

PHARMA PRIVAT informiert aktuell zu E-plus

In 22 Monaten von 0 auf 2.100 Apotheken

Die E-plus Kooperation zählt mit etwa 2.100 Mitgliedern zu den Großen im Markt der Apothekenkooperationen. „Als wir auf der Expopharm 2005 mit dem Vertrieb der E-plus Kooperation starteten, hat keiner von uns mit diesem schnellen Erfolg gerechnet“, kommentiert PHARMA PRIVAT-Marketingleiter Karl-Eberhard Wolff dieses Ergebnis.

Vor dem Inkrafttreten des GMG (Gesundheitsmodernisierungsgesetz) zum 31. Dezember 2004 arbeiteten die PHARMA PRIVAT-Großhandlungen in verschiedenen Projektgruppen. Sie hatten das Ziel, ihren Kunden höhere Erträge und damit mehr Stabilität für die zukünftigen Herausforderungen zu verschaffen. Kurz vor der Expopharm 2005 war es dann soweit. Die gewonnenen Erfahrungen und Ergebnisse wurden in ein Kooperationssystem gegossen. Es sollte sowohl der Einkaufsoptimierung als auch dem Apothekenmarketing dienen. Denn nicht nur verbesserte Einkaufskonditionen, sondern erst Sortimentsoptimierung und optimale Verkaufsförderung am Point of Sale in der Apotheke können die Erträge verbessern. Darüber waren sich die Baumeister aus der PHARMA PRIVAT-Großhandelskooperation von Anfang an im Klaren.

Vier Monate später zählte die Kooperation schon knapp 900 Apotheken. Und das Wachstum ging ununterbrochen weiter. Daran änderte auch die Gesetzesreform des AVWG (Arzneimittelversorgungswirtschaftlichkeitsgesetz) nichts. Die gesetzlich verordneten Konditionskürzungen beeinträchtigten nur geringfügig die Vorteilsgewährung der Kooperation. Vielmehr wurde die E-plus Kooperation dadurch gestärkt, dass die Einkaufsvorteile außerhalb der Kooperation sich drastisch verschlechterten. **Bis zum Ende des Jahres 2006 zählte die Kooperation dann etwa 1.900 Mitglieder.**

Einen wesentlichen Beitrag leisteten die kooperierenden Hersteller. Sie teilten aber ebenso

den Erfolg der Kooperation und blieben von wenigen Ausnahmen abgesehen E-plus bis heute treu. Ihre Zahl nahm kontinuierlich zu. Im September 2005 startete die Kooperation mit 14 kooperierenden Herstellern. Heute sind es 24 und die nächsten Vereinbarungen stehen kurz vor dem Abschluss.

Auf der Expopharm 2007 wird sich PHARMA PRIVAT mit der Botschaft präsentieren „Vernetzen statt verketten“, denn die E-plus Kooperation steht nicht im Widerspruch zur Selbstständigkeit der Apotheke. Ganz im Gegenteil. Durch die Ertragsverbesserung wird die selbstständige, inhabergeführte Apotheke gestärkt und kann in der Kooperation die Zukunft meistern. Dabei gibt die Kooperation Orientierung und unterstützt dort, wo die einzelne Apotheke überfordert ist. Die zweite Botschaft von PHARMA PRIVAT lautet deshalb „Navigieren statt treiben“ mit der E-plus Kooperation.

Auch in diesem Jahr veranstalten wir **ein Gewinnspiel und ver-**

losen interessante Reisegutscheine – siehe Gewinnspielkarte anbei. Über den PHARMA PRIVAT-Internetauftritt www.pharma-privat.de können Sie sich die Gewinnspielkarte spielerisch herunterladen. Dann nur noch richtig ausfüllen und vom 27. bis 30. September 2007 auf unserem Stand abgeben. Die Lösungen finden Sie mit etwas Glück auf unserer Homepage oder auf unserem Messestand. Besuchen Sie uns in Halle 16/E-28.

Karl-Eberhard Wolff
Leiter Marketing und
Kommunikation
PHARMA PRIVAT

PHARMA PRIVAT-Einladungskarte mit Gewinnspiel unter www.pharma-privat.de herunterladbar.

Inhalt

Seite 1
In 22 Monaten von 0 auf 2.100 Apotheken

Seite 2
Mit E-plus Regalgestaltung zu mehr Umsatz und Ertrag

Seite 3
Aktives Verkaufen mit E-plus aktuell 2007 und 2008

Seite 4
**E-plus Hersteller-Kooperationspartner
Neue Kooperationspartner
„Wen juckt das schon?“**

Beilage
Lauer-Fischer

Vernetzen statt verketten

**Selbstständigkeit
hat bei uns Zukunft.**


Besuchen Sie uns in
Halle 16, Stand E-28.

