

Apothekerschaft engagiert bei Gripeschutzimpfung

Siebte Auflage der „Impfopoint“-Kampagne will die Impfbereitschaft und Durchimpfungsraten erhöhen

Stuttgart, 30. September 2024 – Die Apothekerschaft setzt auch in diesem Herbst und Winter die seit 2018 etablierte und erfolgreiche „Impfopoint“-Kampagne fort. Die Apothekerverbände aus Baden-Württemberg, Bayern, Berlin, Hessen, Nordrhein, Rheinland-Pfalz, Sachsen, Saarland und Westfalen-Lippe rufen ihre insgesamt über 12.500 Mitgliedsapotheken auf, mit Beginn der Impfsaison die Bevölkerung über die wichtige Gripeschutzimpfung zu informieren. Durch Aufklärung, Beratung und eigene Impfangebote soll so zur Steigerung der Impfbereitschaft und damit zu einer höheren Durchimpfungsraten beigetragen werden.

„Die Apotheken sind für viele Menschen erste Anlaufstelle in Gesundheitsfragen. Das gilt auch und vielleicht sogar besonders in der Prävention. Mit unserer Kampagne wollen wir mit vereinten Kräften in den Apotheken im Herbst und Winter über die Bedeutung der Gripeschutzimpfung aufklären und so die Anzahl der Impfungen erhöhen“, erklärt Tatjana Zambo, Präsidentin des Landesapothekerverbands Baden-Württemberg, der die Kampagne federführend begleitet.

Breites Angebot an Informationsmaterialien

Die Apotheken in den teilnehmenden Bundesländern werden für ihre Aufklärungsarbeit mit einem umfangreichen Aktionspaket ausgestattet. Dieses Paket enthält Plakate, Flyer, Aufkleber und weitere Impfopoint-Materialien für die Nutzung in der Apotheke. Den an der Kampagne teilnehmenden Apotheken stehen darüber hinaus zahlreiche Materialien zur individuellen Nutzung zur Verfügung. Dazu gehören Posting-Vorschläge für Social Media, Text-Bild-Animationen, Erklärvideos und Flyer, die im Downloadbereich der Kampagnenseite www.impfopoint.de kostenfrei erhältlich sind. Sämtliches Material ist dabei so gestaltet, dass es sowohl von beratenden als auch von solchen Apotheken, die ein konkretes Impfangebot machen, eingesetzt werden kann. So können Apotheken ihre Beratungs- und Impfangebote gezielt hervorheben und die Kommunikation mit ihren

Kunden vor Ort und online stärken. Insbesondere bei den Vorlagen für die Social-Media-Arbeit wechseln sich wissenschaftlich fundierte Fakten und motivierende Botschaften ab. Die Zielaussage ist dabei immer gleich: „Lass dich impfen!“

Modernes und innovatives Design

Das Design der gedruckten Materialien des letzten Jahres wurde für die aktuelle Kampagne leicht überarbeitet und setzt weiterhin auf auffällige Neon-Farben, um eine starke Aufmerksamkeit zu erzielen. Darüber hinaus wird die Kampagne durch eine starke Online-Präsenz unterstützt. Auf den zur Kampagne gehörenden Social-Media-Kanälen bei Facebook und Instagram werden über den gesamten Kampagnenzeitraum, der weit in das Jahr 2025 hineinreicht, zahlreiche Informationen zur Gripeschutzimpfung in einer motivierenden und anschaulichen Art präsentiert. Dafür wurden neben statischen Informationskacheln auch viele dynamische Inhalte und Bewegtbilder vorbereitet, die in einer kontinuierlichen Frequenz auf den Kanälen ausgespielt werden. In diesem Jahr wird es darüber hinaus zusätzlich einen Service für Patienten- und Selbsthilfeorganisationen geben. In speziell für diese Dialoggruppen zugeschnittenen Informationen, die als Newsletter oder Briefe durch die teilnehmenden Verbände verschickt werden, sollen insbesondere chronisch erkrankte Menschen angesprochen und zur für sie besonders wichtigen Gripeschutzimpfung motiviert werden.

Gemeinsam für eine gesunde Zukunft

Die beteiligten Verbände sind überzeugt, dass die Impfpunkt-Kampagne und ihre anhaltende Kontinuität einen wertvollen Beitrag zur Erhöhung der Durchimpfungsraten leisten wird. „Sobald wir in unseren Apotheken dieses Thema setzen, die Plakate raushängen, die Flyer auslegen, merken wir, wie aufmerksam unsere Patientinnen und Patienten reagieren“, weiß Apothekerin Tatjana Zambo aus den Erfahrungen der vergangenen Impfpunkt-Kampagnen. „Sie fragen nach – für sich selbst und oft auch für ihre Angehörigen. Und wir können die wichtige Botschaft setzen: Lass dich impfen!“

Dieser Presseinformation ist eine Grafik zugeordnet. Sie dürfen diese unter der Quellennennung LAV BW veröffentlichen.

PRESSEINFORMATION



Der Landesapothekerverband Baden-Württemberg e. V. setzt sich für die unabhängige Beratung von Patientinnen und Patienten, Gesundheitsprävention und die sichere Abgabe von Arzneimitteln ein. In Baden-Württemberg gibt es rund 2.200 öffentliche Apotheken. Der Verband vertritt die wirtschaftlichen und politischen Interessen seiner Mitglieder. Um das Wohl der Patienten kümmern sich im Land neben den approbierten Apothekerinnen und Apothekern auch rund 15.000 Fachangestellte, überwiegend Frauen, in Voll- oder Teilzeit.

Der Landesapothekerverband Baden-Württemberg e. V. ist zertifiziert nach DIN EN ISO 9001:2015.

Ihre Interviewwünsche und Rückfragen richten Sie bitte an:

Landesapothekerverband Baden-Württemberg e. V.

Frank Eickmann

T.: 0711 22334-77, F.: -99

presse@apotheker.de

Besuchen Sie uns online unter <https://www.apotheker.de/>

Folgen Sie uns auf Facebook: <https://www.facebook.com/apothekerverband>

Folgen Sie uns auf Instagram: https://www.instagram.com/lav_bawue/

