

PHARMA PRIVAT informiert aktuell zu E-plus

E-plus Promotion – Verkaufen mit Erfolg

Nur der optimale Verkauf kann zur Ertragsverbesserung der Apotheke beitragen. Deshalb ist mit dem optimalen Einkauf die Optimierung des Verkaufs ein zentrales Anliegen der E-plus Kooperation. Dies geschieht durch die „E-plus Promotion“.

In diesem Jahr bieten wir insgesamt 6 E-plus Promotion an. Zu den Aktionen, wie beispielsweise zu den Themen „Allergie“ oder „Erkältung“ schulen wir im Vorfeld die Indikation, den aktiven Verkauf oder die Umsetzung der Verkaufsaktion. Eine erfolgversprechende Verkaufsaktion ist durchgängig strukturiert und besteht aus

- einer optimalen Platzierung der beworbenen Artikel in der Sicht- bzw. Freihand
- einer darauf abgestimmten Schaufensterdekoration
- und aus Informationsbroschüren, Handzetteln und z. B. Deckenabhängern im HV-Bereich zur weiteren Unterstützung.

Die E-plus Promotion „Allergie“ begann mit **Schulungen im Januar und Februar**, die die Gestaltung des E-plus Allergie-Regals im Detail erläuterte und den aktiven Verkauf am Point of Sale trainierte. Im März startete die 2. Phase der Promotion bestehend aus Regalplatzierung und Schaufensterdekoration.

Frau Merete Sundholm, Filialleiterin der Stern-Apotheke in Peine – siehe Abbildung 1 – war mit der Unterstützung durch die E-plus Kooperation sehr zufrieden.



Abbildung 1



Abbildung 2

„Wir haben viele Schaufenster und beauftragen für deren Gestaltung einen Dekorateur. Die E-plus Dekorationen beinhalten gute Ideen und Anregungen. Mit den bereitgestellten Deko-Materialien kann unser Dekorateur einfach und mit wenig Aufwand unsere Schaufenster kreativ und verkaufsorientiert gestalten“, berichtet Frau Sundholm. Anhand des gelungenen Schaufensters – siehe Abbildung 2 – kann man erkennen, wie mit Hilfe einer guten Herstellerdekoration – siehe Abbildung 3 – kreativ Gestaltungsspielräume genutzt werden können. Für jede Promotion stellt E-plus eine komplette Schaufensterdekoration zur Verfügung, indem die ausgewählte Herstellerdekoration in eine **eigens dafür entworfene Gesamtdesign** eingebunden wird. Dieses neu entwickelte Angebot ist ein weiterer Servicebaustein im Leistungskatalog von E-plus.

„Lorano ist ein Markenartikel, bei dem die bewährte und sehr gute Arzneimittelsubstanz, professionelle Vermarktung und Kontinuität ideal zusammenspielen“, bewertet Frau Sundholm die Auswahl des promoteten Artikel. Die **Steigerung des Absatzes um 50%** bei den drei gängigen Handels-

formen von Lorano erklärt Frau Sundholm mit der guten Heuschnupfen-Saison. Dass vor allem Lorano davon profitierte, hat mit der „runden Verkaufsaktion“ zu tun. Es passte eben alles zusammen: Die Auswahl eines guten Arzneimittels, die Auswahl des potenten Kooperationspartners Hexal, die Top-Einkaufskondition und die kreative Verkaufsförderung im Rahmen von E-plus.

Die IMS-Auswertung des E-plus-Panels April 2006 bestätigt Frau Sundholm und zeigt zusätzlich auf, dass je nach Handelsform die Stern-Apotheke mit 10%, 15% oder 1% **über dem Absatzwachstum einer deutschen Durchschnittsapotheke liegt**. Dieses Beispiel gibt den Trend wieder, den E-plus Apotheken im Gebiet der PHARMA PRIVAT-Großhandlung Richard Kehr feststellen. Die in der Region von Hannover bis Berlin und von Göttingen/Halle bis Uelzen/Havelberg untersuchten E-plus Apotheken liegen nicht nur im Absatz, sondern auch im Umsatz über der einer deutschen Durchschnittsapotheke.



