Rx-Content-Strategie

Mit Storytelling und Informationen Allergiker aktivieren

Digitales Marketing für Rx-Produkte beschränkt sich längst nicht auf die alleinige Ansprache von Ärztinnen und Ärzten. Voraussetzungen für den Erfolg liegen in Awareness, Involvement und Aktivierung der Betroffenen. Kaum eine Kommunikationsform bietet dafür so gute Möglichkeiten wie das Storytelling. In der Kampagne ‚#BeatYourAllergy – Wege aus der Allergie' setzt ALK auf Patientengeschichten und eine Fortsetzung mit Perspektivwechsel.

Autor: Peer Jendrtzok, von Mende Marketing

Mehr als 30 Millionen Menschen in Deutschland und mehr als 500 Millionen weltweit sind an einer Allergie erkrankt – und es werden immer mehr. Viele von ihnen leiden im Stillen, verharmlosen ihre Beschwerden oder wissen noch gar nicht von ihrer Allergie. ALK-Abelló (kurz für Allergologisk Laboratorium Kopenhagen) mit Deutschlandsitz in Hamburg hat sich zum Ziel gesetzt, dass jeder Allergiker und jede Allergikerin die Chance auf eine wirksame Therapie bekommt und die Möglichkeit hat, seine allergischen Beschwerden langfristig zu lindern. ALK, das in diesem Jahr sein 100-jähriges Bestehen feiert, gehört in der Forschung und Entwicklung von Produkten zur Allergie-Immuntherapie zu den führenden Unternehmen und bietet Behandlungsoptionen, die nicht nur die Symptome lindern, sondern auch die Ursachen einer Allergie bekämpfen. Die erfolgreich therapierten Allergiker:innen wissen um die Möglichkeiten solch kausaler Behandlungen. Ziel der gemeinsam mit von Mende Marketing entwickelten ‚#BeatYourAllergy'-Kampagne ist es deshalb, Allergiker:innen – emotional, informativ und aktivierend – auf die Wichtigkeit professioneller Diagnosen und Behandlungen aufmerksam zu machen. Authentische Erfahrungsberichte erfolgreich behandelter Menschen spielen dabei eine besondere Rolle.

Die ALK-Kampagne ‚#BeatYourAllergy' stellt die Erfolgsgeschichten von Allergie-Patientinnen und -Patienten in den Mittelpunkt

Foto: von Mende

Awareness mit #BeatYourAllergy

Im Sommer 2021 startete ALK mit der Kampagne ‚#BeatYourAllergy – Wege aus der Allergie', in deren Mittelpunkt echte Geschichten mit Happy End stehen. Beispiele für solche ganz individuellen Erfolgsgeschichten sind: der Hobby-Imker Dennis mit Insektengiftallergie, die naturverbundene Bloggerin Nina mit Pollenallergie und andere. „In unseren Patient Stories erzählen Patientinnen und Patienten in emotionalen Kurzfilmen ihre persönliche Allergie-Erfolgsgeschichte. Sie alle können davon berichten, wie sehr die Allergie ihr Leben bestimmt hat, was sie bewegt hat, endlich selbst die Kontrolle zu übernehmen und welchen positiven Effekt die Allergie-Immuntherapie auf ihre Lebensqualität hatte", erläutert Alexandra Linke, Senior Digital & Communications Manager bei ALK.

Die Protagonisten und Protagonistinnen der Filme informieren und motivieren – sie machen Menschen mit Allergien Mut. Die Botschaft: Mit deiner Allergie bist du nicht allein. Die Geschichten zeigen, dass sich eine Allergie-Immuntherapie lohnt und zu einem nachhaltig beschwerdefreien Leben verhelfen kann. Und sie sollen inspirieren, sich über die Möglichkeiten einer Behandlung zu informieren – sich nicht mit einer Allergie abzufinden, sondern aktiv zu werden.

Am besten mit einem Beratungsgespräch bei einem Facharzt oder einer Fachärztin. Wurden die Patient Stories anfänglich noch exklusiv über YouTube, im Wartezimmer-TV, als Video-Ads und auf der Website allergiecheck.de ausgespielt, sind sie mittlerweile integraler Bestandteil einer systematisch ausgeweiteten Content-Kampagne. Diese wird zusätzlich über die Social-Media-Plattformen Facebook und Instagram ausgespielt. 215.000 Besucher zählte die Landingpage seither. Kampagnen-induziert nutzten 27.000 User darüber einen Online-Allergietest beziehungsweise die Facharzt-Suchfunktion.

