

Inhalt

Seite 1
Ertragsverbesserung durch Kooperation

Seite 2
Neuer E-plus-Kooperationspartner
GlaxoSmithKline

Seite 3
Geschützte Haut wehrt Pollen ab!
Neue Studien belegen:
Pollen gelangen auch über die Haut in den Körper

Seite 4
Neue Kooperationspartner

Beilagen
MERIAL, EUCERIN, OMRON

E-plus Hersteller- Kooperationspartner



Info

PHARMA PRIVAT informiert aktuell zu E-plus

2//2010

E-plus Kooperation

Ertragsverbesserung durch Kooperation

Aktuell investieren 35 Hersteller in die E-plus Apotheken und die Kooperation. Spezielle Einkaufsvorteile steigern den Stücknutzen der gemeinsam vermarkteten Produkte. Verkaufsaktionen und Beratungsschwerpunkte steigern den Umsatz ertragsreicher Produkte.

In den letzten Monaten sind 3 weiterer Hersteller der E-plus Kooperation beigetreten. Darunter befindet sich die OTC-Markenfirma GlaxoSmithKline Consumer Healthcare, die Beiersdorf AG mit ausgewählten Artikeln der Kosmetik-Marke Eucerin und die Tierarznei-mittel-Firma Merial mit der Marke Frontline.

Die 35 Hersteller investieren in den Erfolg der E-plus Apotheken nicht nur mit speziellen Einkaufsvorteilen sondern auch mit verkaufsfördernden Maßnahmen:

- Materialien zur Verkaufsförderung am Point of Sale (POS)
- Schulungen zu Beratung, Sortiment und Verkauf
- Produktentwicklung und Marktforschung

Wie kommt die Ware kostengünstig und bedarfsgerecht zur Apotheke?

Wer sorgt für die Verteilung der Verkaufsförderungsmaterialien? Wer organisiert die Schulungen und Verkaufsaktionen?

Nur über den pharmazeutischen Großhandel ist eine derart auf Ertrag und Effizienz optimierte Kooperation möglich. Er bildet die Drehscheibe für eine optimale und kostengünstige Warenlogistik, effiziente Organisation von Verkaufsmaßnahmen und Schulungen, sowie Knowhow-Transfer.

Schon längst haben sich die privaten Großhandlungen Deutschlands davon verabschiedet, nur Logistiker zu sein. Mit derselben Effizienz und Kostenoptimierung, mit der sie die Warenlogistik erfolgreich betreiben, bieten sie Leistungen zur Stärkung der selbständigen Apotheken an.

In der E-plus Kooperation sorgen sie für

- Sortimentsmanagement
- Regalplatzierung
- Marktforschung
- Fachpersonal zur Unterstützung der Apotheke vor Ort

Eine vor kurzem eingeführte weitere verkaufsfördernde Dienstleistung erhöht die Kundenfrequenz in der Apotheke. Zweimal pro Jahr wird im Rahmen unseres Checkout-Coupons ein Gutscheinheft aufgelegt. Durch die sehr gute Annahme der Gutscheine werden neue Sortimente vorgestellt und altbewährte Produkte vermarktet.

Optimale Einkaufsvorteile mit der optimalen Verkaufsförderung in der Apotheke ist die E-plus Formel für den optimalen Ertrag.

PHARMA PRIVAT Marketing
Karl-Eberhard Wolff
Leiter Marketing und Kommunikation

Neuer E-plus-Kooperationspartner GlaxoSmithKline

Wir freuen uns, Ihnen mit GlaxoSmithKline (GSK) Consumer Healthcare einen neuen starken Partner für unsere E-plus Kooperation vorzustellen. GSK hat sein Apothekengeschäft in den letzten Jahren strategisch neu ausgerichtet und setzt mehr denn je auf Innovation und ein starkes apothekenpflichtiges Portfolio. Zu den GSK Marken gehören unter anderem GranuFink, Chlorhexamed, Cetebe, Zovirax, Formigran, alli, NiQuitin und Besser Atmen. Unterstützt wird diese neue strategische Ausrichtung von dem Konzept „Guter Rat aus der Apotheke“, das GSK in seinem Vermarktungspaket umfassend einbindet.



// Abbildung 1: Die Initiative von GlaxoSmithKline für die Beratungskompetenz der Apotheke

„Guter Rat aus der Apotheke“ steht für eine starke Apothekenberatung und unterstützt die Apotheken in ihrer Kernkompetenz und Differenzierung.