PHARMA
PRIVAT



Mit E-plus Regalgestaltung zu mehr Umsatz und Ertrag

Zweistellige Absatzsteigerungen nach den ersten Ergebnissen einer E-plus Projektgruppe mit Lauer-Fischer



Abbildung 1: Frau Maike Heisterhagen aus der Nordhoff-Apotheke und Frau Tina Neumann, E-plus Marketing-Team Kehr

Die E-plus Marketingteams gestalten die **Sicht- und Freiwahl der E-plus Apotheken individuell** nach den Gegebenheiten des Standorts, den zu versorgenden Patientengruppen, den vorliegenden Sortiments- und Produktpreferenzen sowie den Beratungsschwerpunkten der Apotheke. Die Grundlage dafür bilden z. Zt. 26 E-plus Standardregale, die mit Hilfe von Marktforschungsdaten erarbeitet wurden und in einem 6-Monat-Rhythmus aktualisiert werden. Das Ergebnis dieser Arbeit in den E-plus Apotheken wird vom Institut für Medizinische Statistik (IMS) bewertet. In der letzten Ausgabe des E-plus Infoletter wurde am Beispiel der Verkaufsaktion „Entzündetes und trockenes Auge“ die IMS Panel-Auswertung vorgestellt.

Auf diese Weise kann der Erfolg der E-plus Apotheken im Allgemeinen bewertet und die „Benchmark“ zur Bewertung des Abverkaufs der einzelnen Apotheke festgelegt werden. Wie sich die einzelne Apotheke im E-plus Sortiment entwickelt, wird damit nicht bewertet. Eine zentrale Fragestellung dabei lautet:

Welchen Effekt hat die Sicht- und Freiwahlgestaltung auf die Verkaufsentwicklung der Apotheke?

Um diese Frage zu beantworten, sind die Analyse-Instrumente der in der Apotheke eingesetzten Warenwirtschaft heranzuziehen. Zur Vereinfachung dieser Arbeit haben wir mit Lauer-Fischer, einem der bedeutendsten Software-Anbieter, ein Arbeitsprojekt gestartet.

Das Ziel der Projektarbeit ist

- die Verschlüsselung der Regale und Regalböden
- die Auswertung der Umsatz- und Ertragsentwicklung
- die Verbesserung der Sicht- und Freiwahlgestaltung zu standardisieren und damit zu vereinfachen.

Die Projektarbeit ist soweit fortgeschritten, dass von ersten Ergebnissen berichtet werden kann.

Herr Klaus-H. Drevenstedt nimmt mit seinem Team aus der Wolfsburger Nordhoff-Apotheke seit März 2007 an dem Projekt teil – siehe Abbildung 1. Frau Tina Neumann hat mit Unterstützung ihrer Kollegin Frau Nülifer Oruc, E-plus Marketingteam Kehr, die Sicht- und Freiwahlregale der Nordhoff-Apotheke gestaltet und die Regale in Tabellenform Lauer-Fischer zur Verfügung gestellt. Die einzelnen Regale und Regalböden wurden von Lauer-Fischer in der

Warenwirtschaft der Nordhoff-Apotheke verschlüsselt. Seit April 2007 kann der Verkauf aus den Sichtwahl- und Freiwahlregalen bewertet werden.

Jeden Monat erhält Herr Klaus-H. Drevenstedt einen Bericht über die Entwicklung der Verkäufe aus seiner Sicht- und Freiwahl. Das E-plus Marketingteam erhält Absatzzahlen, um die Regalgestaltung zu verbessern. Danach ist der Absatz in der **Sicht- und Freiwahl im Jahresvergleich 2007 zu 2006 mit einem zweistelligen Plus** gestiegen. Bei der Sichtwahl handelt es sich kumuliert über die Monate April bis Juni 2007 **um +21,85%** und in der Freiwahl **um +22,94%** – siehe Abbildung 2 und 3. Diese Entwicklung verteilt sich kontinuierlich über alle bewerteten Monate.

Mit diesem Ergebnis liegt die Nordhoff-Apotheke über dem allgemeinen Markttrend. Es bestätigt die Arbeit der E-plus Regalgestaltung und gibt ihren Erfolg in konkreten Zahlen wieder. Die Absatzergebnisse pro Artikel und Regal werden im Moment bewertet und zur Verbesserung der Regalplatzierung herangezogen. Die nächste

	2006	2007	Entwicklung	
			absolut	in %
April	2.893	3.680	787	27,20 %
Mai	2.780	3.122	342	12,30 %
Juni	2.779	3.497	718	25,84 %
Summe	8.452	10.299	1.847	21,85 %

