

HOW TO SELL DRUGS OFFLINE (FAST)



NACHWUCHSKAMPAGNE DER ABDA 2024 LEITFADEN ZUR NUTZUNG DER KAMPAGNEN- MATERIALIEN FÜR APOTHEKEN

„How to sell drugs offline (fast)“ – die Nachwuchskampagne der ABDA startet am 1. Februar 2024.

Dieser Leitfaden erläutert Ihnen und Ihrem Team die Maßnahmen und wie Sie die Kampagnenmaterialien nutzen, um junge Menschen für die Arbeit in den Apothekenberufen zu begeistern und neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für die Apotheken zu gewinnen.

ZIEL UND GRUNDIDEE DER KAMPAGNE

Neben der Honorarproblematik ist der Fachkräftemangel derzeit sicherlich die zentrale Herausforderung für die Apotheken. Das Thema Nachwuchs kann nicht aufgeschoben werden, bis die Finanzierungsfrage geklärt ist – beide Aufgaben müssen gemeinsam angegangen werden. Dazu will die Kampagne einen Beitrag leisten.

Wir haben in die Zielgruppe, Jugendliche zwischen 15 und 18 Jahren, hineingehört, ihre Kommunikationspräferenzen und Ansprüche bei der Berufswahl analysiert und daraus eine Nachwuchskampagne entwickelt, die sich von anderen Recruiting-Kampagnen abhebt.

In Anlehnung an die beliebte Netflix-Serie „How to sell drugs online (fast)“ soll die Kampagne mit ihren Motiven eine junge Zielgruppe für Pharmazie und die Apothekenberufe begeistern – dabei etwas provokativ mit der Doppelbedeutung des englischen Begriffs „Drugs“ spielend, der bekanntlich je nach Kontext sowohl Drogen als auch Arzneimittel bedeuten kann.

Die Klammer der Kampagne bilden zum einen das an die Originalserie angelehnte Design in verschiedenen Farbkombinationen und zum anderen der Claim „Mach was Wichtiges!“. Diese beiden Elemente werden sich durch die gesamte Kampagne ziehen, um die Wiedererkennbarkeit zu verdeutlichen.



„DIE APOTHEKE“ ALS SERIE

Als ein Hauptstrang der Kampagne wurde die Mockumentary-Serie „Die Apotheke“ produziert, die angelehnt ist an die bekannten Serien „Die Discounter“, „Stromberg“ und „The Office“. In zehn Episoden mit jeweils etwa drei bis vier Minuten Länge wird auf witzige und überspitzte Art der Arbeitsalltag in der Apotheke als Fiktion gezeigt. Die Arbeit in der Rezeptur, Arzneimittelberatungen sowie Leistungen wie die Blutdruckmessung werden dabei in Details undogmatisch dargestellt. Mit diesem Stilmittel erreichen wir die junge Zielgruppe, ohne sie mit pharmazeutischen Inhalten zu überfrachten.

Am 1. Februar geht es los mit der Veröffentlichung eines Trailers bzw. Ausschnitten. Die ersten beiden Episoden werden dann am 8. Februar online gehen – danach wird jede Woche jeweils am Donnerstag eine weitere Episode veröffentlicht.

HOW-TO-VIDEOS

Ergänzend dazu ist die Videoreihe „How to“ entstanden: In sechs Folgen geht es vor allem um die vielfältige Arbeit in der Apotheke. Jede Folge hat ein spezifisches Thema aus der Apotheke, stellt einen Apothekenberuf vor und zeigt zielgruppenaffin, wie und was in der Apotheke vor Ort passiert. Folgende sechs Themen werden dargestellt:

- Rezeptur
- Kosmetik
- Inhalativa
- Marketing
- Einkauf
- Medikationsmanagement

Die Ausspielung dieser Videos startet am 6. Februar: Alle sechs Folgen werden direkt veröffentlicht.

Beide Serien werden über die Instagram-Seite „@apotheken.karriere“ und einen kampagneneigenen YouTube Kanal veröffentlicht, um die junge Zielgruppe dort zu erreichen, wo sie ohnehin unterwegs ist – in den Sozialen Medien. Sie können die dort veröffentlichten Inhalte auf Ihren eigenen Kanälen teilen und für Ihr Recruiting nutzen. Außerdem werden die Videoinhalte zusätzlich auch auf www.apotheken-karriere.de zu finden sein.

