



**WHY
WE LOVE
PATIENT
PARTNERSHIP
AND YOU
SHOULD TOO.**

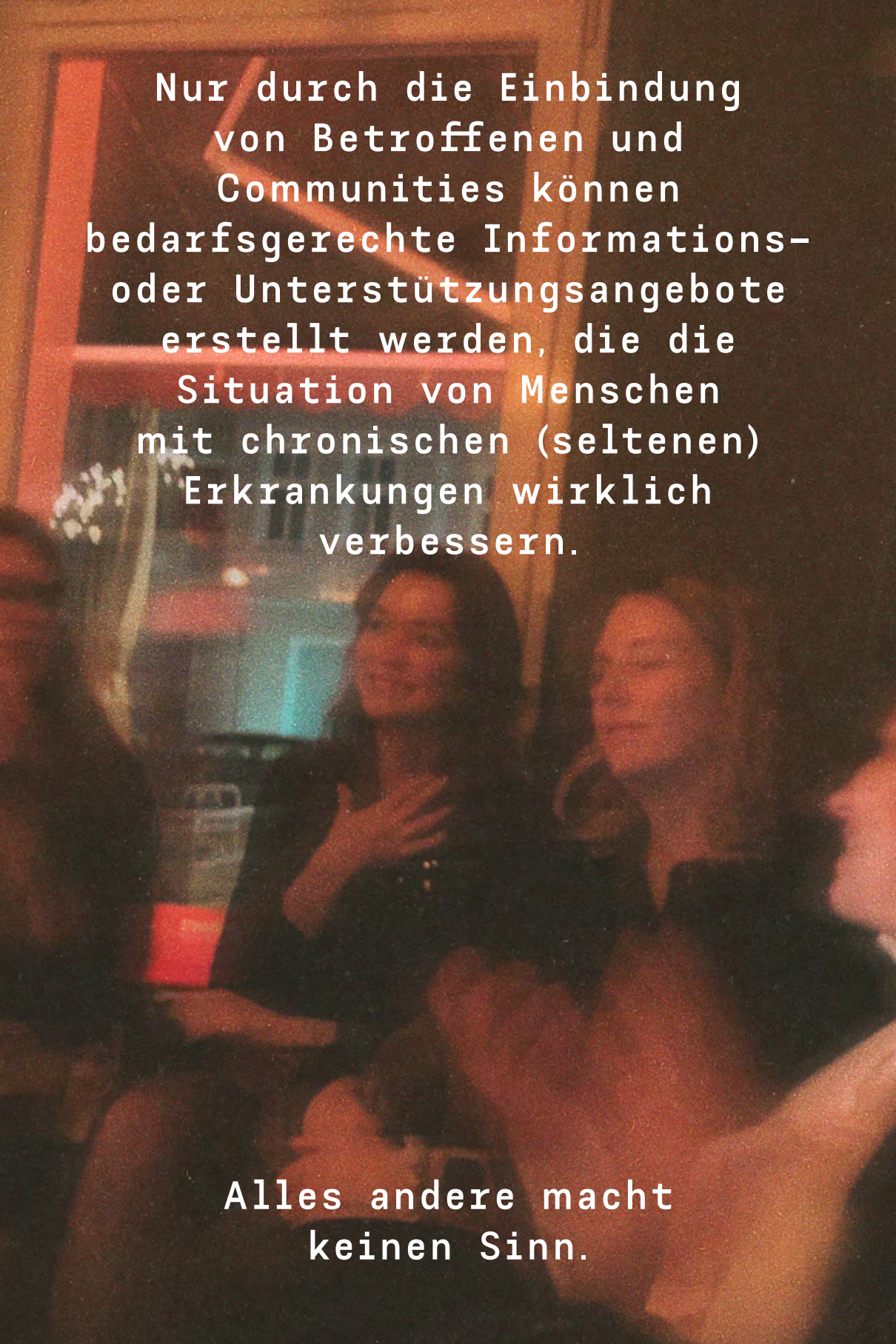
Früher saßen da 10 Leute
im Raum (Marketing, Agentur-
Menschen, Berater:innen mit
schicken Anziehsachen) und
haben darüber geredet, wie die
Patientenkommunikation sein
soll. Keiner da hat jemals mit
den Betroffenen gesprochen
oder mal gefragt, was die
so brauchen.

WTF??!!





**PATIENT:INNEN
SIND
EXPERT:INNEN
IHRER
ERKRANKUNG.**

A dimly lit room with people in the background. The text is overlaid on the image. The background shows a group of people, possibly at a social gathering or meeting, with warm lighting and some blurred figures.