Abbildung 2: Absatzentwicklung Sichtwahl

	2006	2007	Entwicklung	
			absolut	in %
April	1.002	1.261	259	25,85 %
Mai	1.068	1.298	230	21,54 %
Juni	1.082	1.316	234	21,63 %
Summe	3.152	3.875	723	22,94 %

Abbildung 3: Absatzentwicklung Freiwahl

GEWINNSPIEL

Apotheke/Firma

Name, Vorname:

Straße:

PLZ, Ort:

Ihr PHARMA PRIVAT-Großhandelslieferant

Wir verlosen Reisegutscheine im Wert von:

1. Preis 500 EUR
2. Preis 300 EUR
3. Preis 200 EUR

1. Frage:
Wieviele Apotheken haben sich bereits für die E-plus Kooperation entschieden?

1.900 2.000 Mehr als 2.000

2. Frage:
Wie heißt die Phytomarkte des E-plus Kooperationspartners Sidroga?

Besuchen Sie uns in Halle 16, Stand E-28 und erleben Sie unsere Vielfalt.

Lassen Sie sich mit Häppchen aus den PHARMA PRIVAT-Regionen verwöhnen und informieren Sie sich über unser Kooperationsnetz zur Stärkung der Selbstständigkeit.



Fragestellung wird sich um die Bewertung der E-plus Verkaufsaaktionen drehen: **Wie wirken sich die E-plus Verkaufsaaktionen auf den Verkauf aus?** Diese Frage soll mit den Analyse-Instrumenten von Lauer-Fischer im Zusammenhang mit der E-plus Verkaufsaaktion zum Thema „Gesund und fit mit Sport“ im Oktober beantwortet werden. Über Ergebnisse werden wir in der nächsten Ausgabe des E-plus Infoletters berichten können.

Karl-Eberhard Wolff
Leiter Marketing und
Kommunikation
PHARMA PRIVAT

Aktives Verkaufen mit E-plus aktuell 2007 und 2008

Bei der E-plus Verkaufsaktion im September zum Thema „Mund- und Zahnpflege“ wurde ein **Schaufenster im Schaufenster** angeboten. Eine pfiffige Idee, die sich werbewirksam in der Apotheke umsetzen lässt. Herr Martin Zallmann hat in seiner Pelikan-Apotheke in Braunschweig ein schickes Schaufenster daraus gezaubert – siehe Abbildung 4.

In diesem Jahr folgen noch die Verkaufsaktionen

- Oktober:
Gesund und fit durch Sport
- November:
Erkältung
- Dezember:
Weihnachtsgeschenke

Die Verkaufsaktion im Oktober wurde schon in einer der E-plus Anschläge vorgestellt – siehe Abbildung 5. Sollten Sie daran noch Interesse haben, wenden Sie sich an Ihr E-plus Marketingteam. Die Verkaufsaktion „Erkältung“ wird auf der Expopharm in Düsseldorf prä-



Abbildung 4: Schaufensterdekoration von Herr Martin Zallmann

E-plus Promotion- und Seminarplan 2008

Monat	Promotionaktion	Schulungsthema	Schulungstyp	A-plus Thema
Januar		Auge	Indikation	Gesundheitsdokumente
Februar		Auge	Indikation	Fit und schlank in den Frühling
März	Auge/Augenvitamine			Gesunde Augen
April	Allergie	Wechseljahre	Verkauf und Indikation	Homöopathie
Mai	Wechseljahre	Venen	Verkauf und Indikation	Wechseljahre
Juni	Venen	Venen	Verkauf und Indikation	Gesunde Füße
Juli	Mücken- und Zeckenschutz			Gesund im Urlaub
August		Erkältung	Indikation	Häusliche Pflege
September		Osteoporose	Indikation	Gesunde Nieren
Oktober	Erkältung	Aktionsplanung und -organisation in der Apotheke	Merchandising	Starkes Herz
November	Beruhigung und Schlaf			Stress, Burn-out
Dezember	Weihnachtsgeschenke			Geschenke aus der Apotheke

Abbildung 6

sentiert. Ein weiterer Grund den **PHARMA PRIVAT-Messestand in Halle 16/E-28** zu besuchen.

Damit Sie bei Ihrer Planung für 2008 die E-plus Verkaufsaktionen berücksichtigen können, haben wir frühzeitig den E-plus Promotion- und Seminarplan zusammengestellt. Die **Aktionsthemen wurden mit der Apothekenkooperation A-plus abgestimmt**. Auf diese Weise wird eine Doppelung der Aktionswochen für die A-plus Apotheken ausgeschlossen – siehe Abbildung 6. Sollten die Aktionsmaterialien früher als 4 Wochen vor

Aktionsbeginn in der Apotheke vorliegen, kontaktieren Sie Ihr E-plus Marketingteam. Wir stellen Ihnen die Aktionsmaterialien rechtzeitig zur Verfügung.