Abbildung 3

Das hat neben den zielgerichteten Schulungen und dem Merchandising-Material mit der **richtigen Platzierung in der Sichtwahl** zu tun – siehe Abbildung 4. Lorano an der richtigen Stelle und in Augenhöhe platziert zieht

Inhalt

Seite 1

E-plus Promotion – Verkaufen mit Erfolg

Seite 2

E-plus nach dem AVWG – Gestärkt und auf Wachstumskurs!

Neue Hersteller-Kooperationspartner

Die E-plus Hersteller-Kooperationspartner

Seite 3

Exkurs: Generika nach dem AVWG

Das E-plus Handbuch

Seite 4

Sonderangebot: Kooperationspartner SCA Hygiene Products

E-plus nach dem AVWG – Gestärkt und auf Wachstumskurs!

Seit dem 1. Mai ist das AVWG in Kraft. Es hat direkte Auswirkungen auf die Apothekenkooperationen, da die Barrabatte bei verschreibungspflichtigen Arzneimitteln auf den Herstellerabgabepreis (HAP) begrenzt wurden. PHARMA PRIVAT hat die negativen Auswirkungen für die E-plus Kooperation neutralisiert und die Vorteile für die Apotheken stabil gehalten. Rezept: Die Sortimente der verschreibungspflichtigen Arzneimittel werden zum Herstellerabgabepreis (HAP) netto-netto berechnet. Ergebnis: Erste Zahlen belegen die Vorteilsstabilität. Nahezu täglich treten neue Apotheken der E-plus Kooperation bei.

Bis zur letzten Minute wurde im April 2006 daran gearbeitet, die Kooperation für die neuen gesetzlichen Rahmenbedingungen fit zu machen. In der ersten Mai-Woche war es dann soweit. Die Botschaft war ebenso einfach wie überzeugend. Die Basis der Vorteilsge-währung ist **einheitlich der HAP netto-netto**. Gesetzeskonform wird in Zukunft jeder Artikel auf dieser Basis als Sonderpreis kalkuliert und angeboten.

Das betroffene E-plus Kooperations-sortiment beinhaltet die Artikel von **Hexal, ratiopharm** – siehe dazu Exkurs auf Seite 3 – **Emra-Med** und **Kohlpharma/MTK**. Mit diesen über 4.000 Artikeln kann die E-plus Apotheke ihre Substitutionsmöglichkeiten voll ausschöpfen und damit den optimalsten Vorteil realisieren.

Modellrechnungen haben ergeben, dass der durchschnittliche Vorteil vor und nach dem AVWG nahezu gleich bleibt. Die gesetzlich verordnete Vorteils kürzung im generischen Sortiment wird durch die

zusätzlichen Vorteile im Sortiment der Importe ausgeglichen, so dass die in der Kooperation **ausgeschütteten Vorteile rechnerisch dieselbe Höhe** haben. Umsatzerhöhungen durch den Wegfall der Naturalrabatte, Umsatzverlagerungen durch die Reduktion des Direktgeschäftes und die zu erwartenden Umsatzkonzentrationen im Rahmen der neuen Festbeträge werden zeigen, ob es nicht sogar zu einer Erhöhung der ausgeschütteten Vorteile kommt.

Die ersten Zahlen aus dem Mai 2006 weisen im Vergleich zum April 2006 bei den betroffenen Herstellern auf Umsatzsteigerungen hin. Die Steigerung des durchschnittlichen Umsatz pro E-plus Apotheke wirkt sich positiv auf die Höhe des ausgeschütteten Vorteils aus. Der durchschnittliche Vorteil im Mai 2006 liegt nur wenige Prozentpunkte unter dem im April 2006 in diesem Sortimentsbereich ausgeschütteten Vorteil. Bis Redaktionsschluss lagen

noch nicht alle Auswertungen vor, um eine abschließende Bewertung dazu abgeben zu können.

Für E-plus bedeutet es in jedem Fall eine Stärkung der Kooperation. Seit dem offiziellen Start der Kooperation auf der Expopharm 2005 sind nur wenige Monate vergangen. Mit derzeit 1.500 Mitglieds-Apotheken wurde schneller als erwartet die angepeilte Mindestgröße erreicht. Das Interesse ist ungebrochen und seit der Präsentation unserer AVWG-Offerte treten **täglich neue Mitglieder der Kooperation** bei. Die Klarheit und Eindeutigkeit des Angebots wird unterstützt durch sich abzeichnende Schwächen des Wettbewerbs. Diese Chance nutzen derzeit immer mehr Kunden der PHARMA PRIVAT-Großhandlungen und werden Mitglied der E-plus Kooperation.

