

PRESSEMITTEILUNG

Mit zwei Marken zum Erfolg: apo.com Group startet großangelegte Werbekampagnen für das E-Rezept

- apo.com Group fördert mit zwei zielgruppenkomplementären Kampagnen die vollständig digitale Einlösung des E-Rezepts per Mobiltelefon
- TV-Spots bei ARD und ZDF sichern apo.com hohe Reichweite in der Zielgruppe
- E-Rezept erleichtert den Medikamentenzugang, insbesondere für immobile und chronisch kranke Patient:innen

Leipzig, 04.11.2024 – Die apo.com Group startet heute zwei umfangreiche Werbekampagnen für ihre Hauptmarken apo.com und apodiscounter.de. Mit den zielgruppenkomplementären Kampagnen bewirbt die drittgrößte Online-Apothekengruppe im deutschen Markt die voll-digitale Einlösung des E-Rezepts und steigert die Markenbekanntheit.

Die Marketingoffensive umfasst zwei 360-Grad-Kampagnen, die zeigen, wie einfach und sicher das E-Rezept von der Gesundheitskarte per App online eingelöst werden kann. Neben TV-Spots auf den Kanälen ARD und ZDF werden die Kampagnen entlang der Customer Journey überwiegend auf bekannten digitalen Plattformen ausgespielt, um eine hohe Reichweite innerhalb der Zielgruppen zu erzielen. Das Kampagnen-Material entstand in Zusammenarbeit mit der renommierten Kreativagentur Accenture Song.

#chronischMensch: apo.com setzt Fokus auf chronische Erkrankungen

Die Kampagne für apo.com steht unter dem Motto: „Wenn sich alles ganz leicht anfühlt – das ist doch die beste Medizin.“ Diese Botschaft betont den Mehrwert eines unkomplizierten, örtlich und zeitlich flexiblen Zugangs zur Gesundheitsversorgung für chronisch kranke Menschen und stellt deren Bedürfnisse in den Mittelpunkt.

Menschen mit chronischen Krankheiten scheuen sich oft, offen damit umzugehen, da sie negative soziale Folgen befürchten. Mit der Kampagne und dem Hashtag #chronischMensch möchte apo.com ein Bewusstsein dafür schaffen, dass Krankheit als Teil des Lebens zum Menschsein dazugehört und daher in der Gesellschaft ebenso einen Platz haben sollte, wie gesund zu sein.

Ursula Ritter, Creative Director Art bei Accenture Song, der Kreativagentur hinter der #chronischMensch-Kampagne, betont die Bedeutung dieses Engagements: "Die Kampagne #chronischMensch ist ein hervorragendes Beispiel dafür, wie Unternehmen sich verpflichten können, an positiven Veränderungen in der Gesellschaft mitzuwirken. Diese Kampagne wird dazu beitragen, bestehende Barrieren abzubauen und chronisch kranken Menschen zeigen, dass sie im Umgang mit ihrer Erkrankung nicht auf sich allein gestellt sind."

apo.com ist eine Gesundheitsplattform, die sich auf Menschen mit chronischen Erkrankungen spezialisiert. Mit unkomplizierter Medikamentenversorgung, ortsunabhängiger Beratung, wissenschaftlich fundierten Informationen und weiteren digitalen Serviceangeboten begleitet apo.com Patient:innen und Angehörige langfristig. Ziel ist, chronisch kranken Menschen zu mehr Selbstbestimmung und bestmöglicher gesundheitsbezogener Lebensqualität zu verhelfen.

- Kampagnenvideo für apo.com: <https://youtu.be/5bxclw18MTU>

Die Apotheke für alle: apodiscounter.de

Parallel dazu trägt die Kampagne für apodiscounter.de die Hauptbotschaft „Apotheke für alle.“ und spricht damit die breite Bevölkerung an. Der dazugehörige illustrierte Werbespot ist bunt und originell gestaltet – anstelle eines klassischen Voiceovers ist ein eingängiger Song zu hören, der die Einfachheit, Schnelligkeit und Alltagskompatibilität von apodiscounter.de hervorhebt. Mithilfe eines breiten Online- und Offline-Kanalmixes erreicht die Kampagne ihre Zielgruppe dort, wo sie sich im Alltag bewegt.

Unter allen Apotheken-Webshops der apo.com Group ist apodiscounter.de der Größte und feierte dieses Jahr sein 20-jähriges Jubiläum. Der einzige Discounter unter den großen Online-Apotheken in Deutschland überzeugt mit niedrigen Preisen in Verbindung mit schneller, zuverlässiger Lieferperformance.

- Kampagnenvideo für apodiscounter.de: <https://youtu.be/Y3fML4LiQiA>

Das E-Rezept: Sicher, schnell und unkompliziert

Kernthema der beiden Kampagnen ist das E-Rezept, welches nun auch schnell und sicher mit der Gesundheitskarte über die neuen nativen Apps der beiden Online-Apothekenmarken eingelöst werden kann. Insbesondere für immobile Menschen und Patient:innen mit einem hohen Medikamentenbedarf bietet das E-Rezept eine echte Erleichterung im Alltag.

„Wir möchten das E-Rezept als innovativen und benutzerfreundlichen Service etablieren, der den Zugang zu Medikamenten erleichtert und damit die Lebensqualität vieler Menschen verbessert. Der Start dieser Kampagnen markiert für uns einen bedeutenden Schritt in Richtung einer digitalisierten und patientenfreundlichen Gesundheitsversorgung“, erklärt Dr. Oliver Scheel, Geschäftsführer und Chief Executive Officer der apo.com Group.

Über die apo.com Group

Die apo.com Group ist eine europaweit agierende Health-Tech-Unternehmensgruppe mit Sitz bei Leipzig, Deutschland. Über zwei hochautomatisierte pharmazeutische Logistikzentren betreibt sie unter anderem den Apotheken-Webshop apodiscounter.de und die Gesundheitsplattform apo.com. Um Menschen bei ihrem Gesundheitsmanagement zu unterstützen, setzt die apo.com Group auf KI-gestützte Logistik-Technik, digitale Services und eine individuelle pharmazeutische Beratung. In insgesamt neun Apotheken-Webshops sind über 75.000 Produkte erhältlich, darunter 25.000 verschreibungspflichtige und 50.000 frei verkäufliche Artikel. Zu den langjährigen Partnern der apo.com Group zählt ein Netzwerk von über 300 Pharmaherstellern in Europa.

Kontakt

Nadja Stötzner
Head of Corporate Communications
n.stoetznern@group-apo.com
+49 170 3315818