Karl-Eberhard Wolff
Leiter Marketing und Kommunikation
PHARMA PRIVAT

Abbildung 5: Schaufensterdekoration E-plus Verkaufsaktion „Gesund und fit mit Sport“



E-plus Hersteller-Kooperationspartner



Neue Kooperationspartner



Partner seit 1. Juli 2007

Die für Homöopathika und Phytopharmaka bekannte Truw Arzneimittel GmbH hat erfolgreich einen Markenartikel zur begleitenden Therapie bei Diabetes eingeführt. Mit **Diabetruw** wird das Diabetes-Sortiment der E-plus Kooperation hervorragend ergänzt.



Partner seit 1. Juli 2007

Die Winthrop Arzneimittel GmbH verfügt über ein breites OTC- und Freiwahl-Sortiment. Mit den Marken **Bronchoforton**, **Heumann Instant-Tees**, **Ideos** und **Maaloxan** kooperiert Winthrop mit E-plus, vergrößert die Ertragsvorteile und erhöht die Verkaufskraft der E-plus Apotheken.

„Wen juckt das schon?“

E-plus Allergie-Schulung am 24. April 2007

„Wen juckt das schon?“ – Diese Frage stellten sich über zwanzig Apothekenmitarbeiter bei der Allergie-Schulung in diesem Jahr.

Natürlich berichtete der Fachdozent für Pharmakologie, Herr Matthias Bastigkeit über weitaus mehr Symptome als den einfachen Juckreiz. In Zusammenarbeit mit Dr. Mann Pharma wurde den Teilnehmern ein umfassender Überblick der unterschiedlichsten Krankheitsbilder und die Auswirkungen für den Patienten gegeben. Ziel der Schulung war, die Teilnehmer auf die steigenden Anforderungen in der Apotheke vorzubereiten.

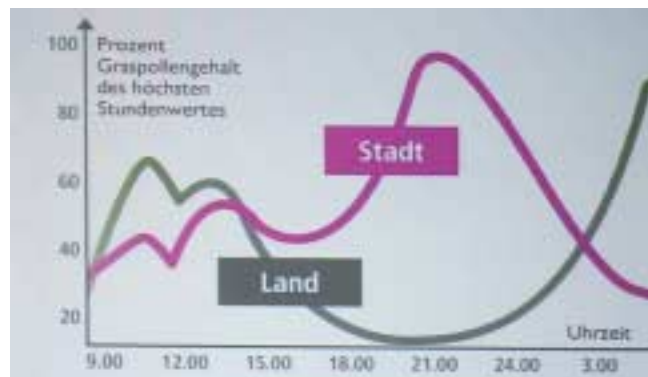
Allergien sind in unserer Gesellschaft ein wichtiges Thema mit steigenden Erkrankungsraten und gehören damit zum Alltag der Apotheke. Die Begleiterscheinungen führen nicht nur zur Beeinträchtigung der Lebensqualität, sondern können vor allem bei Kindern zu chronischen Erkrankungen führen.

Die Apotheken übernehmen hier eine wichtige Aufgabe in der Aufklärung und Betreuung. Die E-plus Schulung vermittelte alle notwendigen Informationen, um die Erkrankung zu erkennen und einzuordnen, die Ausmaße für den Patienten zu überblicken, Möglichkeiten der Behandlung und eventuelle Risiken aufzuzeigen, aber auch um auf Maßnahmen zur Vorbeugung hinzuweisen.

Herr Matthias Bastigkeit verstand es als Medizjournalist die ernststen und teilweise wissenschaftlichen Inhalte spannend, praxisnah und für die Apothekenmitarbeiter effizient aufzuarbeiten.

Die Teilnehmer erlebten einen hochinteressanten und bestimmt nicht langweiligen Nachmittag. Gut vorbereitet konnten sie sich auf ihr nächstes Allergieberatungsgespräch in ihrer Apotheke freuen.

Vera Lohner
Abt. Marketing
C. Krieger & Co.
Nachfolger GmbH & Co. KG



Tageszeitliche Veränderung des Pollengehaltes der Luft

Ebert +
Jacobi

Würzburg, Heidenheim

Ebert + Jacobi | finze
Pfreimd

Ebert + Jacobi
Holdermann
Baden-Baden + Ludwigshafen

FIEBIG
Rheinstetten

Otto Geilenkirchen
Pharma - Großhandel
Aachen + Mönchengladbach

max Jenne
Arzneimittel Grosshandlung
Kiel Lübeck
Neumünster Lüneburg

KEHR
PHARMA-GROSSHANDLUNG
Braunschweig

KEHR
Holdermann
Dessau

Krieger
Koblenz

spangroPharm
Spangenberg

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