krankenhaus Berlin, Berlin, Deutschland; ⁷ Mühlenkreiskliniken Minden, Minden, Deutschland; ⁸ Verband Rheumatologischer Akutkrankenhäuser e. V. Berlin, Berlin, Deutschland; ⁹ Klinik für Rheumatologie und Immunologie, Klinikum Bad Bramstedt GmbH, Bad Bramstedt, Deutschland; ¹⁰ Krankenhaus Porz am Rhein, Porz am Rhein, Deutschland; ¹¹ Berufsverband Deutscher Rheumatologen e.V., Berlin, Deutschland

Zusammenfassung

Das Ziel der Öffentlichkeitskampagne „rheuma2025“ des Bündnisses für Rheumatologie ist die Verbesserung der Versorgung unserer Patienten. Dazu muss eine Zahl an Weiterbildungsstellen geschaffen werden, die dem Bedarf der Bevölkerung entspricht. Der ärztliche Nachwuchs muss noch mehr für das Fach interessiert und gewonnen werden. Eine flexiblere Bedarfsplanung in der KV-Zulassung von RheumatologInnen muss die Niederlassung erleichtern, die rheumatologische Akutversorgung in spezialisierten Krankenhäusern muss gestärkt werden. Letztlich soll das Bild der Rheumatologie in der Öffentlichkeit geschärft werden. Dafür wurde auf der Kampagnenhomepage (<https://rheuma2025.de>) ein Bausatz an Werkzeugen hinterlegt, die Studierende und ÄrztInnen sowie die Öffentlichkeit ansprechen sollen. Verschiedene Medienkanäle für rheuma2025 wurden eingerichtet und mit zielgruppenspezifischen Inhalten gefüllt.

Schlüsselwörter

Rheumatologische Erkrankungen · Öffentlichkeitsarbeit · Versorgung · Lehre · Medien

Das Bündnis für Rheumatologie als Zusammenschluss der Deutschen Gesellschaft für Rheumatologie e. V. (DGRh), des Berufsverbandes Deutscher Rheumatologen e. V. (BDRh) und des Verbands rheumatologischer Akutkliniken e. V. (VRA) hat mit Unterstützung der Rheumatologischen Fortbildungsakademie, aber ohne ein Sponsoring Dritter, eine Öffentlichkeitskampagne

ins Leben gerufen. Das Projekt mit dem Titel „rheuma2025“ hat sich zum Ziel gesetzt, die notwendige rheumatologische Versorgung unserer PatientInnen mittelfristig zu verbessern und langfristig zu sichern, die Anzahl von Weiterbildungsstellen auf den tatsächlichen Bedarf zu erhöhen, den ärztlichen Nachwuchs für unser Fachgebiet zu gewinnen und die



QR-Code scannen & Beitrag online lesen

Tab. 1 Ziele der Kampagne

Verbesserung und Sicherstellung der rheumatologischen Versorgung der PatientInnen
Erhöhung der Anzahl an Weiterbildungsstellen
Steigerung des Interesses der Studierenden am Fach Rheumatologie
Erleichterung der Niederlassungsmöglichkeiten durch Flexibilisierung der Bedarfsplanung
Stärkung der rheumatologischen Akutkrankenhäuser
Schärfung des Bildes Rheuma(tologie) in der Öffentlichkeit

Infobox 1

Soziale Medien

- Instagram: https://www.instagram.com/r_rhmtlgy/
- Facebook: https://www.facebook.com/R_rhmtlgy-101226172066289
- Twitter: https://www.twitter.com/JC_rhmtlgy
- YouTube: <https://www.youtube.com/Channel/UCpdHtpdlaAe35ORxW28Pdyg>

Studierenden für das Fach Rheumatologie zu interessieren. Des Weiteren sollen die Niederlassung als Rheumatologinnen durch eine flexiblere Bedarfsplanung der rheumatologischen Sitze erleichtert und die rheumatologischen Akutkliniken gestärkt werden. Letztlich will die Kampagne in Medizin und Öffentlichkeit das Bild der Rheumatologie als wichtige, innovative und breit aufgestellte medizinische Disziplin schärfen (■ Tab. 1).