Dass die Beratungskompetenz der Apotheken mehr denn je gefragt ist, zeigt sich dadurch, dass immer mehr Handelsunternehmen am Erfolg der apothekenexklusiven/freiverkäuflichen Sortimente partizipieren möchten. Ferner werden immer mehr rezeptpflichtige Wirkstoffe OTC fähig. In diesem Fall redet man von sogenannten OTC Switches. Erst im letzten Jahr sind die Protonenpumpenhemmer Pantoprazol und Omeprazol sowie der Wirkstoff Orlistat aus der Rezeptpflicht entlassen worden. Oftmals bieten sich durch die Entlassung von Wirkstoffen für die Apotheken neue Beratungsmöglichkeiten und Chancen, Kunden an die Apotheke zu binden. Nicht zuletzt weiten Neueinführungen den Markt in der Regel aus und bringen neue Verwender in die Apotheken. Auch unser neuer E-plus Kooperationspartner GSK konnte diese Erfolgsgeschichte

anhand von 2 Beispielen eindrucksvoll belegen:

Formigran: der Wirkstoff Naratriptan ist seit dem 1. April 2006 rezeptfrei erhältlich. Damit ergaben sich für jene 70 Prozent der Migränpatienten, deren Lebensqualität durch Migräneattacken stark eingeschränkt ist und die dennoch nicht den Arzt aufsuchen, ganz neue Optionen für die Selbstmedikation. Triptane, wie z. B. Naratriptan, sind laut der Deutschen Migräne- und Kopfschmerz-Gesellschaft (DMKG) die Substanzen mit der besten Wirksamkeit bei akuten Migräne-Anfällen. Die Erstmedikation mit Triptanen sollte jedoch nach eingehender Beratung durch pharmazeutisches Personal erfolgen, denn der Wirkstoff ist nur bei Migräne und nicht bei anderen Kopfschmerzformen wirksam. Für die Beratung in der Apotheke stellen die Hersteller i.d. Regel umfassende Materialien zur Verfügung. So können bspw. Migräne-Tagebücher den Betroffenen helfen, ihre persönlichen Migräne-Trigger noch besser zu erkennen. Dass dieser Switch auch für die Apothe-

ken kontinuierliches Wachstum bringt, zeigt die Marktentwicklung: der Migräne Markt ist in der Apotheke auch im letzten Jahr wieder um 6,8%¹ gestiegen. Formigran ist dabei der Marktführer und wächst seit der Einführung im Jahr 2006 kontinuierlich.

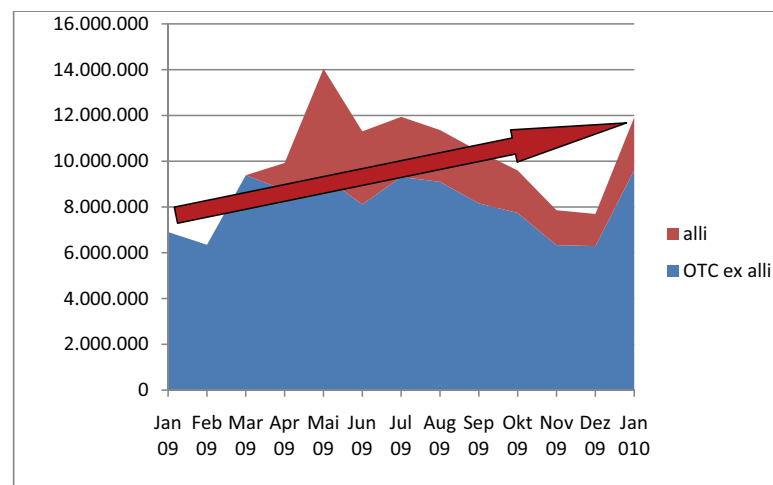
alli: auch bei der Einführung von alli - Orlistat 60 mg - handelt es sich um einen OTC Switch. alli wurde im Januar 2009 von der Europäischen Kommission als erstes rezeptfreies Arzneimittel zur Gewichtsreduktion zugelassen und wurde im letzten Jahr in insg. 27 Europäischen Ländern eingeführt. Als apothekenpflichtiges Arzneimittel ist alli seit April letzten Jahres in Deutschland erhältlich und hat damit in der Sichtwahl der Apotheken den Bereich der apothekenpflichtigen Abnehmpräparate eröffnet. Doch alli ist nicht nur die Orlistat Kapsel, sondern besteht aus einem umfassenden Programm, das die Beratung der Apotheke unterstützt. Mit der Packung erhält der Kunde ein

Paket an Informationsmaterialien, darunter Kochrezepte für eine kalorien- und fett-reduzierte Ernährung, sein persönliches Abnehmtagebuch sowie weitere Empfehlungen zu gesunder Lebensführung.

Dass viele Abnehmwillige durch diese Neueinführung den Weg in die Apotheke gesucht haben, beweist uns auch hier die Marktentwicklung. Bei einem insgesamt flachen OTC Markt legt auch die Kategorie „Diätetika“ in der Apotheke um 26,7 % zu¹. Im Januar 2010 erreicht die Indikation damit ein Niveau, das deutlich über Vorjahr liegt. OTC Switches bieten für die Apotheke interessante Alternativen zu bestehenden Empfehlungen und bringen nicht selten neue Zielgruppen in die Apotheke. Nutzen Sie die Vorteile der E-plus Kooperation und der starken Industrie-Partner!

