

Berlin, 3. März 2025

Pressemitteilung

Gesundheit einfacher machen? Doc, das geht – zeigen DocMorris und Jung von Matt

DocMorris, eine der führenden Online-Apotheken Europas, setzt gemeinsam mit Jung von Matt NECKAR neue Maßstäbe in der Markenkommunikation zur digitalen Medikamentenversorgung: mit einer starken neuen Markenplattform und einer crossmedialen Kampagne, um den Markt für digitale Gesundheitsdienstleistungen nachhaltig zu prägen. Ziel ist es, das Vertrauen in die Marke zu stärken und die DocMorris App zur ersten Wahl für E-Rezept-Einlösungen zu machen.

DocMorris revolutioniert für Patientinnen und Patienten den Zugang zu verschreibungspflichtigen Arzneimitteln. Seit der Einführung eines voll digitalen Einlösewegs für das E-Rezept im April 2024 können gesetzlich Versicherte ihre E-Rezepte bequem über die DocMorris App einlösen. Statt der Fahrt zur Vor-Ort-Apotheke: nur ein einfacher Griff zu Handy und Krankenkassenkarte.

Dieser bequeme Einlöseweg soll nun für mehr Patienten, vor allem chronisch kranke Menschen, selbstverständlich werden. Um DocMorris als beliebteste App für die E-Rezept-Einlösung und die digitale Rundum-Medikamentenversorgung zu etablieren, setzt das Unternehmen in der Markenkommunikation auf die Expertise von Jung von Matt NECKAR. Die Agentur betreut die Marke ganzheitlich von der strategischen Beratung, über Kreationentwicklung, Umsetzung sowie Media- und Data-Consulting.

DocMorris knüpft bei der Wahl des Agenturpartners gezielt an die erfolgreiche Zusammenarbeit vor vier Jahren an. Und das in einer entscheidenden Phase: Derzeit nutzt gerade einmal ein einstelliger Prozentbereich der Bevölkerung das digitale E-Rezept-Einlöseverfahren über Apotheken-Apps und Krankenkassenkarte. Der richtige Zeitpunkt also, den Verbrauchern die digitale DocMorris-Lösung näherzubringen.

Dazu entwickelte die Agentur eine starke Kommunikationsplattform auf Basis eines einfachen Insights der Menschen: Gesundheitsversorgung kann kompliziert sein – DocMorris macht sie einfacher. Genau bei dieser Kernbotschaft setzt die neue Marken- und Kommunikationsstrategie an, die eine unverwechselbare Markenidentität schafft und über alle Kanäle hinweg kommuniziert: DocMorris bietet eine einfache, schnelle und vertrauenswürdige Lösung für die Arzneimittelversorgung mit dem E-Rezept – und mehr!

Mit dem Claim „Mach’s dir Doc einfach“ verwandelte die Agentur nun einen Teil des Markennamens in ein unverwechselbares Statement, das genau diese Haltung ganz einfach auf den Punkt bringt.

Der neue Claim „Mach’s dir Doc einfach!“ wird über alle Funnelstufen hinweg mit relevanten Inhalten aufgeladen. Die dazugehörige mehrstufige Kampagne erklärt unterschiedlichen Zielgruppen passgenau, wie DocMorris ihnen allen das Leben erleichtert – z.B. durch umfassende pharmazeutische Beratung für chronisch kranke Menschen oder die Einlösung von E-Rezepten für die ganze Familie – eine massive Erleichterung für privat Pflegende. Zusätzlich gibt es Anwendungshinweise, Wechselwirkungschecks, Folgerezept-Service, Next-Day-Delivery, versandkostenfreie Lieferung etc.

Die kanalübergreifende Kampagne setzt auf eine effektive Medienstrategie, um eine maximale Reichweite und einen größtmöglichen Impact zu erzielen. Sie wird in TV und Online Video (OLV) ausgespielt, begleitet von einer starken Präsenz im Digital-out-of-Home (DooH)- und Out-of-Home (OoH)-Bereich, einschließlich Großflächen und Blowups. Ergänzend dazu sorgen gezielte Maßnahmen in

Social Media für eine hohe digitale Sichtbarkeit. Audio-Platzierungen in Radio- und Streaming-Plattformen verstärken die Markenkommunikation zusätzlich. Abgerundet wird die Kampagne durch gezielte Maßnahmen in Printmedien und Haushaltsverteilungen, um die Botschaft flächendeckend zu verbreiten. Für die Mediaplanung und Umsetzung arbeitet DocMorris mit der Mediaagentur Fluent zusammen.