Ziele der Öffentlichkeitskampagne

Um die Kampagne zum Erfolg zu führen und möglichst viele Interessierte zu erreichen, bedarf es der Nutzung moderner Kommunikationsmedien. Das Bündnis für Rheumatologie beschloss, sich dafür professionelle Expertise einzukaufen. Auf die Ausschreibung bewarben sich mehrere Firmen, nach interner Diskussion wurde die Berliner Designagentur Lindgrün GmbH engagiert. In enger Zusammenarbeit mit Lindgrün entwickelte das Bündnis unterschiedliche Informations- und Kommunikationsmodule. Je nach Zielgruppe (Studierende und WeiterbildungsassistentInnen; allgemeine Öffentlichkeit; GesundheitspolitikerInnen) richtete Lindgrün verschiedene Medienkanäle für rheuma2025 ein und füllte diese – ebenso zielgruppenspezifisch aufbereitet – mit unter Beteiligung von Experten erstellten Inhalten.

» Alle Aktionen sind auf der Website der Öffentlichkeitskampagne <https://rheuma2025.de> zusammengefasst

Alle Aktionen sind auf der Website der Öffentlichkeitskampagne <https://rheuma2025.de> zusammengefasst. Hier sind unsere Forderungen und Ziele nochmals dezidiert gelistet: Der Versorgungs-

mangel wird dargestellt, und das Ziel von 1350 aktiv in der Versorgung tätigen internistischen Rheumatologinnen wird als Minimalziel formuliert. Darüber hinaus fordern wir eine bedarfsgerechte Anzahl von Weiterbildungsstellen, die sich nicht am finanziellen Umsatz der Teildisziplin im Weiterbildungs Krankenhaus orientiert, sondern am tatsächlichen Versorgungsbedarf der Bevölkerung. Dieses Problem der DRG-basierten Krankenhausfinanzierung wird deutlich angesprochen: Wir verweisen auf andere Länder der Europäischen Union, bei denen die Anzahl der Weiterbildungsstellen einer Fachdisziplin am vorsehbaren Bedarf der Bevölkerung berechnet und zentral festgelegt wird. Die Finanzierung dieser Weiterbildung wird steuerlich unterstützt – mit der erfreulichen Konsequenz, dass es hier keinen Mangel an fachärztlicher rheumatologischer Versorgung gibt. Des Weiteren wollen wir mit den Inhalten der Kampagne erreichen, dass die stationäre Weiterbildung durch den Erhalt rheumatologischer Akutkrankenhäuser gesichert ist mit Schwerpunkt in der interdisziplinären und multimodalen Therapie muskuloskeletaler sowie chronisch-entzündlicher Systemerkrankungen. Schließlich fordern wir die umfassende Präsenz rheumatologischer Lehrinhalte an jedem Universitätsklinikum Deutschlands. Der nationale kompetenzbasierte Lernzielkatalog NKLM listet alle wichtigen rheumatologischen Lehrinhalte, die an jeder Fakultät verpflichtend gelehrt werden müssen. Dies kann nur mit einer fachkompetenten rheumatologischen Lehrinheit am Universitätsklinikum gelingen. Mit der Verabschiedung des NKLM sehen wir jede der 36 Fakultäten in der Bringschuld, allen Studierenden ein den NKLM erfüllendes Lehrangebot zu unterbreiten. Darüber hinaus müssen bei dem exponentiell wachsenden Wissen in der theoretischen und klinischen Immunologie eigenständige und starke Forschungseinheiten an jedem wissenschaftsorientierten Universitätsklinikum existieren – mit sichtbarer Kompetenz in der Entzündungsmedizin. Weitere Forderungen sind die Schaffung von Planungssicherheit für rheumatologische Sonderbedarfszulassungen und die einmalige Umwandlung von Sonderbedarfszulassungen in reguläre kassenärztliche Sitze: Nur so kann das Ziel erreicht

werden, die vom gemeinsamen Bundesausschuss G-BA festgelegte Mindestquote von 8 %, künftig vorzugsweise 10 % Anteil an rheumatologischen Sitzen an der Gruppe der fachärztlichen Internisten tatsächlich zu besetzen.