Karl-Eberhard Wolff
Leiter Marketing und
Kommunikation
PHARMA PRIVAT

Fortsetzung E-plus Promotion –
Verkaufen mit Erfolg



Abbildung 4

die Aufmerksamkeit der von Allergie geplagten Kunden auf sich. Stimmt die durchgängig organisierte E-plus Promotion von der Sichtwahlplatzierung über die Schaufensterdekoration und die HV-Dekoration, dann hängt der Erfolg nur noch von der guten Motivation des Apothekenpersonals am Point of Sale ab. Frau Sundholm und Ihr Team geben dafür das beste Beispiel.

Karl-Eberhard Wolff
Leiter Marketing und
Kommunikation PHARMA PRIVAT

Neue Kooperationspartner



Partner seit 1. April 2006

Mit der Paul Hartmann AG tritt ein Hersteller in die E-plus Kooperation ein, der das Sortiment der klassischen Wundversorgung, Binden und Verbandstoffe abdeckt. Außerdem verfügt das Hartmann-Sortiment im Bereich der modernen Wundversorgung und der Diagnostik über eine hohe Marktdurchdringung und ein interessantes Umsatzvolumen. Die Blutdruckmessgeräte „Tensoval“ und das „Hartmann digitale Fieberthermometer“ empfehlen wir im Rahmen der E-plus Standardplatzierung.



Partner seit 1. Juni 2006

Die Firma Dr. Mann Pharma ist eine Firma mit hohem Potenzial in der Category „Auge“ und wird mit E-plus diese Category entwickeln. In der Indikation „Allergie“, „Beruhigung“ und „Schmerz“ nimmt sie die Position eines wichtigen Marktplayers ein und ist entsprechend in der E-plus Standardplatzierung repräsentiert. Die zukünftige Entwicklung dieser weitverzweigten Firma wird sich positiv auf den Markt und die E-plus Kooperation auswirken.

E-plus Hersteller-Kooperationspartner



ratiopharm



EMRA-MED



kohlpharma
www.kohlpharma.de

OMRON



SIDROGA



Exkurs: Generika nach dem AVWG

Die aktuelle Entwicklung bestätigt unseren Schritt, die Firma 1 A Pharma mit Wirkung zum 1. April 2006 aus der E-plus Kooperation entlassen zu haben.

- **Hexal** senkte zum 1. Juni 2006 das Preisniveau ihres Sortiments auf das der günstigen Anbieter wie 1 A Pharma, Aliud etc. ab.
- **ratiopharm** wird zum 15. Juni 2006 ihr Sortiment, das unter die Zuzahlungsbefreiung fällt, um 30 % unter den aktuellen Festbetrag absenken.

Zum 1. Juli wird es zu Reaktionen auf die Festsetzung der neuen Festbeträge kommen, die ich wie folgt einschätze.

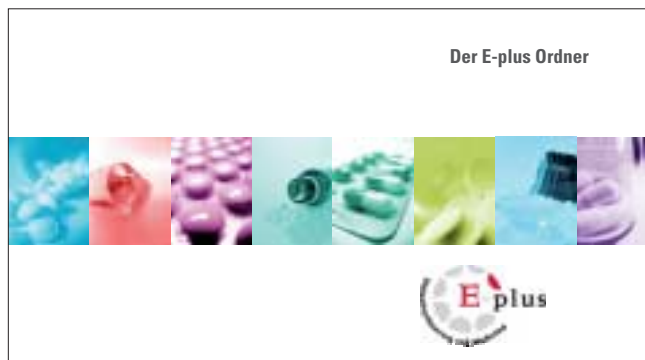
- **Hexal** wird, sofern es nicht schon mit der Preissenkung zum 1. Juni geschehen ist, auf die neuen Festbeträge bzw. im zuzahlungsbefreiten Sortiment auf 30 % unter die neuen Festbeträge absenken.
- **ratiopharm** wird auf die Festbeträge bzw. im zuzahlungsbefreiten Sortiment auf 30 % unter die neuen Festbeträge absenken.

