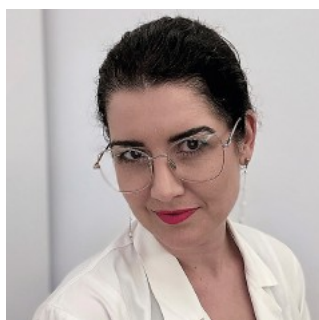




„Lost without it“

Social Media-- Aus dem pharmazeutischen Alltag ist Social Media nicht mehr wegzudenken. Ein guter Grund für die Apothekerkammer Nordrhein, das Thema in einem Workshop aufzugreifen. Wir haben die Referentin Simone Gansewig dazu befragt.

DAS INTERVIEW FÜHRTE KIRSTEN BECHTOLD



Simone Gansewig ist Apothekerin und Lehrkraft an der PTA-Schule BS06 in Hamburg. Freiberuflich arbeitet sie als Autorin, Referentin und Content-Creatorin.

An einem Mittwoch im März fand im Hause der Apothekerkammer Nordrhein in Düsseldorf ein Workshop für Lehrkräfte von PTA-Schulen statt. Gemeinsam ging es einen Nachmittag lang intensiv darum, wie ein professioneller und authentischer Social-Media-Auftritt aussehen kann – und warum er gerade für PTA-Fachschulen so wichtig ist. Referentin war die Apothekerin Simone Gansewig, selbst Lehrkraft an einer PTA-Fachschule und dort als Beauftragte für die Bildungsgangentwicklung zuständig. Im Interview mit DAS PTA MAGAZIN gibt sie einen Einblick in die Inhalte des Workshops und erklärt, warum Social Media auch für Apotheken vor Ort eine Chance ist, Kunden zu binden.

Frau Gansewig, warum liegt Ihnen das Thema Social Media am Herzen?

Gansewig: Als Apothekerin, Oberstudienrätin und selbst aktiv auf Instagram weiß ich, wie viel Potenzial in digitaler Kommunikation steckt – und auch, wie viele Fragen, Unsicherheiten (und ja, auch Vorurteile) es rund um das Thema gibt. Das war auch der Grund, diesen Workshop für Lehrkräfte zu konzipieren. Er soll ihnen die Unsicherheiten nehmen und Mut machen, die eigene PTA-Schule im Netz zu präsentieren.

Warum ist Social Media für PTA-Schulen, aber auch für Apotheken wichtig?

Gansewig: Das lässt sich gut mit „Lost without it“ auf den Punkt bringen: PTA-Schulen, Nachwuchsrekrutierung



FÜR DIE VOR-ORT-APOTHEKE IST SOCIAL MEDIA EINE CHANCE, NÄHE ZU SCHAFFEN



Wie entsteht ein Social-Media-Auftritt, der wirkt? Das lernten Lehrkräfte von PTA-Schulen bei einem Workshop der Apothekerkammer Nordrhein.

– all das findet längst nicht mehr nur im Klassenraum oder auf Berufsmessen statt. Wenn wir junge Menschen erreichen, sie für unsere Themen begeistern und mit ihnen im Austausch bleiben wollen, dann müssen wir dahin gehen, wo sie sowieso schon sind: auf Instagram, TikTok und Co. Dabei geht es nicht um Likes oder virale Reels. Es geht um Kommunikation, Sichtbarkeit und die Chance, Haltung zu zeigen.

Viele „Nicht-Digital-Natives“ haben Berührungängste mit dem Thema. Wie haben Sie den Lehrkräften die Angst vor dem eigenen Social-Media-Auftritt genommen?

Gansewig: Der Einstieg in Social Media ist tatsächlich für viele mit Unsicherheit verbunden. Was poste ich? Wie wirke ich? Und darf ich das überhaupt? Doch mit wachsender Klarheit, konkreten Strategien und ein wenig Übung kann sich Unsicherheit in Routine verwandeln. Anhand von fünf Schritten haben wir erarbeitet, wie ein professioneller Social-Media-Auftritt entsteht, der wirkt. Dabei ging es zunächst um die beiden Fragen „Warum mache ich das?“ und „Was will ich erreichen?“. Daran anschließend haben wir uns damit beschäftigt, wie das eigene Profil aussieht und wie es auf andere wirkt. Ein wichtiger Aspekt ist zudem der

Punkt „Content & Trend“: Was funktioniert aktuell – und was passt zu mir? Mit Praxisübungen ging es dann an die Umsetzung. Und ich habe den Lehrkräften ans Herz gelegt, dranzubleiben. Denn Social Media ist als Marathon, nicht als Sprint zu betrachten – mit KPIs, Planung und Haltung.

Warum ist ein guter Social-Media-Auftritt auch für die Apotheke vor Ort wichtig?

Gansewig: Gerade in der Apotheke vor Ort bietet Social Media eine riesige Chance, Nähe zu schaffen und Vertrauen aufzubauen. Es geht nicht darum, Produkte zu bewerben, sondern Einblicke zu geben, aufzuklären, Persönlichkeit zu zeigen. Wer mit Herz und Haltung kommuniziert, wird als kompetenter und sympathischer Ansprechpartner wahrgenommen – und das stärkt die Bindung zur Kundschaft. Gleichzeitig können wir durch authentische Inhalte auch junge Menschen für den Beruf begeistern. Wenn sie sehen, wie vielfältig und sinnstiftend die Arbeit in der Apotheke ist, wächst vielleicht auch bei ihnen der Wunsch, Teil dieses Systems zu werden. Social Media kann so nicht nur informieren, sondern auch inspirieren – und genau das brauchen wir, um den Fachkräftenachwuchs zu sichern.

Was macht aus Ihrer Sicht einen guten Social-Media-Auftritt aus?

Gansewig: Für mich ist Social Media kein Hype, sondern ein Werkzeug – eines, das wir nutzen sollten, um pharmazeutische Inhalte sichtbar zu machen. In Düsseldorf habe ich gesehen, wie viel Potenzial in unseren PTA-Fachschulen steckt. Wenn wir unser Wissen teilen, Menschen mitnehmen und ehrlich kommunizieren, kann daraus echte Wirkung entstehen. Ich wünsche mir, dass noch mehr Kolleginnen und Kollegen den Mut haben, loszugehen. Nicht perfekt, sondern echt. Nicht für den Algorithmus, sondern für die Menschen, die wir erreichen wollen – und natürlich nicht nur an PTA-Schulen, sondern auch in den Apotheken vor Ort.

Gibt es eine Kernbotschaft, die Sie allen PTA und Apothekern mit auf den Weg geben möchten?

Gansewig: Wer sich traut, den ersten Schritt zu machen, wird oft überrascht sein, wie schnell der Weg klarer wird. ★