Werkzeuge zur Verbreitung der Kampagneninhalte

Um die Botschaften der Kampagne zu verbreiten und die Ziele zu erreichen, wurde v.a. durch die gestalterische und praktische Expertise der Firma Lindgrün ein „Toolkit“ zusammengestellt (<https://rheuma2025.de>). Auf der Website sind alle Werkzeuge hinterlegt: Die Module mit Folien, offiziellen Bannern und anderen Materialien stehen allen Mitgliedern des Bündnisses zur Verbreitung im persönlichen Netzwerk zur Verfügung. Jedes Mitglied eines der Bündnispartner für Rheumatologie soll und kann die Materialien in eigenen Vorträgen oder bei eigenen Veranstaltungen nutzen.

In den sozialen Medien ist die Öffentlichkeitskampagne sehr präsent (■ Infobox 1).

Um die Inhalte auch optisch ansprechend zu transportieren und Neugierde auf die Kampagne zu wecken, wurde eine Designschrift von Lindgrün entworfen, die ebenfalls für die Kampagnenzwecke benutzt werden darf und kann (■ Abb. 1).

Darüber hinaus findet sich auf der Homepage Bildmaterial zu den Aktivitäten in den sozialen Medien, z.B. für die Module der Videoserie „FreiGang“. Texte zur freien Nutzung sind dort ebenso abgelegt wie Banner für Mailings. Das rote, gestaltete R der Kampagne ist mittlerweile markenrechtlich geschützt (■ Abb. 2).

Präsentationsfolien mit Hinweisen auf die Kampagne, z.B. für Vorträge, sind zur freien Verwendung ebenfalls auf der Homepage abgelegt.

Kampagnenmodule

Dem großen Engagement der Firma Lindgrün und vieler Kolleginnen und Kollegen des Bündnisses sind mehrere Module unterschiedlicher Art zu verdanken. Ein Modul ist der sog. „FreiGang“, eine Videoserie im Interviewformat; hierfür wurde der Medizinstudent Jonathan Beron

Hier steht eine Anzeige.





Abb. 1 ▲ Schriftbeispiele. (Mit freundl. Genehmigung © Bündnis für Rheumatologie und Lindgrün GmbH, alle Rechte vorbehalten)

engagiert, der Kolleginnen und Kollegen der Rheumatologie zu verschiedenen Themen interviewt. Dr. Diana Ernst befragte er zum Thema „Klinik, Praxis, Kinder – keine Zeit?“, Dr. Martin Krusche zu „Sind AssistenzärztInnen die Arbeitstiere der Station?“, Dr. Silke Zinke zu „24/7 Rheumatologie?“, Prof. Dr. Bimba Hoyer zu „Weiblich, jung, Professorin = Minderheit?“, Laura Konrad als Studierende im Praktischen Jahr zu „Famulatur und PJ“, Prof. Dr. Markus Gaubitz zu „Lässt sich Lehre lernen?“, Prof. Dr. Gerd-Rüdiger Burmester zum Thema „Wenn ForscherInnen forschen – zwischen PatientInnen und Drittmittelakquise“ sowie „Open Science – zukunftsfähig?“. Weitere Freigänge waren bei Redaktionsschluss des Artikels in Planung. Diese Interviews zum Status der Rheumatologie sowie der täglichen rheumatologischen Praxis werden hauptsächlich von jüngeren Kolleginnen und Kollegen rege besucht, wie Abrufanalysen der Firma Lindgrün ergaben.

Speziell für Studierende ist ein Quiz eingestellt mit Fragen aus der pädiatrischen und Erwachsenen-Rheumatologie, die mit Bildern illustriert sind und prüfungähnlich verschiedene Auswahlmöglichkeiten bieten.

Ein weiteres Modul, das im Rahmen der Öffentlichkeitskampagne entstand, ist der *JC rhmtlgy*, also ein Journal Club zu bestimmten forschungsrelevanten und aktuellen Themen der Rheumatologie. Weitere Folgen des *JC rhmtlgy* werden monatlich eingestellt. Bisher hat Prof. Dr. Hanns-Martin Lorenz zu „Entzündungen und Fibrose“ gesprochen, PD Dr. Uta Kilz über „Funktionsfähigkeit bei axialer SpA – was, wann, wie, warum?“, Dr. Rebecca Hasseli zum Thema „Erhöhen Rheumamedikamente das Risiko für schwere Verläufe von COVID-19 bei Patienten mit rheumatoider Arthritis“, sowie Prof. Dr. Ulf Wagner zum Thema „Charakterisierung pathologischer

Zellpopulationen bei rheumatoider Arthritis mittels Einzelzell-RNA-Sequenzierung“.

