



Herrstein, 17.09.2019: Premierenstimmung in der alten Herrsteiner Turnhalle: Popcornduft, rote Samtvorhänge umrahmen die große Leinwand. Zur Vorstellung der Kampagne hatten Uwe Weber, VG Bürgermeister Herrstein und Georg Dräger, Beauftragter VG Rhaunen ihre Gäste geladen: Mediziner und fachliche Multiplikatoren aus der Region, Bürger und Bürgerinnen, die in den Filmen mitgewirkt haben und natürlich Vertreter aus Politik und öffentlichem Leben.

Die Projektleiterin der VG, Maren Hoffmann-Schmidt, verantwortlich für die Stabsstelle Standortentwicklung, stellt gemeinsam mit der Hunsrücker Kreativ-Direktorin und Regisseurin Kerstin Rudat das Kommunikationskonzept vor: vor zwei Jahren begannen sie, gemeinsam an der Strategie zu arbeiten. „Wir wussten nach unserer Zukunftswerkstatt: wir müssen los gehen, um nicht abgehängt zu werden - Nachwuchsgewinnung für Allgemeinmediziner ist ja inzwischen ein bundesweites Thema.“ so Hoffmann-Schmidt. „Wenn keiner nachrückt, fallen die Arztsitze für die Region weg - deshalb müssen wir an unserem Image arbeiten, um Perspektiven bieten zu können.“ Eine große Herausforderung für die Kommune, wo übergreifendes Denken und Kreativität gefragt ist, um früh genug zu handeln. Durch einen Kontakt mit dem Rhaunener VG Bürgermeister Dräger kam 2017 der Kontakt zu Kerstin Rudat zustande, die in der VG Kirchberg ihr „Ideenlabor: Büro für schwierige Aufgaben“ betreibt. Eine Ur-Hunsrückerin, die nach verschiedenen beruflichen Stationen in der Welt sich ganz bewusst für ein Leben auf dem Land entschieden hat. „Wir haben hier doch echt die viel bessere Lebensqualität - gerade für Mediziner.“

Denn neben einem sicheren Job mit gutem Einkommen und Gestaltungsfreiheit zählen die „soften Argumente“: Vereinbarkeit von Beruf und Familie, naturnahen Freizeitmöglichkeiten, bezahlbaren Immobilien und guter Infrastruktur für junge Familien. Da weibliche Mediziner inzwischen schon 70% ausmachen, rücken diese Kriterien immer mehr in den Vordergrund. „Da muss man ganz anders kommunizieren und endlich mit alten Onkel-Doktor-Klischees aufräumen“ so die Marketingfachfrau.

Der erste Spot heißt dann auch „Vorurteile“: eine Berliner Ärztin spricht Ihrer Studien-Freundin auf die Mailbox: „na, wie geht´s Dir so als Provinzärztin, immer Stress?“ und rattert eine Klischeevorstellung nach der anderen herunter. Doch als Bilder sehen wir stimmungsvolle Aufnahmen, die das Gegenteil zeigen: Landidylle, Selbstverwirklichung und Zeit für sich und die Familie. Flankierend dazu noch der

Imagefilm für die neu fusionierte VG Herrstein-Rhaunen: „Heimatliebe: Landleben rockt“. Mit authentischen Darstellern, emotionalen Statements und beeindruckenden Landschaftsaufnahmen werden hier die Vorzüge der Region illustriert. „Es war uns wichtig, dass wir auch wieder unseren eigenen Leuten vor Ort zeigen, wie schön wir es hier haben.“ so Maren Hoffmann-Schmidt. „Ja, damit sie sich identifizieren können. In Zukunft werden die Regionen sicher untereinander um die Mediziner konkurrieren - deshalb müssen wir unsere als besonders lebens- und liebenswert darstellen“, ergänzt Rudat.

Auch der eigens angereiste Vertreter der Kassenärztlichen Vereinigung Arcadius Adamczyk fand lobende Worte für den Ärztespot „ein mustergültiges Beispiel, wie mal als Kommune die Vorzüge für die Zielgruppe illustriert.“ Der Applaus des Publikums gab ihnen an diesem Abend auf jeden Fall schon recht: Landleben rockt.