



GESUNDHEIT SICHERN. DIE APOTHEKE.

} SPEZIFISCH-SITUATIVER
CLAIM-ANTEIL.

Ein starker Claim ist immer in einen Kontext eingebettet. Verändern sich die Begleitumstände, kann das auch Auswirkungen auf eine Botschaft, eine Aussage und eben auch auf einen Slogan oder Claim haben.

Genauso verhält es sich mit „Einfach da für Dich“ – ein Claim, entstanden aus einem in der Coronapandemie gewonnenen Selbstbewusstsein. Die Unverzichtbarkeit der Apotheken war gesellschaftlicher Konsens – zumindest schien es so.

Nun aber haben sich die Zeiten geändert. Die Politik, insbesondere die aktuelle Bundesregierung, ist dazu zurückgekehrt, die Institution Apotheke als gegeben zu betrachten und ihre existenziellen Belange zu ignorieren.

Es braucht also einen neuen, starken Claim, der die politischen Herausforderungen der Apothekerschaft thematisiert. Ebenso wichtig ist eine starke Wirkung nach innen, also in Richtung der Apothekerinnen und Apotheker. Daneben muss der neue Claim in der Lage

sein, die laufenden und geplanten Kampagnenstränge zu erfassen. Dementsprechend lautet der neue Dachclaim der Apothekenkampagne:

„Gesundheit sichern. Die Apotheke.“

Er beschreibt einerseits die Aufgaben der öffentlichen Apotheken und ist andererseits eine entschiedene Aufforderung an die Politik, die Apotheken bei der Wahrnehmung dieser unverzichtbaren Aufgaben angemessen zu unterstützen. Es geht darum, eine zentrale Botschaft in die Öffentlichkeit zu tragen: Die Apotheke vor Ort als zentrale Säule der Versorgung von Patientinnen und Patienten ist nicht nur ein elementarer Bestandteil der öffentlichen Daseinsvorsorge, sondern aufgrund von politischen Fehlentscheidungen auch akut in Gefahr.

Wir rollen den neuen Claim im Rahmen einer politischen Aktion aus, die die Gefährdung der Apotheken thematisiert: Bei der Aktion **„WIR SEHEN ROT“** vom 22. bis 27. April sollen die Apothekenteams bundesweit in roter Kleidung auftreten und damit ein Zeichen gegen die Sparpolitik der Regierung setzen. Mit diesem Alarmsignal wird deutlich, dass die Sicherung der Gesundheitsversorgung durch die Apotheken eben nicht selbstverständlich ist.

„Gesundheit sichern“ bleibt dabei die zentrale übergeordnete Aussage. Je nach Situation und Anlass kann der neue, flexible Claim aber durch weitere Botschaften ergänzt werden. So können wir situativ auf die unterschiedlichsten Lagen reagieren, ohne dabei die unverzichtbare gesellschaftliche Institution aus den Augen zu verlieren, um die es geht – die Apotheke.

Darum lautet der Claim für die Aktion:



**WIR SEHEN ROT.
DIE APOTHEKE.**