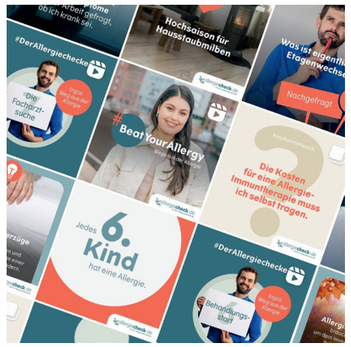

Foto: von Mende

Foto: von Mende

Unter dem Hashtag #UnderstandYourAllergy wurde das Content-Geflecht der Kampagne um Infotainment aus HCP-Perspektive erweitert

Next Step Involvement: #DerAllergiechecker

Seit 2022 ist #BeatYourAllergy entlang aller relevanten Touchpoints sichtbar: Mit der Skalierung der Kampagne über die Social-Media-Kanäle Facebook und Instagram erweitert ALK auch den Content. Story-Protagonist Ingo, der bereits seine eigene Allergiegeschichte teilte, übernimmt die Funktion eines Moderators und schlägt die Brücke zwischen Patient:innen und Expert:innen. Das Involvement eines Betroffenen hebt die Content-Kampagne so auf die nächste Stufe und bewahrt gleichzeitig die Authentizität der ‚#BeatYourAllergy'-Kampagne. Als #DerAllergiechecker gibt er Einblicke und Updates in seine Erfahrungen mit der Allergie-Immuntherapie. Er tritt in den Dialog, kommuniziert auf Augenhöhe, fragt nach, erklärt. #DerAllergiechecker wird ins Content-Geflecht eingebunden und schafft Kontinuität und Bindung.

Neue Perspektive mit #UnderstandYourAllergy

Ab Februar 2023 komplettiert eine neue Perspektive den Auftritt. Zur bestehenden Dimension „Nähe" gesellt sich zusätzlich die Dimension „Kompetenz" in Form eines HCPs: #UnderstandYourAllergy mit Dr. Teresa Nau stärkt den informativen, aufklärenden Charakter der Allergiecheck-Kommunikation, ohne dabei die Leichtigkeit der Social-Media-Welt einzubüßen. Die Zusammenarbeit mit der jungen Ärztin soll Patient:innen verständlich, glaubwürdig, spannend und sympathisch für das Thema Allergie sensibilisieren und so neue Allergie-Immuntherapien anstoßen. Zunächst mit der Aufklärung von Mythen, perspektivisch mit der Vermittlung von Wissen. Als junge Ärztin hebelt sie das Bild eines verstaubten und belehrenden Mediziners aus. Sie vermittelt Wissen locker und leicht im Medical-Influencer-Stil und hilft, Allergien und die Allergie-Immuntherapie zu verstehen.

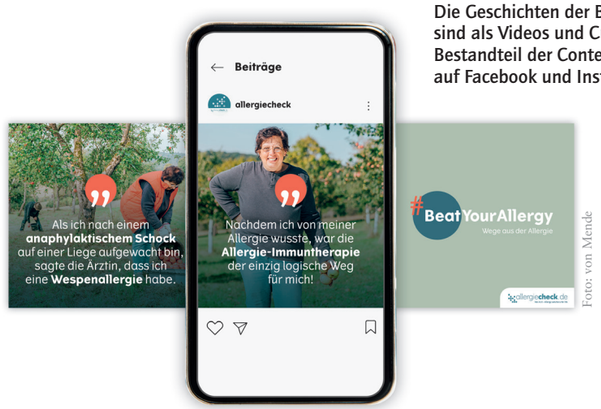

Foto: von Mende

Die Geschichten der Betroffenen sind als Videos und Cut-downs Bestandteil der Content-Kampagne auf Facebook und Instagram

Aufklärung auf Augenhöhe

Für Alexandra Linke ist die Aufklärung und Aktivierung von Patient:innen für das Marketing von Rx-Produkten unerlässlich: „Allergische Erkrankungen werden leider häufig zu spät diagnostiziert und ebenfalls häufig nicht ausreichend therapiert. Mit unserer Kampagne lenken wir den Blick erfolgreich auf die lebensverändernden Möglichkeiten der Allergie-Immuntherapie und bieten mit einem Online-Allergietest und einer Fachärzte/Fachärztinnen-Suchfunktion wichtige Hilfestellungen für Menschen mit Allergien. Die kampagnenintegrierte Content-Strategie bietet darüber hinaus ein hohes Maß an Authentizität, Emotion, Involvement und Kommunikation auf Augenhöhe."

von Mende.

Die von Mende Marketing GmbH ist eine inhabergeführte Full-Service-Agentur aus Oldenburg. Seit 1997 entwickelt sie Kommunikationslösungen für Unternehmen, Marken, Produkte und Dienstleistungen.
vonmende.de