Fazit: Die Verordnungen von Generika der Firmen Hexal und ratiopharm werden aus wirtschaftlicher Sicht nicht mehr zu beanstanden sein. Ärzte und Krankenkassen dürften demnach keine Veranlassung haben, die bisher günstigen Anbieter zu favorisieren. Es ist unwahrscheinlich, dass die bisher günstigen Anbieter in breitem Umfang und in bemerkenswerter Höhe, die Preise von Hexal und ratiopharm unterbieten werden. Insbesondere die Firma Hexal wird durch ihre neue Preisstrategie – zusammen mit Sandoz – das AVWG mit Erfolg zur Marktanteilsausweitung nutzen.

Karl-Eberhard Wolff
Leiter Marketing und Kommunikation
PHARMA PRIVAT

Das E-plus Handbuch.

Für die optimale Kommunikation und Organisation innerhalb der E-plus Apotheke. Übersichtlich mit einem Schlagwortregister organisiert, das die zentralen Leistungen von E-plus auf einen Blick erfassen lässt.



Wir freuen uns, Ihnen den neuen Leistungsbaustein das E-plus Handbuch vorzustellen. Mit seiner Hilfe wird das E-plus Marketing-Team Ihnen im Rahmen des Leistungsspektrums von E-plus eine Orientierungshilfe geben und somit die Umsetzung der E-plus Zusammenarbeit erleichtern. Das E-plus Handbuch ist mit einem Register versehen, welches übersichtlich alle wichtigen Leistungsbausteine unterteilt.



Eine ständige Aktualisierung durch die verschickten Informationen garantiert einen umfassenden Überblick über das E-plus Konzept.

Die Auswahl der strategischen Industriepartner finden Sie unter dem Register **Kooperationspartner**. Der Erfolg in der Akquise neuer Partner zeigt, dass PHARMA PRIVAT mit E-plus einen wichtigen Baustein im Markt der Kooperationen ins Leben gerufen hat.

Das E-plus Kernsortiment der Sicht- und Freiwahl, bestehend aus ca. 800 Artikeln, wird in diesem Bereich anhand von Beispielen ebenfalls beschrieben.



Neben den Industriepartnern sind in dem Abschnitt **Leistungen** die Merkmale der Verkaufsförderung und der Marketingaktivitäten näher erläutert. Sei es die Benchmarkauswertung über das Marktforschungsinstitut IMS HEALTH oder die nach objektiven Marktdaten ausgewählte Regaloptimierung.

Die E-Plus-Marketing-Teams der einzelnen PHARMA PRIVAT-Häuser unterstützen und beraten Sie gerne, um die beigefügten Frei- und Sichtwahlplanogramme individuell auf Ihre Apotheke abzustimmen.

Zugleich informiert Sie ein Mediaplan über Print- und TV-Werbemaßnahmen namhafter Hersteller.

Unter der Rubrik **Ansprechpartner** stehen Ihnen jederzeit kompetente Mitarbeiter zur Verfügung, um weitere Fragen über das Konzept zu beantworten. Zögern Sie nicht, sich mit uns in Verbindung zu setzen.

E-plus Werbemaßnahmen, die mit den Werbemaßnahmen der Industriepartner abgestimmt und zeitgleich durchgeführt werden, erzeugen beim Kunden Wiedererkennungswert. Diese finden Sie in dem Register **Aktionen** auf einen Blick. Beispielsweise führt Schaufensterdekoration bei parallelen TV-Spots zu Kaufim-

pulsen. E-plus zeichnet sich hierbei durch Dynamik und Effektivität aus. Sie schöpfen bei dem E-plus Konzept aus einer Vielzahl von Ideen und zielsicheren Aktionen.

Als einen weiteren Leistungsbaustein finden Sie im Bereich **Seminare** die regelmäßig angebotenen Schulungen. Die Kombination von Beratungswissen, Produktkenntnissen, Verkaufsgeschick sowie wirtschaftliches Verständnis dienen der Ertragsorientierung und -optimierung.

Die Unterteilung **infoletter** und als letzten Punkt die Möglichkeit sämtliche **Vertragsunterlagen** abzuheften, runden den vollständigen Überblick über das E-plus Konzept ab.

