

Relaunch der ABDA-Kampagne

2022



EINFACH DA FÜR DICH



EINFACH UNVERZICHTBAR.



Näher am Patienten.

2014

2018

2022

Relaunch der ABDA-Kampagne

Seit acht Jahren ist die Kampagne der ABDA und ihrer 34 Mitgliedsorganisationen nun schon „im Einsatz“ für die Apotheke vor Ort. Dabei wurde die Kampagne mehrfach nachjustiert bzw. neu ausgerichtet.

2014 bis 2018 hatte die Kampagne das Leistungsangebot der Präsenzapotheken unter dem Motto **„Näher am Patienten“** im Fokus. Echte Apothekerinnen und Apotheker auf den Plakatmotiven schufen Vertrauen und Authentizität. Die Botschaften waren vor allem geprägt durch die Abgrenzung zum Versandhandel.

Von 2018 bis zum Frühjahr 2022 stand die Kampagne unter dem Motto **„Einfach unverzichtbar.“** Die Leistungen der Apotheken wurden stärker aus der Sicht der Patientinnen und Patienten kommuniziert. Neben Plakatmotiven mit Models gab es echte Fürsprecherinnen und Fürsprecher aus der Kommunalpolitik, die sich für die Apotheke vor Ort stark machten.



„Einfach unverzichtbar“: **Eine Erfolgsgeschichte**

Der Claim „Einfach unverzichtbar.“ bzw. „#unverzichtbar“ war der rote Faden der Kommunikation. Mit ihm konnten die drei Kampagnenstränge der Imagekommunikation, der Patientenkommunikation und der politischen Kommunikation in einer konsequenten Kampagnenstruktur unter einem Dach vereint werden. Authentische und glaubwürdige Testimonials sprachen wichtige Zielgruppen an: Patientinnen und Patienten erzählten in bewegenden Videos über ihre

Krankheitsgeschichte und ihre Begleitung durch die Apotheke vor Ort. Mehr als 30 Millionen Menschen konnten im Netz damit erreicht werden. Mehr als 200 Vertreterinnen und Vertreter der Kommunalpolitik und lokaler Gesundheitsnetzwerke illustrierten die soziale, wirtschaftliche und infrastrukturelle Rolle der Präsenzapotheken und ihre Relevanz als Versorgungsinstanz im Gesundheitswesen.



Die Unverzichtbar-Kampagne hat im Berufsstand einen hohen Akzeptanzgrad erreicht. Über 16.500 Apotheken haben sich auf der Bestellplattform apothekenkampagne.de registriert. Bis zu 40 Prozent der Apotheken bestellen regelmäßig Material und unterstützen die Kampagne aktiv.

In der Politik ist das Narrativ der Kampagne zwischenzeitlich fest verankert: Zahlreiche Politikerinnen und Politiker auf Landes- und Bundesebene haben den Claim in ihre Statements aufgenommen und sprechen davon, dass die Apotheke „einfach unverzichtbar“ ist.

Sogar sechs Ministerpräsidentinnen und -präsidenten sowie mehrere Landesministerien haben es sich nicht nehmen lassen, die Unverzichtbarkeit der Präsenzapotheken in Video-Statements herauszustreichen. Insgesamt hat die Kampagne so einen erheblichen Beitrag zur Entstehung des Vor-Ort-Apotheken-Stärkungsgesetzes (VOASG) geleistet, das mit der Wiederherstellung einheitlicher RX-Abgabepreise in der GKV, der Einführung von Wettbewerbsregeln für die E-Rezept-Welt und neuen pharmazeutischen Dienstleistungen ordnungspolitische Leitplanken und neue fachliche Perspektiven für die Apotheken schafft.





EINFACH DA FÜR DICH

„Einfach da für Dich“: Ein neues Selbstverständnis

Heute, im Jahr 2022, muss die Kampagne sich erneut an veränderte Realitäten anpassen. Die Politik sieht die Forderung nach Erhalt und Stabilisierung der Apotheke vor Ort durch das VOASG kurz- bis mittelfristig als weitgehend erfüllt an. Das defensive Narrativ der Unverzichtbarkeit, das stets auch eine gewisse „Hilfsbedürftigkeit“ der Apotheken transportiert, fügt sich nicht mehr so passgenau in die Wahrnehmung der Apotheken während der Corona-Pandemie. Das dezentrale Arzneimittelversorgungssystem hat sich

als außerordentlich krisenfester und wichtiger Pfeiler des Gesundheitswesens erwiesen. Die Apotheken haben eine enorme Agilität an den Tag gelegt und in der Pandemie binnen kürzester Frist zahlreiche neue Versorgungsaufgaben übernommen. Politik, Gesellschaft sowie Patientinnen und Patienten haben das deutlich wahrgenommen. Und die Apothekerinnen und Apotheker sind mit einem gestärkten Selbstbewusstsein und einem neuen Selbstverständnis aus dieser harten Zeit hervorgegangen.



Die Kampagne folgt dieser Erfahrung mit einem neuen Ansatz und einem neuen Claim: **Die Apotheke ist „Einfach da für Dich“**. Sie wird ganz selbstverständlich in einem nachbarschaftlichen Netzwerk positioniert – nah am Menschen, überall in Deutschland.