Speziell für Studierende sind Informationen verfügbar, in denen das Bündnis das Fach Rheumatologie als wissenschaftsorientiert zeigt und als spannendes, weil detektivisch vorgehendes und analytisch abwägendes Fach der Medizin, als ein Fach, in dem das Patientengespräch einen hohen Wert hat, als ein Fach mit vielfältigen Entwicklungschancen und einem hohen Maß an Gestaltungsspielraum, letztlich als die internistische Disziplin mit dem vielleicht höchsten Ausmaß an Interdisziplinarität.

Ebenfalls für Studierende sind prüfungsrelevante IMPP-Fragen früherer Staatsexamina eingestellt, was die Homepage für dieses Zielkollektiv besonders interessant macht. Schließlich haben wir für die Studierenden eine/n AnsprechpartnerIn an fast allen Fakultäten definiert, der/die für Fragen der jungen Kolleginnen und Kollegen zur Verfügung steht, Kontakte vermittelt und so das Interesse am Fach zusätzlich bestärkt. Sehr hilfreich und hoffentlich viel genutzt ist ein Link auf die Stellenbörse der DGRh und die Seite mit Famulaturangeboten beim BDRh.

Lindgrün hat zur modernen Bewerbung und Verbreitung der Kampagne bei jungen Kolleginnen und Kollegen einige Influencer engagiert, die über ihr Netzwerk rheuma2025 bewerben und damit publik machen.

Darüber hinaus sind *haptische* Aktionen gestartet worden, in vielen Kliniken durch das Verteilen von Informationsflyern, das Aushängen von Postern, das Bestücken von Fahrradsätteln mit Schutzbezügen, auf denen das „R“-Logo der Kampagne ebenso prangt wie die Kontaktadressen der verschiedenen Social-Media-Kanäle. Eine weitere öffentlichkeitswirksame Aktion, die gerade diskutiert wird, ist eine Roadshow an einzelnen Universitätskliniken, zu der während des Sommerse-



Abb. 2 ▲ R – das geschützte Markenzeichen der Kampagne. (Mit freundl. Genehmigung © Bündnis für Rheumatologie und Lindgrün GmbH, alle Rechte vorbehalten)

mesters Studierende zum Gespräch eingeladen werden. Diese Treffen umrahmt ein attraktives Begleitprogramm, die lokale Presse wird dazu ebenfalls eingeladen.

Um die Gesundheitspolitik auf das Versorgungsproblem ihrer rheumatologisch erkrankten Wählerinnen und Wähler aufmerksam zu machen, wurde ein kleines Handout mit Kernbotschaften von Lindgrün entworfen und von den Bündnispartnern konsentiert. Dieser Flyer wurde gerade in der Zeit nach der Bundestagswahl 2021 an EntscheidungsträgerInnen der Gesundheitspolitik verteilt in der Hoffnung, mit den PolitikerInnen ins Gespräch zu kommen, die Ursachen des Versorgungsmangels zu beleuchten, Lösungswege zu identifizieren und dadurch neue Akzente setzen zu können.

Eines der Kernziele dieser politischen Aktion ist es, die PolitikerInnen für das Versorgungsproblem zu öffnen und dahingehend zu sensibilisieren, dass das deutsche Krankenhausfinanzierungssystem über DRG unmittelbar und entscheidend die Anzahl der Weiterbildungsstellen bestimmt und nicht der Bedarf der Bevölkerung an FachärztInnen, wie es sein sollte. Diese Anzahl der so geschaffenen Weiterbildungsstellen in den unterschiedlichen Fächern der Medizin spiegelt aber inzwischen bei Weitem nicht mehr den Bedarf der Bevölkerung an bestimmten FachärztInnen wider, so dass es zu einer eklatanten Schieflage zwischen fachspezifischem Weiterbildungsangebot für junge KollegInnen und dem eigentlichen Bedarf

der Bevölkerung kam. Die Öffentlichkeitskampagne zielt auch darauf hin, die Krankenhausfinanzierung einerseits und die Finanzierung von Weiterbildung andererseits zu entkoppeln, wie dies in anderen Ländern der EU erfolgreich praktiziert wird.

