

ABDA startet Nachwuchskampagne für die Apothekenberufe

Berlin, 29. Januar 2024 – Die ABDA – Bundesvereinigung Deutscher Apothekerverbände startet eine neuartige Nachwuchskampagne für die Apothekenberufe. Die Werbung mit dem provokanten Titel „How to sell drugs offline (fast)“ spielt unter anderem selbstbewusst mit der Doppelbedeutung des englischen Wortes „Drugs“, das auch als „Arzneimittel“ übersetzt wird. Hauptzielgruppe der Kampagne sind berufsunentschlossene Jugendliche. Gezeigt werden die vielfältigen Inhalte der Kampagne vor allem auf Social-Media-Kanälen. Ein zentrales, aufmerksamkeitsweckendes Element der Kampagne ist die Video-Serie „Die Apotheke“. Zehn Episoden dieses Infotainment-Formats zeigen das Miteinander eines fiktionalen Apothekenteams als Mischung aus Parodie und scheinbar realen Vorgängen.

„Wie in vielen anderen Wirtschaftszweigen belastet der Fachkräftemangel auch die Apotheken immens. Wir erwarten, dass bis Ende dieser Dekade bis zu 10.000 Apothekerinnen und Apotheker in den Apotheken fehlen, um die wohnortnahe Arzneimittelversorgung der Patientinnen und Patienten aufrechtzuerhalten. Auch in den für die Apotheken unverzichtbaren Berufsgruppen der pharmazeutisch-technischen Assistenten (PTA) und der pharmazeutisch-kaufmännischen Angestellten (PKA) zeichnet sich ein erheblicher Mangel ab“, so ABDA-Präsidentin Gabriele Regina Overwiening.

Die ABDA-Präsidentin betont, wie wichtig es vor diesem Hintergrund ist, die Jugendlichen schon sehr früh auf den für sie relevanten Kommunikationskanälen anzusprechen und für die Berufe in der Apotheke vor Ort zu interessieren. „Wir wollen junge Menschen auf ihrer Suche nach dem Herzensberuf früh ansprechen. Die Apotheken bieten wohnortnahe Arbeitsplätze mit einer flachen Hierarchie und guter Reputation. Die in der Ausbildung oder im Studium erlernte Fachexpertise wird Tag für Tag eingesetzt, um die Gesundheit der Menschen zu erhalten und zu verbessern. Unsere schrillen Aussagen sollen zunächst einfach Spaß machen und die sinnstiftenden, wichtigen Apothekenberufe im hart umkämpften Rennen um Aufmerksamkeit nach vorne bringen“, sagt Overwiening.

Die teils doppeldeutigen Wortspiele und auffälligen Aussagen innerhalb der Kampagne sollen in einem zweiten Schritt als „Türöffner“ dienen. Overwiening weiter: „Der weitaus breitere Teil der Kampagne besteht aus vielfältigen Informationen über die Apothekenberufe sowie zu den Ausbildungswegen. Diese sind auf der Webseite www.apotheken-karriere.de gebündelt. Hier finden die jungen Menschen beispielsweise

Videos über die Tätigkeiten der einzelnen Berufsgruppen, eine virtuelle Apotheke oder auch konkrete Job-Suchmaschinen.“

Die ABDA-Präsidentin ordnet die Kampagne auch in die politische Situation der Apotheken ein: „Dass der Start der Nachwuchskampagne in eine Phase fällt, die für uns als Apothekerschaft wirtschaftlich bedrohlich und damit politisch höchst angespannt ist, ist uns bewusst. Zeitgleich ist der Nachwuchsmangel ein extrem drängendes Thema für unsere Apotheken vor Ort. Wir dürfen es bei keiner der großen Herausforderungen aufschieben, mit zielgerichteter Kommunikation gegenzusteuern“, so Overwiening.

Weitere Informationen unter www.abda.de

Ansprechpartner:

Benjamin Rohrer, Pressesprecher, Tel. 030 40004-131, presse@abda.de

Dr. Ursula Sellerberg, Stellv. Pressesprecherin, Tel. 030 40004-134,

u.sellerberg@abda.de