// Text und Bild: GlaxoSmithKline Consumer Healthcare GmbH & Co. KG, Bußmatten 1, D-77815 Bühl

¹Nielsen Daten (Offizin+VH; YTD 2009 vs. YTD 2008)



// Abbildung 2: OTC Diätetika nach Nielsen Umsatz (Offizin + VH)

Geschützte Haut wehrt Pollen ab!

Neue Studien belegen: Pollen gelangen auch über die Haut in den Körper

Allergien sind weit verbreitet. Etwa jeder Vierte leidet im Frühling und Sommer unter typischen Heuschnupfen-Symptomen, die von Fließschnupfen, Niesattacken und juckenden Augen bis hin zu Asthma und lebensbedrohlichen Zuständen (anaphylaktischer Schock) reichen können. Eine vollständige Allergenkarrenz ist im Alltag nicht realisierbar, denn Aeroallergene sind allgegenwärtig! Sie gelangen über die Schleimhäute der Atemwege, aber – wie aktuelle dermatologische Studien zeigten – auch über die Haut in den Körper.

Aktuell wird die Hypothese diskutiert, ob Kleidung vor einer durch Pollen ausgelösten Verschlechterung des Hautzustandes schützt.

In einer neuen Studie, die von der Beiersdorf AG unterstützt wird, soll der Nachweis erbracht werden, dass der Schutz der Haut vor Aeroallergenen (hier Birkenpollen) mit medizinischen Hautpflegeprodukten bei Allergikern eine durch Birkenpollen verursachte Verschlechterung des Hautzustandes abmildert.

Gegenstand der Untersuchung ist der Hautzustand der Patienten vor Beginn, während und nach der Birkenpollensaison und differenziert hierbei genau nach von Kleidung bedeckten und unbedeckten Körperarealen.

Pollenschutz senkt die Allergenlast – Tipps für Allergiker!

Möglicherweise lässt sich durch medizinische Hautpflege die Verschlechterung des Hautzustandes durch Pollen reduzieren. Nachgewiesen ist

bereits, dass mit spezieller Hautpflege die Pollenpenetration in die Haut blockiert werden kann. Dies ist insbesondere auch für alle unbedeckten Hautareale interessant.

Während die Cremes (je nach Hauttyp die Eucerin® pH5 CREME oder die reichhaltigere pH5 CREME F) kleinflächig, z. B. für Gesicht, Hals und Dekolleté optimal sind, werden die Lotionen (ebenfalls nach Hauttyp) großflächiger für den ganzen Körper verwendet.

Eucerin® stärkt die natürliche Hautbarriere

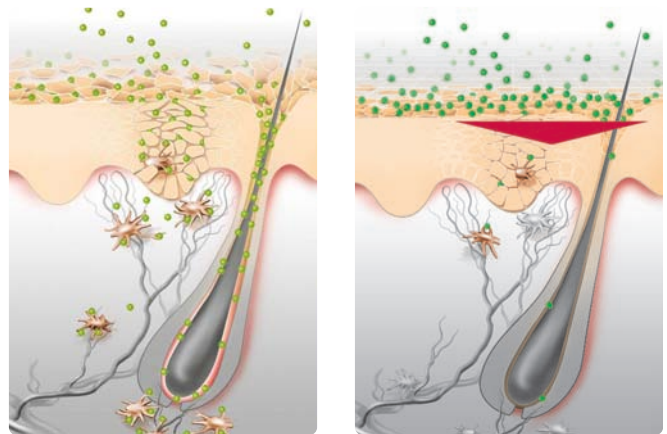
Spezielle Enzyme, insbesondere das Stratum corneum tryptische Enzym (Trypsin), spielen eine zentrale Rolle für die Erhaltung der gesunden Barrierefunktion der Haut. Bei empfindlicher Haut, wie sie bei Allergikern sehr häufig vorkommt, kann diese Barriere gestört sein: Eine reduzierte Enzymaktivität schwächt die hauteigene Abwehrkraft. Die Haut wird durchlässig und das Eindringen von äußeren Reizstoffen, wie z. B. Pollen, in die Haut wird dadurch möglich.

An der Berliner Universitäts-hautklinik wies ein Forscherteam um Prof. Jürgen Lademann an gesunden Probanden nach, dass Hautpflege mit den Eucerin® pH5 LOTIONEN und CREMES ein wichtiger Baustein im Rahmen der Allergie-Prophylaxe sein kann:

Mit Eucerin® pH5 (LOTION, LOTION F, CREME und CREME F) wird die Pollenpenetration über die in der Haut befindlichen Haarfollikel um bis zu 96,7 % reduziert und damit die Allergen-Last für den Körper insgesamt gesenkt.*



// Abbildung 3: Anwendung Eucerin® pH 5 Creme.