„Wir haben bewusst auf Alltagssituationen gesetzt, in denen Menschen ‚einfach Medikamente‘ benötigen – und gleichzeitig ihre Zeit und Energie für ihre Kinder, ihre Liebsten oder sich selbst brauchen. Durch den volldigitalen Einlöseweg für das E-Rezept werden sie maximal entlastet. Die Zusammenarbeit mit JvM NECKAR war großartig und zeigt wunderbar, wie wichtig Kreativität ist, um mit Humor und Leichtigkeit Markenwerte sowie digitale Lösungen relevant und eingängig zu veranschaulichen. ‚Mach’s dir Doc einfach‘ ist für unsere Marke ein echter Meilenstein“, sagt Dorit Posdorf, Chief Marketing Officer bei DocMorris.

„Starke Marken brauchen starke Versprechen. Mit ‚Mach’s Dir Doc einfach‘ macht DocMorris so eines – und schafft eine Plattform mit viel Potenzial, die den zahlreichen unterschiedlichen Bedürfnissen im Gesundheitsmarkt gerecht wird“, so Andreas Hilbig, Managing Creative Director, JvM NECKAR.

„Mit der neuen Kampagne wird DocMorris auch kommunikativ zum Hit. Unsere Plattform ‚Mach’s dir Doc einfach!‘ bringt die Marke in die Köpfe, Ohren und Herzen der Menschen. Sie vermittelt auf klare, einprägsame Weise, dass Gesundheitsversorgung einfach sein kann. Eine starke Strategie und kreatives Momentum über alle Kanäle hinweg sind der Schlüssel, um DocMorris als führendes digitales Gesundheitsökosystem zu positionieren“, Dörte Spengler-Ahrens, Non-Executive Creative Chairwoman.

Verantwortlich bei DocMorris

Dorit Posdorf (Chief Marketing Officer), Marie Pietzcker (Director Brand and Content), Nina Hoffmeister (Lead Campaigns), Carlotta Fay Honerkamp (Brand Manager)

Verantwortlich bei Jung von Matt

Dörte Spengler-Ahrens (Non-Executive Creative Chairwoman), Andreas Hilbig (Managing Creative Director), Andrea Weisser (Creative Director Copy), Denise Dutka (Senior Art Director), Silke Rosenthal (Client Service Director), Kevin Tiedgen (Executive Director Data & AI), Lena Neves-Risch (Media Strategist), Nora Biermann (Strategist), Ralph Teichmann (Head of Creative Services), Julia Blanke (Senior Art Buyer)

ANORAK Film GmbH (Filmproduktion), Calle Åstrand (Regisseur), Cecil Arp (Fotograf)

Kontakt für Medien Jung von Matt

Kim Rosenthal

E-Mail: kim.rosenthal@jvm.com

Telefon: +49 40 4321-2014

Kontakt für Medien DocMorris

Torben Bonnke, Director Communications

E-Mail: media@docmorris.com

Telefon: +49 171 864 888 1

Jung von Matt

Jung von Matt ist – sowohl was Auszeichnungen für Kreativität als auch Effizienz angeht – die erfolgreichste Agenturgruppe im deutschsprachigen Raum. Die Agentur bietet ihren Auftraggeber:innen kreative und effiziente Marktingkommunikation über alle Kanäle und Disziplinen hinweg. Jung von Matt wurde 1991 in Hamburg gegründet und agiert bis heute, als nicht börsennotierte Aktiengesellschaft mit Agenturen in Deutschland, Österreich, der Schweiz, USA, Schweden, Polen, Tschechien, Südkorea und China. Zu ihren Kund:innen zählen unter anderen adidas, BMW, Bosch, BVG, DFB, EDEKA, EnBW, Haribo, HUAWEI, Hyundai, NIVEA, Sixt und Vodafone. Mehr zu Jung von Matt auf LinkedIn, Instagram und auf jvm.com.

DocMorris

DocMorris

DocMorris steht für kundenorientierte innovative Dienstleistungen und eine große Produktvielfalt rund um die digitale Gesundheitsversorgung. Sie reichen von der schnellen Terminvereinbarung für den Online-Arztbesuch auf der Telemedizin-Plattform von TeleClinic bis zur pharmazeutischen Beratung und Versorgung mit verschreibungspflichtigen und rezeptfreien Medikamenten sowie Gesundheitsprodukten aus Deutschlands bekanntester Online-Apotheke. Hinzu kommt der Marktplatz mit einem breiten ergänzenden Sortiment von Heil- und Hilfsmitteln sowie Produkten aus den Bereichen Ernährung, Beauty und Familie. Damit schafft DocMorris für ihre Kundinnen und Kunden einen einfachen Zugang zu umfassenden Gesundheitsdienstleistungen an einem Ort mit nur einem Klick. Im Segment Deutschland erwirtschaftete die Schweizer DocMorris AG im Jahr 2024 mit über 10 Millionen aktiven Kundinnen und Kunden einen Außenumsatz von 1,022 Millionen CHF.