Die Kampagnenarchitektur mit drei Kommunikationssträngen (Image, Patienten und Politik) unter einem Dach wird beibehalten. Kommunikative Basis und neues Narrativ ist die Apotheke als selbstbewusster, aktiver Helfer in der Nachbarschaft. Als Vollversorger ist sie analog wie digital gleichermaßen erreichbar und dialogfähig, kann so Patientinnen und Patienten dort abholen, wo sie in der digitalen Transformation individuell stehen.

Gerade in der digitalen Transformation ist es wichtig, dass die Apotheke ihr wesentliches Alleinstellungs-

merkmal noch aktiver ausspielt: das Vertrauen und die enge Beziehung der Menschen zu „ihrer“ Apotheke. Dieses Vertrauen ist begründet in der Individualität und der Glaubwürdigkeit der Menschen in der Apotheke, ihrer Empathie für die Patientinnen und Patienten und die oft jahrelange Einbindung der Apotheke in nachbarschaftliche Strukturen. **Die Apotheke ist einfach da – für die Menschen.**

Dieser neue Ansatz über das „**Neue Selbstverständnis**“ und die „**Nachbarschaft**“ spiegelt sich auch in Design und Bildsprache der Kampagne wider. Dynamische Layouts und kompakte Aussagen transportieren einen frischen, etwas jüngeren und selbstbewussten Auftritt. Emotionale Aufnahmen von authentischen Menschen mit Ecken und Kanten erzeugen Nähe und zählen auf den Anspruch persönlicher und nachbarschaftlicher Vollversorgung ein.



Die Fotos sind jetzt **größer**,
randlos und damit näher am
Betrachter.

In jedem Bild erscheint ein
rotes Accessoire in der
Farbe des Apotheken-A.

Die **Headline** ist eine kompakte
Aussage aus Apothekensicht
und für den **Copytext** gibt es
mehr Platz.



Die Motive haben
ein klares und auf-
geräumtes **Layout**.

Das **Apotheken-A**
ist präsenter als bisher.



EINFACH DA FÜR DICH

Die neuen Motive zeigen, wie und wo Apothekerinnen und Apotheker für die Menschen vor Ort da sind: empathisch und fachlich, analog und digital. Die Perspektive ist manchmal bewusst ungewöhnlich gewählt. Der Blick über die Schulter des Patienten steht für Nähe und Zuwendung. Die roten Arzneimittelpackungen im Hintergrund nehmen gezielt das Rot des Apotheken-A auf.



UNSER LIEBSTER CHATRAUM!

Wir freuen uns, wenn Du zu uns in die Apotheke kommst.
Digital sind wir genauso für Dich und Deine Fragen da. Hauptsache, wir können helfen.



EINFACH DA FÜR DICH



EINFACH DA FÜR DICH

Manche Motive sind auf den ersten Blick ungewohnt: Eine Apothekerin im Café statt in der Offizin? Das hat mehrere Gründe: Die Apotheke ist oft tief verwurzelt im lokalen Umfeld. Man kennt und vertraut sich in der Nachbarschaft. Außerdem braucht die Kampagne auch unverbrauchte Motive, die jenseits der bekannten Szenen in der Apotheke Aufmerksamkeit erzeugen. Übrigens: Auch auf diesem Foto gibt es mit der roten Tasse ein Element, das das rote Apotheken-A aufnimmt.



EINFACH DA FÜR DICH

Starke Kampagnenbotschafter: Apotheken und ihre Teams

Auch in der Wahl der Kampagnenkanäle verschieben sich Schwerpunkte. Die Kampagne wird neben der Präsenz im öffentlichen Raum verstärkt online und in den sozialen Medien ausgespielt. Kurze und aufmerksamkeitsstarke Videos transportieren wichtige Themen wie die Einführung des E-Rezepts und richten sich bewusst an jüngere Zielgruppen – als die „Patientinnen und Patienten von morgen“. Trotz aller Anpassungen bleiben aber die Apotheken und ihre Teams der Anker der Kampagne. Sie sollen zukünftig

noch stärker eingebunden werden: Ein „Digital Service“ stellt Apotheken zielgruppengerechten Kampagnen-Content für die eigenen Social-Media-Kanäle (v. a. Facebook, Instagram) und die Apotheken-Webseite zur Verfügung. Durch die Bereitstellung von digitalem Content sollen Apothekenteams als Botschafter der Kampagne gewonnen werden. Wir möchten sie motivieren, Videos und Posts zu teilen, um die Reichweite der Kampagne zu erhöhen. Über 160.000 Mitarbeiter bilden ein enormes Potenzial.



Ausführliche Informationen an alle Apotheken und ihre Teams folgen
zum Start der Kampagne am

1. Juni 2022

Wir freuen uns, wenn auch Sie die neue Kampagne „**Einfach da für Dich**“
mit dem Aushang von Plakaten oder dem Teilen von Inhalten mittragen.

**Denn keine Ansprache ist für den Patienten authentischer und glaubwürdiger
als die durch seine Apotheke vor Ort und ihr Team!**



EINFACH DA FÜR DICH