Nur durch die Einbindung
von Betroffenen und
Communities können
bedarfsgerechte Informations-
oder Unterstützungsangebote
erstellt werden, die die
Situation von Menschen
mit chronischen (seltenen)
Erkrankungen wirklich
verbessern.

Alles andere macht
keinen Sinn.

Noch nie haben so viele
Unternehmen mit so vielen
Betroffenen in so vielen
Projekten zusammengearbeitet.
Das kann schon eine Lovestory
sein. Man muss halt auf ein
paar Sachen achten.





**HOW CAN
WE MAKE
THIS JOURNEY
BETTER?**



Es geht darum miteinander zu
sprechen, Herausforderungen
& Needs zu verstehen und zu
schauen, wie man gemeinsam
die Situation der Betroffenen
verbessern kann. Die Sachen
setzt man dann zusammen in
Co-Creation um.

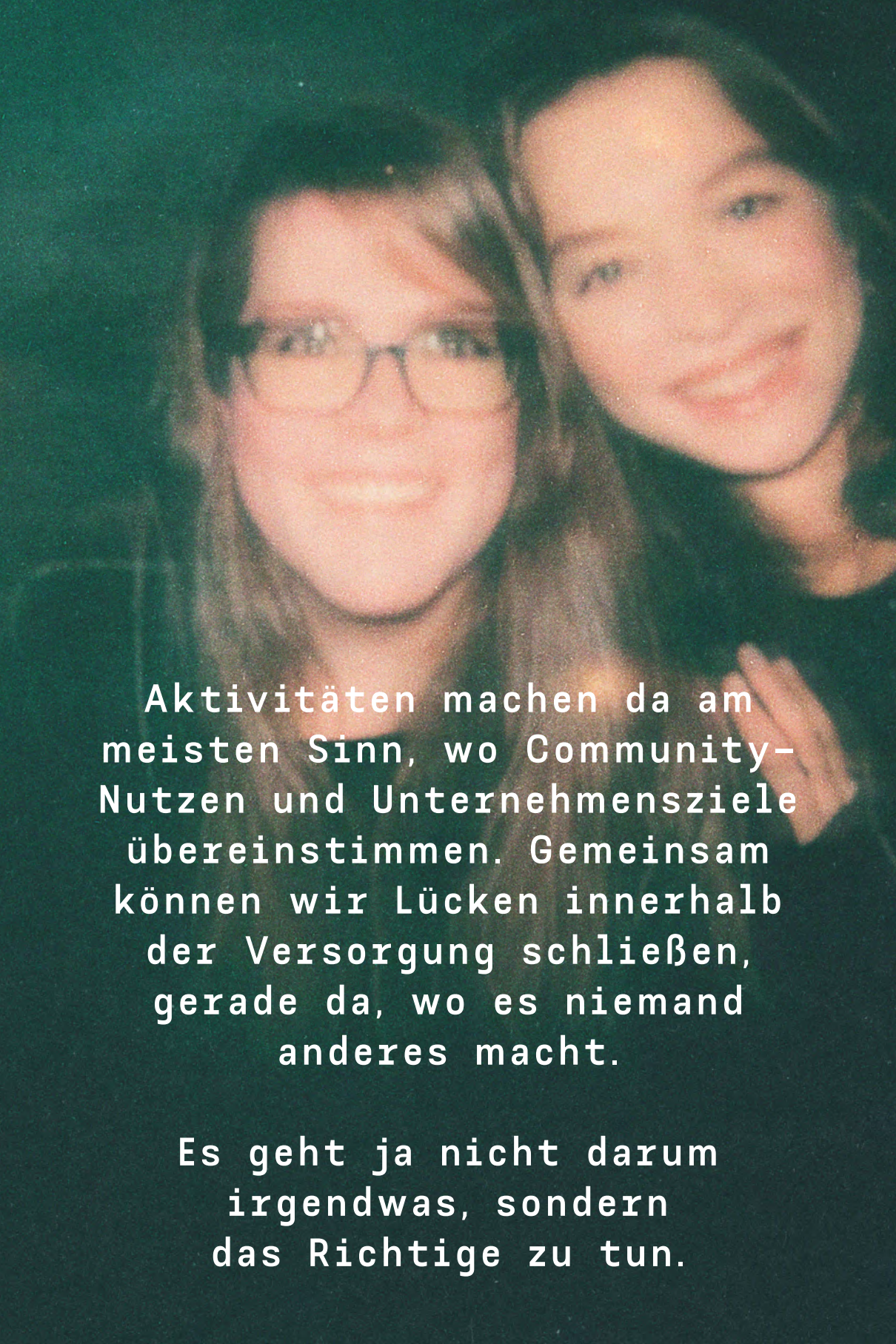
Nein, erst was bauen und
dann fragen, reicht nicht.
Mafo ist keine Einbindung und
Mediziner:innen zählen nicht
als Betroffene.