// Abbildung 4: Wirkung der Allergene auf die Haut ohne und mit Pollenschutz.

*Studie: Prozentuale Reduktion der Pollenpenetration

Quelle: M. Meinke, H. Richter, S. Schanzer, A. Patzelt, A. Filbry, K. Bohnsack, F. Rippe, J. Lademann:

In-vivo- und In-vitro-Untersuchungen von Hautpflegeprodukten zur Reduktion der Penetration von Pollenallergenen in Haarfollikel, *Allergo J.* 18, S56 (2009)

// Bild und Text Beiersdorf IC AG Public Relations, Postfach 52 02 62, 22592 Hamburg

Getestet und empfohlen vom Deutschen Allergie- und Asthmabund

Pollenallergiker sind überproportional auch von empfindlicher Haut betroffen. Deshalb ist die Verträglichkeit von Reinigungs- und Pflegeprodukten von großer Bedeutung. Die überragende Hautverträglichkeit von Eucerin® pH5 Pflege- und Reinigungsprodukten wurde in Zusammenarbeit mit dem Deutschen Allergie- und Asthmabund im Rahmen einer Anwendungsstudie bestätigt. Einbezogen in diese Studie waren speziell Personen mit einer Allergie gegen Pollen, Tierhaare und Hausstaubmilben. Für alle untersuchten Produkte:

- Eucerin® pH5 LOTION und LOTION F
- Eucerin® pH5 CREME und CREME F
- Eucerin® pH5 WASCHLOTION
- Eucerin® pH5 DUSCHÖL
- Eucerin® pH5 DUSCHGEL
- Eucerin® pH5 SHAMPOO

beurteilten die Testpersonen die Verträglichkeit in über 90% der Fälle mit gut und sehr gut. Alle Produkte erhielten das Prüfsiegel „Getestet und empfohlen vom deutschen Allergie- und Asthmabund“.

Neue Kooperationspartner



Mit den Marken alli, Cetebe, Chlorhexamed, Formigran, Granufink und Zovirax bereichert die Consumersparte von GlaxoSmithKline die E-plus Kooperation. Zur gemeinsamen Vermarktung dieser Marken in den E-plus Apotheken beachten Sie die Regalplatzierung und spezielle Einkaufskonditionen.



Partner seit 1. Januar 2010

Die Firma Beiersdorf ist seit Januar 2010 Kooperationspartner von E-plus. Im ersten Halbjahr wird Eucerin ph5 Lotion und Creme als Zusatzverkauf bei Allergien gemeinsam vermarktet. Die Platzierung im E-plus Standardregal „Aktuell Frühjahr/Sommer 1. Halbjahr 2010“ wird durch einen auffälligen Werberahmen unterstützt – siehe Abbildung 5. Den Werberahmen und ein attraktives Warenpaket können Sie mit dem beiliegenden Formular bestellen.

Partner ab 1. April 2010



Ektoparasiten bei Katzen und Hunden treten vor allem in den Monaten zwischen April und September auf. Für diesen Zeitraum kooperiert die Firma Merial mit ihrem Markenprodukt Frontline in der E-plus Kooperation. Über das Fortbildungsportal www.azerta.de können sich Apotheken und pharmazeutisches Fachpersonal für die Beratung fit machen. Dieses Portal wurde ganz neu eingerichtet und ist für die Teilnehmer kostenlos. Da es von der Bundesapothekenkammer akkreditiert wurde, erhält jeder Teilnehmer seine Fortbildungspunkte nach bestandem Test. Bitte beachten Sie die Bezugsmöglichkeit des werbewirksamen Verkaufsdisplays mit dem beiliegenden Formular und die speziellen Einkaufskonditionen im Kooperationszeitraum.



// Abbildung 5: E-plus Standardplatzierung „Aktuell Frühjahr/Sommer 1. Halbjahr 2010“



Näher dran. Weiter vorn.



Näher dran. Weiter vorn.



Näher dran. Weiter vorn.



Näher dran. Weiter vorn.



Näher dran. Weiter vorn.



Näher dran. Weiter vorn.



Näher dran. Weiter vorn.



Näher dran. Weiter vorn.



Näher dran. Weiter vorn.



Näher dran. Weiter vorn.

IMPRESSUM

Herausgeber:
Pharma Privat GmbH
Postfach 33 40
38023 Braunschweig

Gestaltung und Redaktion:
Karl-Eberhard Wolff
Tel. (05 31) 5 90 21 90

Druck:
Systemedia GmbH
Pforzheim