Evaluation

Um die Öffentlichkeitskampagne zu evaluieren, haben wir in Zusammenarbeit mit der Universität Erfurt eine Examenskandidatin in Kommunikationswissenschaft engagieren können. Sie analysiert über einen Fragebogen, den sie an die Fachschaften aller Universitätsklinikum verschickt hat, den Kenntnisstand und das Interesse an der Rheumatologie vor Beginn der Kampagne. Eine zweite Welle der Evaluation startete zu Beginn 2022. Darin wurde untersucht, ob die Kampagne bei Studierenden bekannt wurde, wie sie ankam und ob sie eine messbare Änderung in der Aufmerksamkeit der Rheumatologie gegenüber bewirken konnte.

Fazit für die Praxis

- Die Öffentlichkeitskampagne des Bündnisses für Rheumatologie wurde als ein wichtiges gemeinsames Projekt in zielorientierter Dynamik und sehr kooperativer Konsequenz in recht kurzer Zeit gestartet.
- Mit verschiedenen Werkzeugen wurde eine auch optisch ansprechende Aktion mit der Fa. Lindgrün als exzellenten Partner in der Vermittlung unserer Kampagnenziele geschaffen.
- Die Öffentlichkeitskampagne wird in der derzeitigen Intensität noch bis Ende 2022 aktiv laufen in der Hoffnung, in dieser Zeit die Rheumatologie als interessantes, wissenschaftlich aktives und innovatives Fach in den Gedanken der Studierenden zu verankern, GesundheitspolitikerInnen zu öffnen für die Problematik der mangelnden Versorgung der Bevölkerung bei rheumatologischen Problemen und letztlich die Öffentlichkeitskampagne zu verselbstständigen.
- Diese Verstärkung wird Aufgabe des Bündnisses für Rheumatologie ab 2023 sein.

Publicity campaign rheuma2025 of the Union for Rheumatology

The publicity campaign “rheuma2025”, initiated by the Union for Rheumatology, aims at improvement of patient-centered care. For this the number of positions for trainees in rheumatology needs to increase to a level which matches the public needs. Students in medical school must have even more interest for the discipline and they must be recruited. Regulatory constraints in the approval by the authorities for opening a private rheumatology practice must become much more flexible. The possibilities for in-patient acute care of patients in specialized hospitals have to be strengthened. Finally, the public image of rheumatology per se must be sharpened. To achieve these goals a homepage for the campaign was created (<https://rheuma2025.de>), which provides a toolkit of items for the public, for physicians and students. Various media channels for rheuma2025 were established with specific contents for each target group.

Keywords

Rheumatological diseases · Publicity campaign · Patient care · Education · Media

Korrespondenzadresse

Prof. Dr. Hanns-Martin Lorenz

Sektion Rheumatologie, Med. Klinik V,
Universitätsklinikum Heidelberg
Im Neuenheimer Feld 410, 69120 Heidelberg,
Deutschland
hanns-martin.lorenz@med.uni-heidelberg.de

Danksagung. Dank an Kolleginnen und Kollegen, die sich für die Kampagne engagiert haben, v. a. (in alphabetischer Reihenfolge) Prof. Martin Aringer, Prof. Eugen Feist, Dr. Isabell Haase, Prof. Gernot Keyser, Dr. Johanna Mucke, Prof. Gabriela Riemekasten, PD Dr. Philipp Sewerin, Dr. Diana Vossen, Prof. Ulf Wagner, Prof. Torsten Witte

Einhaltung ethischer Richtlinien

Interessenkonflikt. H.-M. Lorenz, S. Froschauer, R. Hanke, B. Hellmich, A. Krause, H.-J. Lakomek, I. Kötter, J. Strunk, A. Voormann und S. Zinke geben an, dass kein Interessenkonflikt besteht.

Für diesen Beitrag wurden von den Autoren keine Studien an Menschen oder Tieren durchgeführt. Für die aufgeführten Studien gelten die jeweils dort angegebenen ethischen Richtlinien.