A blurred background image of a woman with light-colored hair, smiling warmly. She is wearing a dark top with a red collar or scarf. The image is out of focus, serving as a backdrop for the text.

**KEIN FANCY
EINHORNKRAM.**

**PATIENT
PARTNERSHIP.
LOHNT SICH FÜR
COMMUNITIES
UND
UNTERNEHMEN.**

A photograph of two young women with long hair, smiling at the camera. The woman on the left wears glasses. They are positioned in front of a dark, textured background. The text is overlaid on the lower half of the image.

Aktivitäten machen da am
meisten Sinn, wo Community-
Nutzen und Unternehmensziele
übereinstimmen. Gemeinsam
können wir Lücken innerhalb
der Versorgung schließen,
gerade da, wo es niemand
anderes macht.

Es geht ja nicht darum
irgendwas, sondern
das Richtige zu tun.

A photograph of a group of people sitting around a long wooden conference table in a meeting room. The room has large windows with light-colored curtains. Several people are visible, some looking towards the camera and others looking away. The table is set with papers, glasses of water, and pens. The text "ECHT PATIENTISCH BOLD" is overlaid in large, bold, yellow capital letters in the center of the image.

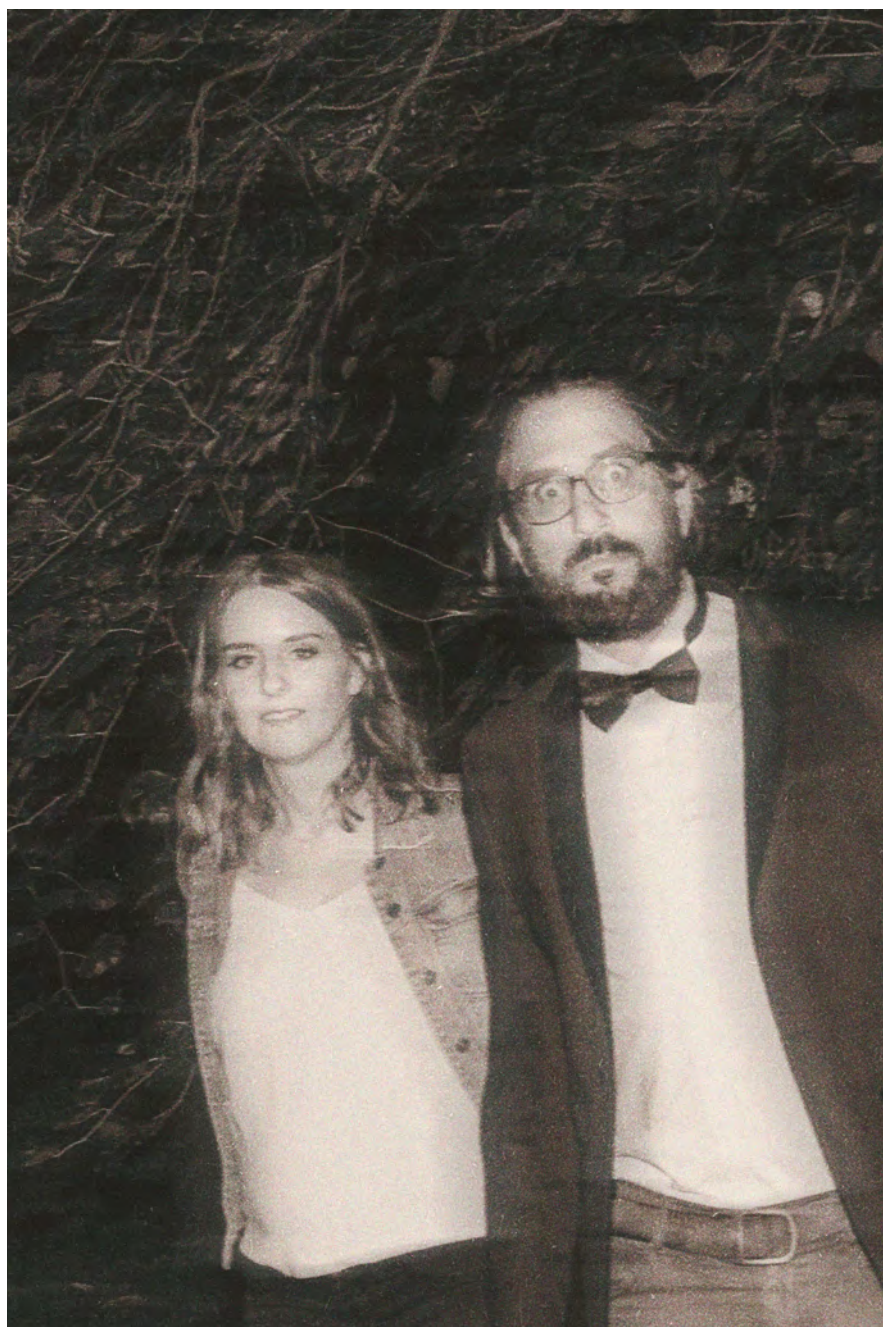
ECHT PATIENTISCH BOLD

Good Patient Content gibt's
auch nur mit Betroffenen. Klar.
Agenturen und Unternehmen
haben hier 0% Credibility.





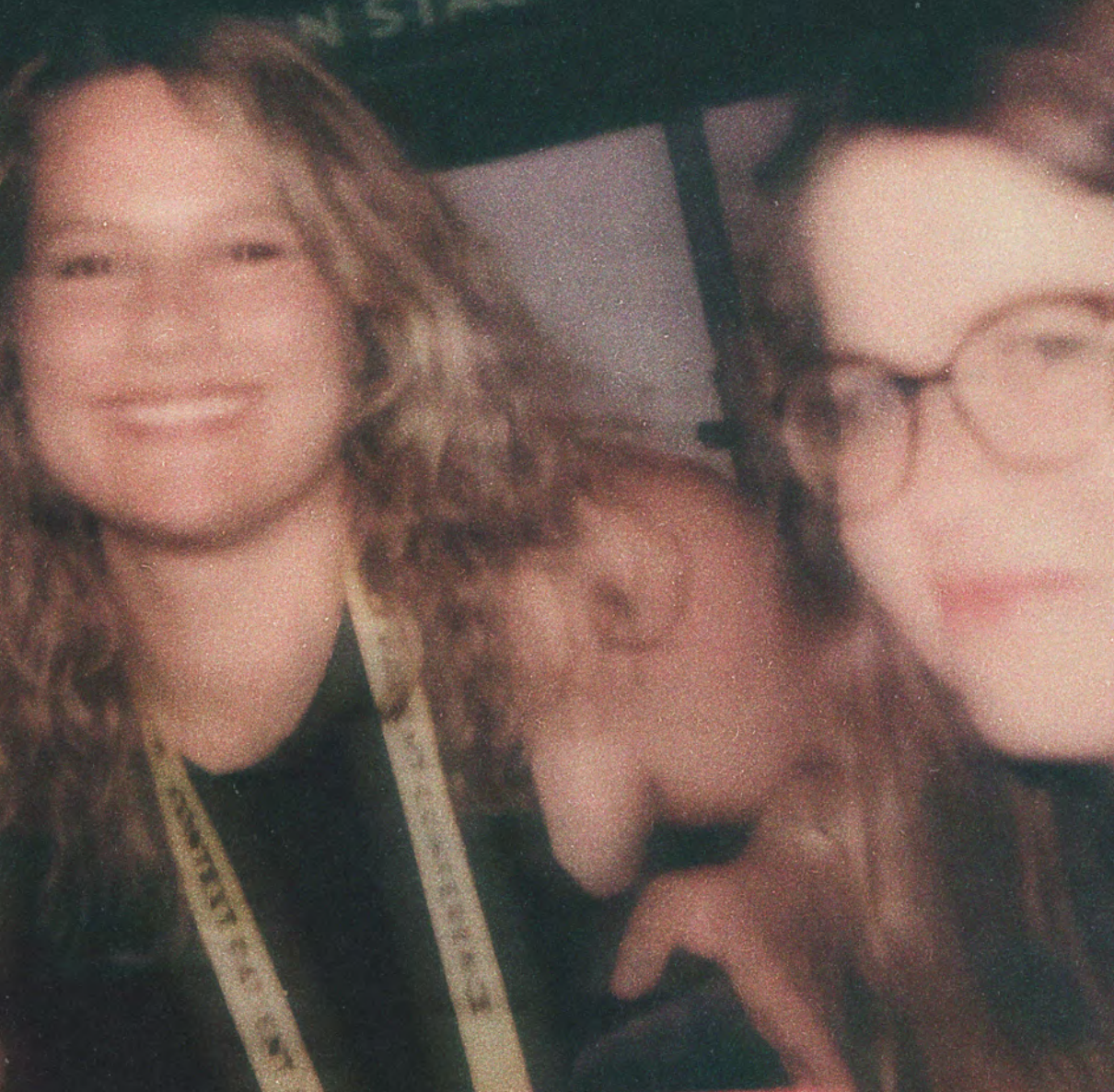
Menschen mit chronischen
Erkrankungen wollen keine
Held:innen oder Opfer sein.
Sie leiden nicht an ihrer
Erkrankung, sondern leben
mit dieser. Betroffene
wollen kein Mitleid!



