



**GESUNDHEIT
SICHERN.
DIE APOTHEKE.**

Social-Media-Leitfaden „Meine Patienten brauchen mich, weil ...“

Die Aktion „Meine Patienten brauchen mich, weil ...“ lebt davon, dass sich möglichst viele Apothekenteams einbringen und so dabei helfen, die Positionen der Apothekerschaft in die breite Öffentlichkeit zu tragen. Um Ihnen dies möglichst zu erleichtern, haben wir einige Tipps für Social Media zusammengestellt.

Inhaltlich sollte es in Ihrem Video um all diejenigen Leistungen Ihrer Apotheke gehen, die nur approbierte Apothekerinnen und Apotheker erbringen dürfen. Dabei sollten besonders die Betroffenen im Fokus stehen: Könnten sie in Ihrer Apotheke zukünftig beispielsweise noch alle benötigten Schmerzmittel erhalten? Wie steht es um eine korrekte Einweisung in die Anwendung von Inhalativa, um Anwendungsfehler zu vermeiden? Was ist mit den Millionen Patientinnen und Patienten, die täglich fünf oder mehr verordnete Arzneimittel einnehmen und von Neben- und Wechselwirkungen bedroht sind? Auch Individual-Rezepturen oder Impfungen könnten ein Thema sein. Machen Sie deutlich, dass die Arbeit von Apothekerinnen und Apothekern weit über die bloße Abgabe von Medikamenten hinausgeht.

Ihre Videos können natürlich auch auf den Bildschirmen Ihrer Offizin ausgespielt werden. Machen Sie Ihre Patientinnen und Patienten gerne gezielt darauf aufmerksam und nutzen Sie diesen Anlass, auf die Gefahren der BMG-Reformpläne hinzuweisen. Komplexe Sachverhalte lassen sich oft am besten im persönlichen Gespräch erklären – und kaum etwas ist überzeugender!

1. Einheitliche Einleitung des Videos. Um der Aktion einen roten Faden zu geben, beginnen Sie das Video z. B. mit dem Satz „Meine Patienten brauchen mich, weil ...“. Dann erzählen Sie, warum Sie als Apothekerin oder Apotheker unentbehrlich sind.

2. Posten Sie das Video und weitere Materialien auf all Ihren Kanälen. Das liegt natürlich auf der Hand – dennoch wollen wir hier noch einmal darauf hinweisen, wie wichtig es ist, die zentralen Inhalte zu multiplizieren.

- Über den Posting-Service unter www.apothekenkampagne.de/social-media-service werden Postings zur Verfügung gestellt, die Sie einfach übernehmen können.
- Darüber hinaus können Sie auch Inhalte der ABDA-Kanäle und von anderen teilnehmenden Apotheken teilen:
 - Nutzen Sie die Teilen-Funktion in Facebook (weitere Infos [hier](#))
 - Nutzen Sie die „In deiner Story teilen – Funktion“ auf Instagram (weitere Infos [hier](#))
- Liken und kommentieren Sie die politischen Inhalte der ABDA und von anderen teilnehmenden Apotheken. Positive Reaktionen wirken sich positiv aus – die Posts werden häufiger ausgespielt.

3. Qualität entscheidet: Für einen professionellen Auftritt in den sozialen Medien ist die Bildqualität zentral. Achten Sie deshalb darauf, dass Ihre Clips ausreichend hell sind und das Wichtigste in der Bildmitte zu sehen ist. Die Videos sollten ruckelfrei sein und eine angemessene Tonqualität aufweisen. Außerdem sollte auf den ersten Blick erkennbar sein, was gezeigt wird. Eine besondere Kamera benötigen Sie dabei nicht; Videos können unproblematisch mit dem Handy aufgenommen werden, sofern es nicht älter als 4–5 Jahre ist.



**GESUNDHEIT
SICHERN.
DIE APOTHEKE.**

4. Authentizität-Authentizität-Authentizität!

Wenn Sie die Auswirkungen der BMG-Reformpläne schildern oder politische Forderungen formulieren, seien Sie einfach Sie selbst! Ihre Inhalte leben von Ihrer ganz individuellen Art. Das gilt sowohl für geschriebene Inhalte als auch Bilder und Videos. Wichtig: Bleiben Sie professionell – entschlossen in der Sache, aber sachlich im Ton!

Wenn Sie Texte schreiben, schreiben Sie diese so kurz wie möglich, aber so lang wie nötig. Es bietet sich an, die BMG-Reformpläne zunächst sachlich zu skizzieren und ihre möglichen Auswirkungen sodann emotional zu beschreiben; insbesondere mit Blick auf die betroffenen Patientinnen und Patienten.

5. Hashtags und Verlinkungen: Vergessen Sie nicht, unter Beiträgen (vor allem auf Instagram) Hashtags zu verwenden, die den Inhalt Ihres Posts, beziehungsweise das Thema noch einmal verschlagworten und für andere auffindbar machen. Bei allen Posts lohnt es sich zudem wichtige Akteurinnen und Akteure (sowohl Mitstreiter als auch Adressaten) zu verlinken, zu taggen oder zu erwähnen.

- Nutzen Sie Kampagnen-Hashtags wie
#gesundheitsichern #wirmüssenreden
#apothekenstärken #apothekennotstand
#versorgungichern #apothekenamlimit
#versorgungamlimit #keineapothekevorortmehr
#gesundheitstattmangel #letzteapotheke

6. Gemeinsam sind wir stark! Helfen Sie sich gegenseitig, lassen Sie sich von Kolleginnen und Kollegen inspirieren und haben Sie viel Spaß bei Ihren Video-Drehen!