SOCIAL MEDIA

Entscheidend für den Erfolg der Kampagne sind auch die Kommunikationskanäle. Um die junge Zielgruppe zu erreichen, wird die Kampagne vor allem im digitalen Raum stattfinden. So ist eine digitale Out-of-Home-Kampagne mit Beginn Anfang Februar geplant, die folgende Plattformen beinhaltet:

- Meta-Plattformen (Instagram, Facebook)
- Tiktok
- Snapchat
- YouTube
- Google Ads
- Geofencing – Werbung an Standorten, wo sich die Zielgruppe befindet (Berufsschulmessen, Schulen)
- Kontextuelles Targeting – Werbung bei der Suche nach Begriffen wie „Ausbildung“ oder „Karriere“ etc.



Damit auch Sie mit auf Ihren Social-Media-Kanälen für die Nachwuchskampagne werben können, stellen wir Ihnen Posts wie gewohnt über den Social Media Service auf www.apothekenkampagne.de.

Über den Instagram-Kanal @apotheken.karriere wird neben der Mockumentary-Serie und den How-to-Videos weiterer Content unterschiedlicher Art im Kampagnendesign gepostet, den Sie gerne teilen dürfen.

AKTUALISIERTE KARRIERE-SEITE – WWW.APOTHEKEN-KARRIERE.DE

Mit dem Start der Kampagne wird die Karriereseite komplett überarbeitet sein. Neben der Anpassung an den Kampagnenlook, entsprechend der oben beschriebenen Klammer, werden die Mockumentary-Serie „Die Apotheke“, die How-to-Videos sowie die virtuelle Apotheke Hauptbestandteile der Kampagnenseite sein. Außerdem wird auf der Startseite der Instagram-Feed von @apotheken.karriere direkt eingebunden sein. Tiefergehende Informationen zu den Berufen in der Apotheke wird es auf jeweiligen Unterseiten geben.

BESTELLPHASE FÜR APOTHEKEN

Neben einer Bewerbung online und in den sozialen Medien ist eine Sichtbarkeit der Kampagne, dort wichtig, wo die beworbenen Berufe ausgeübt werden – in den Apotheken. Damit auch Ihr Team die Möglichkeit hat, in Ihrer Offizin für Nachwuchs zu werben, können Sie mit dem Start der Kampagne am 1. Februar für die Dauer von vier Wochen auf www.apothekenkampagne.de folgende Kampagnenmaterialien im „How to sell drugs offline (fast)“-Design bestellen:

- Sieben Plakatmotive – zwei Formate: DIN A1 und A2, maximal zwei Exemplare pro Motiv und pro Format.
- Vier Postkarten, die provokativ mit der Doppeldeutigkeit „Drugs“ / Drogen/Arzneimittel spielen – jeweils 200 Stück
 - „Deine Oma kauft ihren Stoff bei mir!“
 - „Bock zu ticken?“
 - „Drogenkunde gehört bei uns in den Lehrplan!“
 - „Bei uns gibt es nur das gute Zeug!“

Darüber hinaus sind Plakate und Infoscreens über einen Downloadbereich zum Thema Nachwuchs in den gewohnten Formaten direkt abrufbar.

SONSTIGES

Wir wissen, dass der Start der Nachwuchskampagne in eine Phase fällt, die politisch höchst angespannt ist. Natürlich werden wir unsere politischen Themen und Ziele in dieser Zeit nicht aus den Augen lassen und auch dazu weiter intensiv kommunizieren. Der Nachwuchsmangel ist aber ein so drängendes Thema für die Apotheken, dass wir gerade jetzt, wo für viele Schülerinnen und Schüler die Berufsentscheidung endgültig getroffen wird, die Kampagne nicht aufschieben wollen. Deswegen legen wir mit diesem Leitfaden den Grundstein für die Umsetzung einer frischen und modernen Kampagne, um junge Leute für die Berufe in der Apotheke zu begeistern. Nun gilt es: Ihre Hilfe ist wichtig, um diese Kampagne zum Erfolg zu bringen. Machen Sie mit und nutzen Sie die vorgestellten Maßnahmen – lassen Sie uns gemeinsam zeigen, wie toll der Job in der Apotheke ist!