DON'T JUDGE.
ASK!

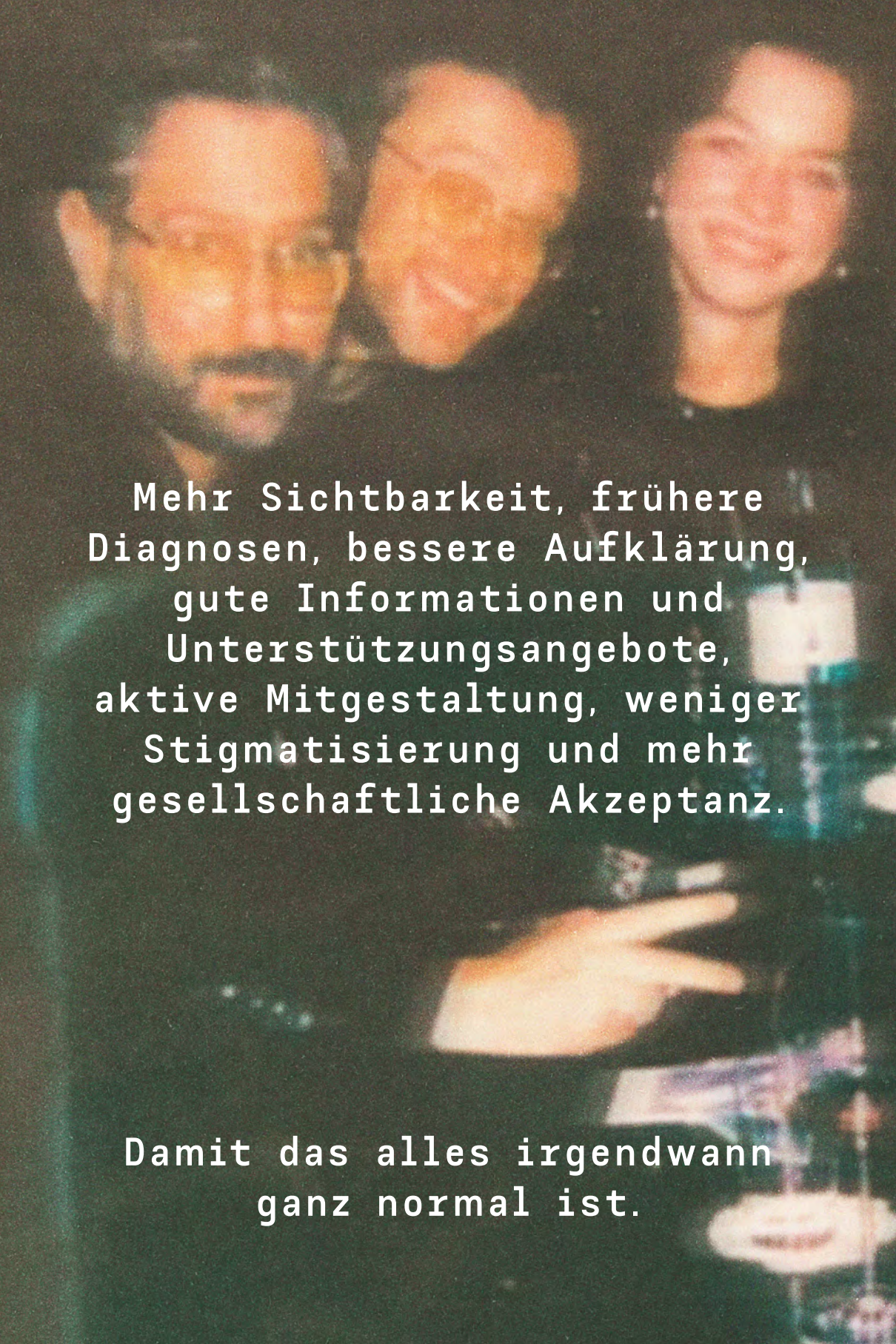
Say goodbye zu unauthentischen
Kampagnen, den immer gleichen
Texten, langweiligen Designs,
Stock-Fotos und weinerlicher
Klaviermusik.