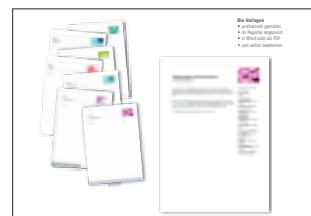


Mit einem Griff finden Sie durch das strukturierte Verzeichnis die wichtigsten Merkmale dargestellt.

Das tägliche Arbeiten mit dem Handbuch soll somit – durch die regelmäßige Aktualisierung – den Informationsfluss auch innerhalb der Apotheke vereinfachen.

Das E-plus Handbuch soll Ihnen und Ihren Mitarbeiter/innen eine Orientierungshilfe im Umgang mit E-plus und eine Übersicht der angebotenen Leistungsbausteine geben.

Daniela Schüller
Stefan Oehler



Sonderangebot Kooperationspartner



**Ebert +
Jacobi**
Würzburg, Heidenheim

**Ebert+Jacobi
Holdermann**
Baden-Baden + Ludwigshafen

FIEBIG
Immer für Sie in Bewegung
Karlsruhe-Rüppurr

finze
PHARMA GROSSHANDLUNG
Pfreimd

Otto Geilenkirchen
Pharma - Großhandel
Aachen + Mönchengladbach

max Jenne
Arzneimittel Grosshandlung
Kiel Lübeck
Neumünster Lüneburg

KEHR
PHARMA-GROSSHANDLUNG
Braunschweig

**KEHR
Holdermann**
Dessau

Krieger seit 1802
Koblenz

spangro pharm
Spangenberg

Nur mit schriftlicher Bestellung **bis 15. Juli 2006** bei Ihrem PHARMA PRIVAT-Großhandels-
partner! Auslieferung **ab spätestens 24. Juli 2006**.

Tena Pants 4+1

mit den aktuellen Sonderpreisen/Sonder-
konditionen Ihrer PHARMA PRIVAT-Groß-
handlung (die angegebenen AEK sind die
normalen IFA-AEK)



Ihre Bestellung

Tena Pants Plus

Medium 80–110 cm PZN 2403908
14 Stück AEK 14,50 +

Tena Pants Plus

Large 100–135 cm PZN 2403831
14 Stück AEK 15,96 +

Tena Pants Super

Medium PZN 3942033
12 Stück AEK 16,54 +

Tena Pants Super

Large PZN 3942062
12 Stück AEK 18,21 +



.....
Kundennummer

.....
Ort/Datum

.....
Apothekenstempel/Unterschrift

Bestell- und Lieferbedingungen

Preisänderungen, Sortimentsänderungen und Irrtum vorbehalten. Rücknahme von Waren aus dem Aktionsangebot ist aus-
geschlossen. Lieferung nur solange der Vorrat reicht. Alle Preise verstehen sich netto-netto zuzüglich der gesetzlichen MwSt.

PHARMA PRIVAT-Partner		Faxnummer	PHARMA PRIVAT-Partner		Faxnummer
Ebert+Jacobi	Heidenheim	0 73 21/96 96 96	Max Jenne	Lübeck	04 51/ 53 07-1 80
	Würzburg	09 31/27 92-1 91		Lüneburg	0 41 31/ 87 00 70
Ebert+Jacobi Holdermann	Baden-Baden	0 72 21/50 01-1 17		Neumünster	0 43 21/ 30 71 53
	Ludwigshafen	06 21/57 00-4 27	R. Kehr	Braunschweig	05 31/ 59 02-1 58
L. Fiebig	Karlsruhe	07 21/88 04-1 00	Kehr Holdermann	Dessau	03 40/ 64 02-0 32
E. Finze	Pfreimd	0 96 06/12 98	C. Krieger	Koblenz	02 61/ 40 48-2 14
O. Geilenkirchen	Aachen	02 41/51 92-2 79	spangropharm	Spangenberg	0 56 63/ 5 02 12
	Mönchengladbach	0 21 61/3 05 41 71			

IMPRESSUM

Herausgeber:
PML - Pharma - Marketing
und Logistik G.m.b.H.
Postfach 33 40
38023 Braunschweig
Gestaltung und Redaktion:
Karl-Eberhard Wolff
Tel. (05 31) 5 90 21 90
Druck:
Systemedia GmbH
Pforzheim