

Gesundheit trifft auf Rap-Culture: DrAnsay und CAPO setzen auf Aufklärung statt Testimonial-Kampagne

Die Gesundheitsplattform DrAnsay und Rap-Künstler CAPO, bürgerlich Cem Anhan, starten eine gemeinsame Aufklärungsinitiative, die bewusst mit klassischen Influencer-Kooperationen bricht. Statt eines reinen Testimonial-Ansatzes rücken die Partner Inhalte, Einordnung und Dialog in den Mittelpunkt. Ziel der Zusammenarbeit ist es, die Debatte rund um medizinisches Cannabis zu versachlichen und Themen wie mentale Gesundheit und Suchtprävention stärker ins öffentliche Bewusstsein zu rücken.

Informationslücke statt Hype: Was hinter der Initiative steht

Über Cannabis wird in Deutschland viel diskutiert, häufig emotional, polarisierend und zwischen Verharmlosung und Verteufelung. Gleichzeitig fehlt vielen Menschen eine verlässliche medizinische Orientierung, etwa dazu, wann Cannabis als Therapie wirklich sinnvoll ist und wann nicht, welche Risiken bestehen und wie eine ärztlich begleitete Therapie konkret abläuft.

"„Das Problem ist nicht der Wirkstoff. Das Problem ist die fehlende medizinische Einordnung im öffentlichen Diskurs. Mit CAPO erreichen wir eine Zielgruppe, die das Gesundheitssystem oft nur am Rand erlebt. Gemeinsam wollen wir Reichweite in verständliche, evidenzbasierte Gesundheitsaufklärung übersetzen. "

Jeanette Hepp, CMO von DrAnsay

Die Initiative reagiert so auf eine spürbare Informationslücke und setzt bewusst auf Aufklärung und Dialog statt auf klassische Werbebotschaften.

Über Aufklärung und Realität von medizinischen Cannabis:

Im Zentrum steht eine YouTube-Dokumentation, CANNABE, in der CAPO selbst auf die Suche nach Antworten geht. Er trifft eine Apothekerin, einen Arzt, einen Experten, einen Grower und eine Patientin und nähert sich dem Thema medizinisches Cannabis aus unterschiedlichen Perspektiven. Die von TankTank produzierte Doku zeigt die Spannweite zwischen Missbrauch und medizinischer Anwendung und liefert eine Einordnung, die im öffentlichen Diskurs oft fehlt.

Begleitet wird die Dokumentation von Wildplakatierungen, Häuserwand-Projektionen, Display-Ads auf Rap- und Popkultur-Portalen sowie umfangreichen Maßnahmen auf Social Media - auch über die Kanäle von CAPO. Parallel dazu erscheint ein digitales E-Book zum Thema mentale Gesundheit, das insbesondere junge Männer für psychische Widerstandskraft sensibilisieren soll und medizinische Expertise mit persönlichen Einblicken sowie konkreten, alltagsnahen Hilfestellungen verbindet.

"„Ich wollte nicht einfach nur mein Gesicht für irgendwas hinhalten. Wenn ich bei so einem Thema dabei bin, dann nicht für Werbung, sondern weil ich Aufklärung wichtig finde. Wer meine Geschichte kennt, weiß, dass mir Themen wie Gesundheit, Verantwortung und auch die Gefahr des Abrutschens nicht egal sind. DrAnsay erreicht viele Menschen und nutzt diese Reichweite, um aufzuklären und sensible Themen so anzusprechen, wie sie es verdienen. Mir war wichtig, mit jemandem zusammenzuarbeiten, der bei solchen Themen eine ähnliche Haltung hat und sie nicht oberflächlich angeht."

CAPO, Künstler

Social Impact statt klassischem Influencer-Marketing

Die Kooperation setzt bewusst ein Zeichen: Statt auf kurzfristige Performance-Kennzahlen zielt das Projekt auf gesellschaftlichen Mehrwert. Im Mittelpunkt steht die Idee, Reichweite nicht für Produktinszenierung, sondern für fundierte Aufklärung zu nutzen. Dabei rückt die Zusammenarbeit von DrAnsay und CAPO die Frage in den Fokus, wie Influencer-Marketing im Gesundheitskontext verantwortungsvoll aussehen kann. Popkultur und prominente Persönlichkeiten werden nicht als bloße Reichweitenbringer verstanden, sondern als

Brückenbauer zwischen medizinischer Expertise und Zielgruppen, die das Gesundheitssystem häufig nur am Rand erreicht.

Verantwortlich für die Dokumentation bei DrAnsay: Jeanette Hepp (Chief Marketing Officer & Initiatorin), (Head of Social Media), Sadeyk Akhzarati (Head of Performance). Die Produktion übernahm TankTank. Verantwortlich auf Seiten von TankTank waren Stefan Zschaler und Florentin Hock (Partner Creative), Patrick Plogstedt (Partner Client Service), Alex Butaud (Partner Production), Lara von Kroge (Client Service Director), Jens Schröder (Head of Art) sowie David Osterkorn (Producer). Regie und Kamera liegen bei Julian Bogner, unterstützt von Daniel Merget (1st AC) und Philipp Köhler (Gaffer). Das Szenenbild stammt von Maximilian Streichert und Dominik Wallmann, der Ton von Björn Schulze.

Über DrAnsay — Einfach so gesund

DrAnsay ist ein digitaler Gesundheitsdienstleister und Pionier der Telemedizin in Deutschland. Seit dem ersten digitalen Krankenschein 2018 entwickeln wir Lösungen, die medizinische Leistungen zugänglicher und patientenzentrierter machen. Heute betreuen wir über eine Million Menschen — digital, datensicher und evidenzbasiert. Unser Angebot reicht von modernen Therapieoptionen wie medizinischem Cannabis oder der Abnehmspritze bis hin zu digitalen Rezept- und Krankschreibungsservices. Mit innovativen Angeboten gestaltet DrAnsay die Transformation des Gesundheitswesens aktiv mit.

www.dransay.de

Kontaktdaten

Pressekontakt
pr@dransay.com

Link kopieren

<https://newsroom.dransay.com/265459-gesundheit-trifft-auf-rap-culture-dransay-und-capo-setzen-auf-aufklarung-statt-testimonial-kampagne/>