Das geht? Jup, geht!





WHY??



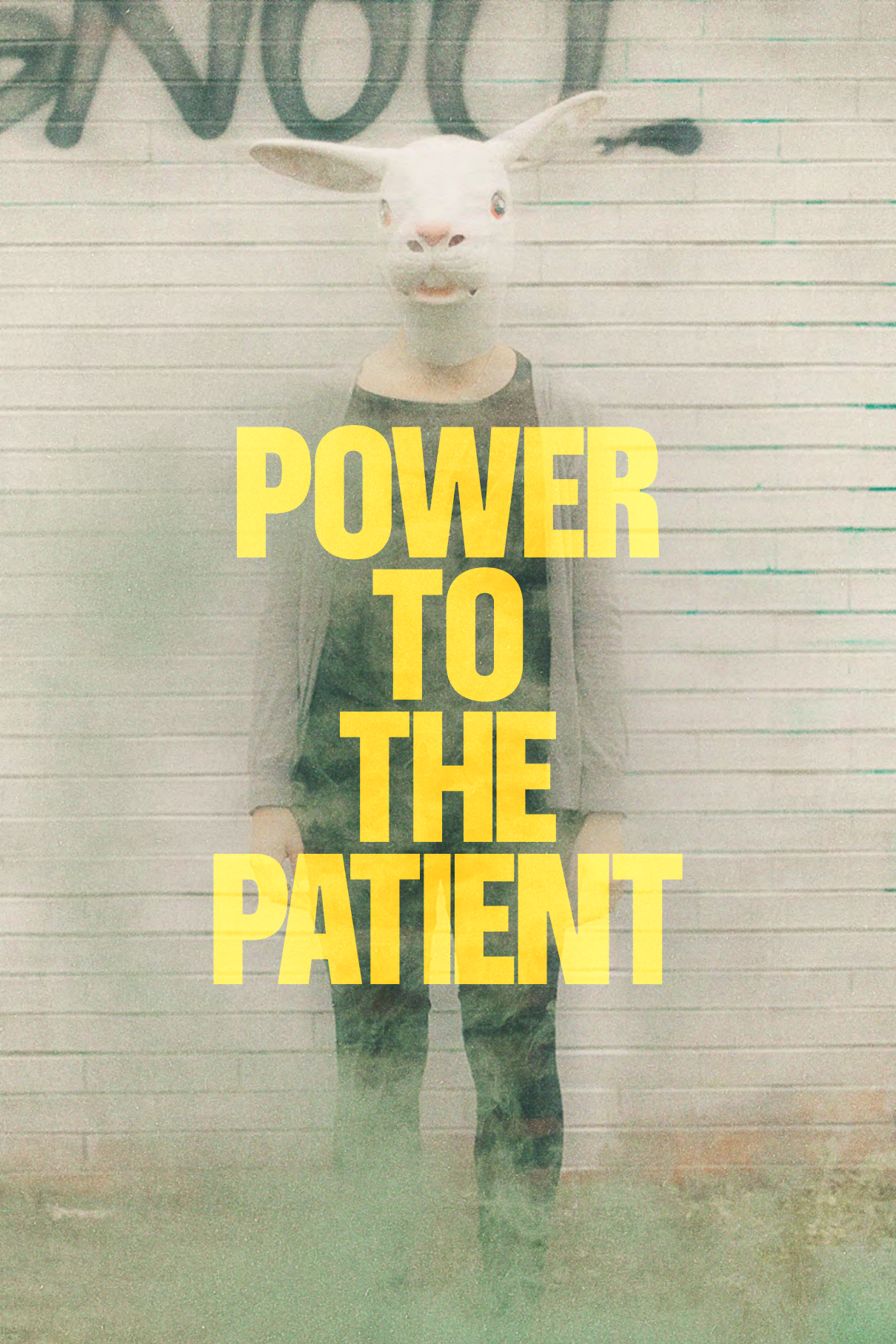
Mehr Sichtbarkeit, frühere
Diagnosen, bessere Aufklärung,
gute Informationen und
Unterstützungsangebote,
aktive Mitgestaltung, weniger
Stigmatisierung und mehr
gesellschaftliche Akzeptanz.

Damit das alles irgendwann
ganz normal ist.

