

SGAIM lanciert eine Werbeoffensive für mehr Nachwuchs in der Allgemeinen Inneren Medizin

So können SGAIM-Mitglieder unsere Kampagne unterstützen

Bruno Schmucki

Verantwortlicher Administration und Kommunikation SGAIM

Heute startet die SGAIM mit dem Slogan «Ärztin/Arzt. Alle anderen sind Spezialisten.» eine breite Imagekampagne für mehr medizinischen Nachwuchs im Fachbereich der Allgemeinen Inneren Medizin. Wichtigste Zielgruppe sind Medizinstudierende und Studienabgänger/-innen, die sich entscheiden müssen, welchen Weg sie in der Weiterbildung einschlagen werden. Die Wirkung der verschiedenen Werbemaßnahmen kann massiv verstärkt werden, wenn diese von möglichst vielen SGAIM-Mitgliedern aktiv unterstützt und mitgetragen werden.

Letzten Herbst hat die Delegiertenversammlung der SGAIM grünes Licht für eine breit angelegte Werbeoffensive für mehr medizinischen Nachwuchs in der Allgemeinen Inneren Medizin (AIM) gegeben. Der Vorstand der SGAIM begründet die Notwendigkeit für dieses Vorgehen in einem ausführlichen Artikel in der heutigen Ausgabe (10/2018) der *Schweizerischen Ärztezeitung (SÄZ)*: «Das Zusammentreffen der drei Faktoren – Demografie, Fragmentierung der medizinischen Versorgung sowie der verstärkte Wunsch nach neuen Arbeitsmodellen – bedingt, dass in den nächsten Jahren deutlich mehr Allgemeininternist/-innen sowohl für den stationären wie auch für den ambulanten Bereich ausgebildet werden müssen, damit eine qualitativ hochstehende Basisversorgung in der Schweiz weiterhin flächendeckend garantiert werden kann.»

Selbstbewusst und ein bisschen provokativ

Der Auftritt und die Hauptbotschaft der Werbekampagne der SGAIM sind sehr selbstbewusst, aber auch ein bisschen provokativ: Die Fachärztinnen und -ärzte der AIM garantieren mit ihrem professionellen Engagement die breite medizinische Grundversorgung in der Schweiz. Sie behalten den Überblick und sehen ihre Patientinnen und Patienten als ganze Menschen und nicht nur als eine Ansammlung von zu behandelnden Organen.

Der Slogan *Ärztin/Arzt. Alle anderen sind Spezialisten.* enthält deshalb eine kleine Spitze gegen die zunehmende Spezialisierung in der Humanmedizin. Zudem

kokettiert er mit dem bekannten Werbespruch einer nationalen Vermarktungsorganisation für einheimische Lebensmittel. Die beiden Bildsujets zeigen denn auch eine junge Ärztin und einen jungen Arzt, die sich lächelnd den Betrachter/-innen zuwenden. Im Hintergrund hantieren verschiedene Berufskolleg/-innen aus den Spezialgebieten mit technischen Geräten und Röntgenbildern.

Ansprache auf verschiedenen Kanälen

Mit diesem sogenannten *Key Visual* möchte die SGAIM ihrer Kampagne ein sympathisches und gut wiedererkennbares Gesicht geben. Der Slogan und die Bildsujets werden bei allen geplanten Werbemaßnahmen auf den verschiedenen Kanälen eingesetzt: Gedruckt auf Karten, Plakaten und Inseraten, und elektronisch auf Websites und auf Social-Media-Plattformen.

Gleichzeitig lanciert die SGAIM zum Kampagnen-Auftakt auch einen Video-Spot, der über Youtube und Facebook verbreitet werden soll. In diesem Kurzfilm wird auf witzige Weise hingewiesen, mit welchen Methoden die Allgemeininternist/-innen und die Fachspezialist/-innen die Herausforderungen im Berufsalltag angehen.

Zu einem späteren Zeitpunkt folgen ein Werbeset mit Plakaten und Karten für Spitäler und Hausarztpraxen und weitere Videos. Unter anderem sollen auch die persönlichen Statements von Haus- und Spitalärzt/-innen gezeigt werden, die an der letzten Delegiertenversammlung im November in Bern aufgenommen wurden.



Redaktionelle
Verantwortung:
Bruno Schmucki, SGAIM



Mit diesen beiden Bildsujets wirbt die SGAIM für mehr medizinischen Nachwuchs in der AIM. Sie möchte damit ihrer Kampagne ein sympathisches Gesicht geben.

Direkte Kontakte zu Jungärzt/-innen nutzen

Die beste Werbeoffensive nützt nichts, wenn sie nicht beim Zielpublikum ankommt, für die sie konzipiert ist. Aus diesem Grund hat die Arbeitsgruppe Nachwuchsförderung der SGAIM gefordert, dass die Kampagne schwerpunktmässig auf den elektronischen Kanälen aktiv ist. Auf eine ausführliche Broschüre oder andere Printprodukte wurde verzichtet. Alle Informationen zur Kampagne und zum Weiterbildungsweg AIM sollen auf der Website www.ich-bin-aim.ch gesammelt und zur Verfügung gestellt werden.

Eine wichtige Rolle in der Verbreitung der Kampagne und deren Botschaft spielen natürlich auch die über 7000 SGAIM-Mitglieder in der ganzen Schweiz. Sie verfügen nämlich über unzählige Kontakte zu (potenziellen) Medizinstudierenden und Assistenzärzt/-innen. Diese Kontakte möchte die SGAIM gerne nutzen:

- Wir stellen allen interessierten Mitgliedern kostenlos Werbekarten und Kleinplakate zu. Sie können diese auf der SGAIM-Geschäftsstelle oder über die Kampagnen-Website bestellen.

- Besuchen Sie unsere Facebook-Seite unter www.facebook.com/sgaimssmig, liken und abonnieren Sie deren Inhalte und verbreiten Sie die Videos und anderen Beiträge der Nachwuchs-Kampagne über Ihre eigenen Social-Media-Profile.
- Der **diesjährige Frühjahrskongress der SGAIM vom 30. Mai bis 1. Juni 2018 in Basel** steht ganz im Zeichen der Nachwuchsförderung. Die SGAIM hat für Jungärzt/-innen nicht nur spezielle Workshops, Seminare und Treffen mit Professoren programmiert, sondern gewährt auch allen Studierenden freien Eintritt und organisiert kostenlose Transporte zum Kongress. Machen Sie die künftigen Berufskolleg/-innen auf dieses attraktive Angebot aufmerksam. Mehr dazu unter www.sgaim.ch/fk18.
- Falls Sie eigene Ideen haben, wie Sie die Kampagne unterstützen möchten, teilen Sie diese bitte mit unter [kommunikation\[at\]sgaim.ch](mailto:kommunikation[at]sgaim.ch).

Weitere Informationen unter www.ich-bin-aim.ch.

Korrespondenz:
Bruno Schmucki
Kommunikation, SGAIM
Schweizerische Gesellschaft
für Allgemeine
Innere Medizin
Monbijoustrasse 43
Postfach
CH-3001 Bern
[bruno.schmucki\[at\]sgaim.ch](mailto:bruno.schmucki[at]sgaim.ch)