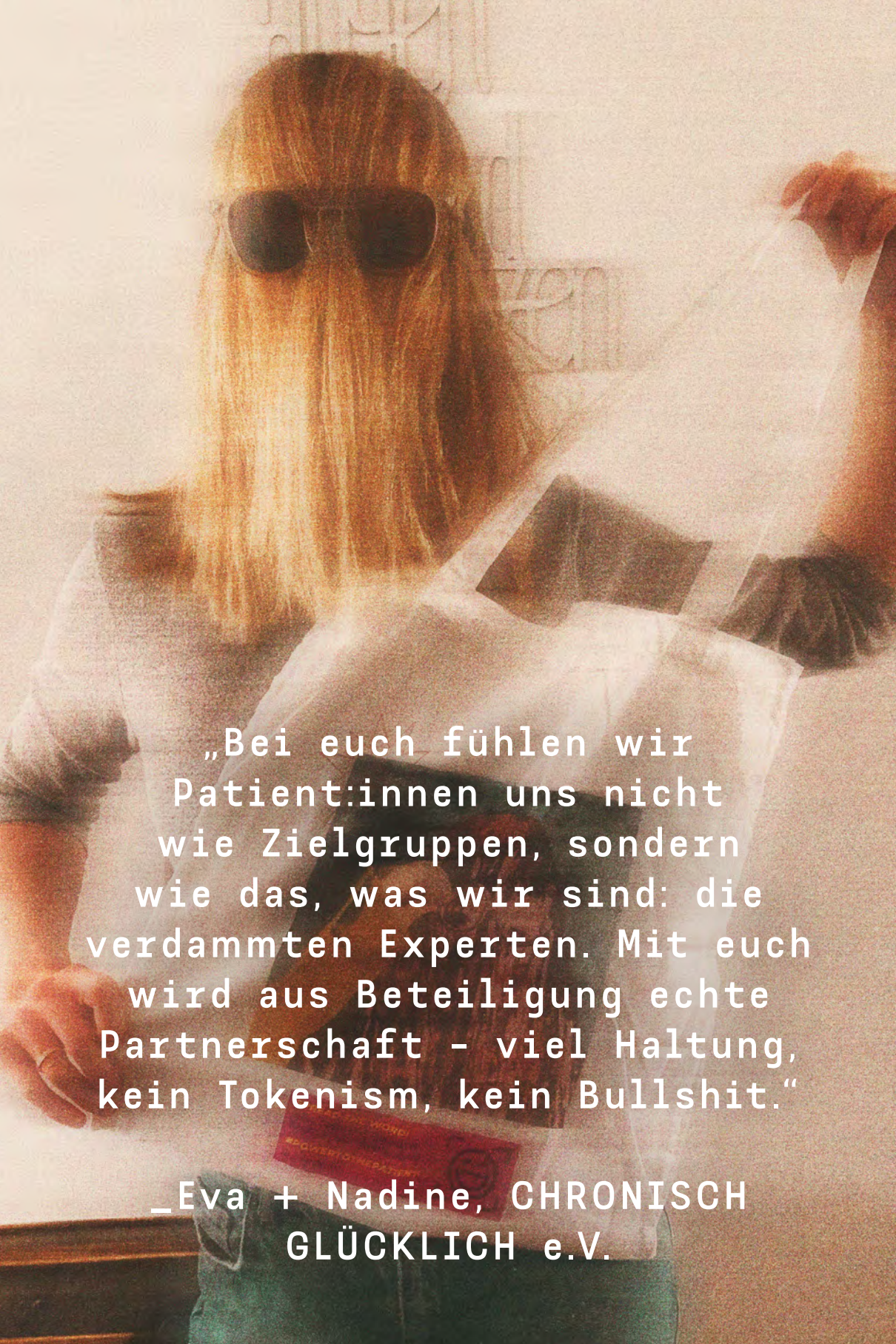


Es ist auch egal wie ihr das
nennt: Engagement, Advocacy,
Involvement, Centricity, lalala.

Wichtig ist, dass
wir's richtig machen.
Patient Partnership is not
a service, it's an attitude!

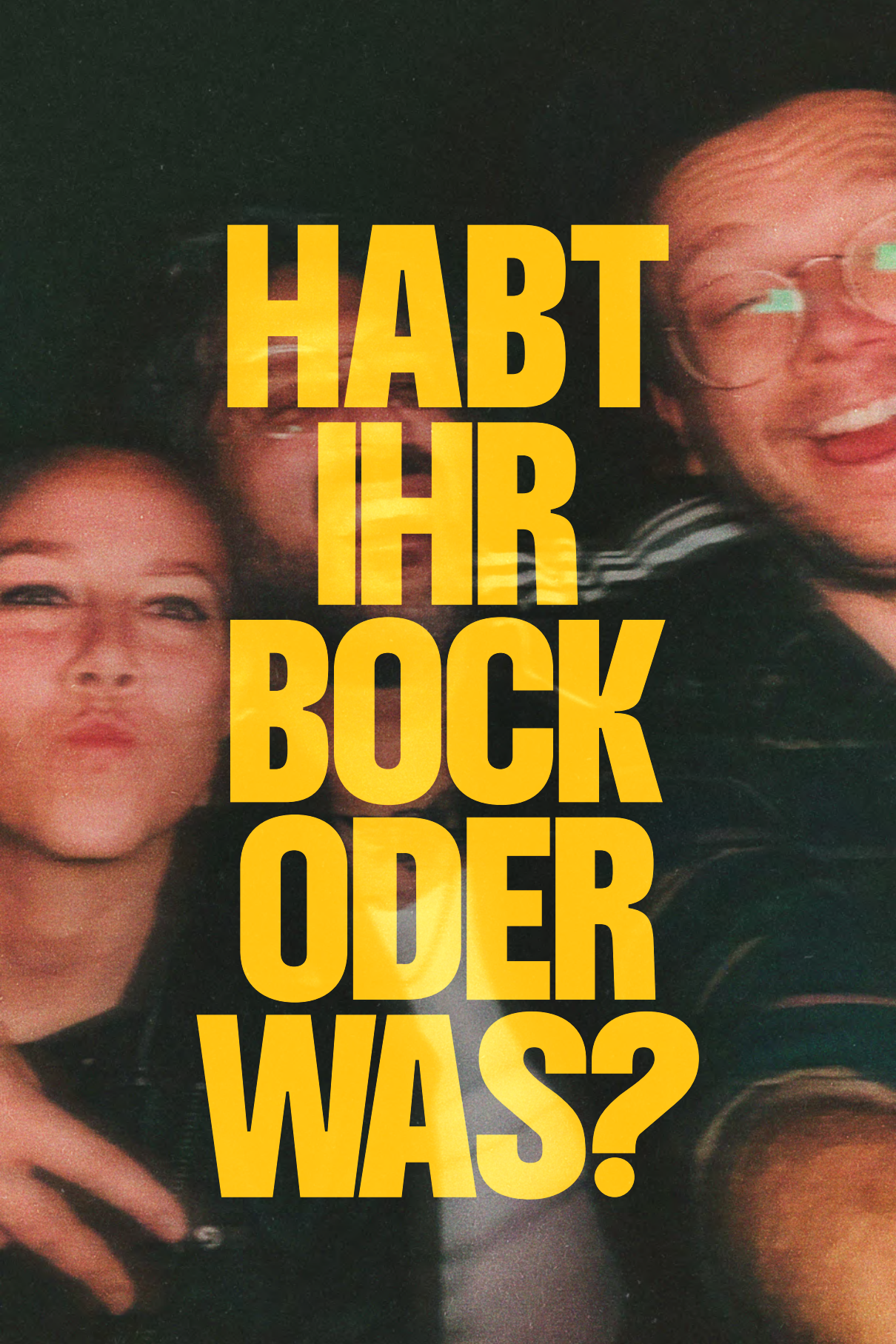
A person wearing a white rabbit mask with red eyes, standing in front of a brick wall with graffiti. The person is wearing a dark green long-sleeved shirt and dark pants. The text "POWER TO THE PATIENT" is overlaid in large, bold, yellow capital letters.

POWER TO THE PATIENT



„Bei euch fühlen wir
Patient:innen uns nicht
wie Zielgruppen, sondern
wie das, was wir sind: die
verdammten Experten. Mit euch
wird aus Beteiligung echte
Partnerschaft - viel Haltung,
kein Tokenism, kein Bullshit.“

_Eva + Nadine, CHRONISCH
GLÜCKLICH e.V.

A group of young people are smiling and posing for a photo. The image is dark, and the text is a bright yellow. The text is a German phrase that translates to 'Do you have a crush on anyone?' in English. The text is arranged in four lines, with each line being a single word or a short phrase. The font is a bold, sans-serif typeface. The background shows the faces of several young people, including a woman on the left and a man on the right, both smiling. The overall mood is positive and playful.

**HABT
IHR
BOCK
ODER
WAS?**

PARTNERSEITZ

WE LOVE
PATIENT PARTNERSHIP

www.partnerseitz.de
hello@partnerseitz.de

[YouTube](#) [Instagram](#)