

Inhalt

- Seite 1 **Gemeinsam auf dem richtigen Weg. Ihr Aufstieg zu mehr Qualität und Leistung.**
- Seite 2 **GSK Stiefel - Empfindliche, trockene Haut? Aktionsangebot - Handverkauf leicht gemacht Neue Kooperationspartner E-plus Kooperationspartner**
- Seite 3 **EMRAMed: gut, gesichert, günstig**
- Seite 4 **Fortsetzung von Seite 1**
- Beilagen
Krewel-Meuselbach · kohlpharma · Umckaloabo

3//2011

Gemeinsam auf dem richtigen Weg.

Ihr Aufstieg zu mehr Qualität und Leistung.

Das war der Slogan, mit dem PHARMA PRIVAT zur diesjährigen Expopharm nach Düsseldorf auf seinen Messestand einlud - siehe Abbildung 1. Mit den Leistungen der Apothekenkooperation E-plus gelingt der Start zum Gipfelaufstieg.



// Abbildung 1: Das PHARMA PRIVAT-Einladungsmotiv mit Slogan zur Expopharm 2011

E-plus ist der Einstieg zum Gipfelaufstieg. Die Marketinginstrumente (Marketing-Mix) sind die Ausrüstung für den Weg zum Gipfel.

1. Mit der richtigen Auswahl punkten – die Produktpolitik

Die Produktpolitik wird „als das Herz des Marketings“ bezeichnet. Sie ist das Fundament aller weiteren Planungen und Maßnahmen. Erst nach der Auswahl der Produkte oder Dienstleistungen folgen Preisbildung, Bestimmung der Werbeaktionen sowie Entscheidungen über Art und Weise der Warenpräsentation und Verkaufsargumentation.

Die Produktpolitik beantwortet folgende Fragen:

- Welche Produkte sind aktuell gefragt?
- Welche Produkte und welche Indikationen machen den Großteil des Apothekenumsatzes aus?
- Welche Produkte werden in absehbarer Zeit zum Ladenhüter?
- Welche Zielgruppen werden besonders angesprochen?

E-plus sorgt für Orientierung bei der Sortiments- und Produktauswahl und arbeitet dabei nach den Grundsätzen des Category Managements. So wird das E-plus Kernsortiment nach objektiven Marktdaten bewertet und besteht derzeit aus etwa über 1.000 Produkten. Die Produkte zeichnen sich durch einen hohen Bekanntheitsgrad, eine breite Kundennachfrage und eine große Ertragsstärke aus. Mit Hilfe von grafisch aufbereiteten Gestaltungsvorschlägen stellt E-plus optimale Regalbestückungspläne zur Verfügung. Die E-plus Verkaufsberater/innen vor Ort erarbeiten auch gerne Individualisierungen nach Standort, Zielgruppe und Sortimentsprofilierung - siehe Abb. 2



// Abbildung 2: Das E-plus Standardregal „Erkältung“ mit Individualisierung für eine Apotheke.

2. Mit Köpfchen Anreize schaffen – die Preispolitik

Preispolitik umfasst alle Maßnahmen, die den Preis beeinflussen und ihn beim Kunden durchsetzen können. Der Preis ist ein extrem mächtiges Marketing Instrument. Er sollte wohl durchdacht werden, denn Imageverluste durch Dumpingangebote sind nur mühsam wieder gutzumachen. Um Kunden dauerhaft zu binden, spielen neben dem Preis vor allem der Service, die Freundlichkeit, die kompetente Beratung und das Ambiente der Apotheke eine zentrale Rolle.

Durch optimale Einkaufsvorteile schafft E-plus die Grundlage und einen großen Spielraum für Ihre individuelle Preisstrategie. Zusammen mit leistungsstarken Abverkaufsinstrumenten und einer hohen Beratungsleistung ist sie die Basis für die Verbesserung der wirtschaftlichen Situation einer Apotheke.

E-plus unterstützt Sie durch:

- optimale Einkaufsvorteile
- Beratung im Bereich Preisstrategien
- Konzepte zur Verkaufsraum-Optimierung
- Endverbraucher-Handzettel mit monatlichem Verkaufsschwerpunkt - siehe Abb. 3

Monatsangebot
Gültig vom 01.10. – 31.10.2011

aktuell
Aggren Complex
Hitzegeschle
10 St.
von 8,20 €
6,20 € 25% sparen

Preisfall! Hustensaft für Kinder 100 ml
Wirkstoff: Eukalyptus-Extrakt
wird als Anästhetikum zur Beruhigung der Schleimhäute bei Erkältungskrankheiten eingesetzt.
Zu Risiken und Nebenwirkungen lesen Sie die Packungsbeilage und fragen Sie Ihren Arzt oder Apotheker.
Marken: DAB/STROBE/STROBE

ACC® About 600 Brustwehstärken 10 St.
Wirksam bei akuten Schmerzen durch
Schmerzen und zum einwirken bei
Arterienverkalkungen mit einem Schicht
Lactose und Natriumhydrogencarbonat.
Zu Risiken und Nebenwirkungen lesen Sie die Packungsbeilage und fragen Sie Ihren Arzt oder Apotheker.
Marken: DAB/STROBE/STROBE

Grignaset® C Kapeln 24 St.
Zur universellen Bekämpfung von
akuten Beschwerden von Kopf- und
Gesichtsschmerzen, Schnupfen und
Nebenwirkungen bei Erkältungskrankheiten.
Zu Risiken und Nebenwirkungen lesen Sie die Packungsbeilage und fragen Sie Ihren Arzt oder Apotheker.
Marken: DAB/STROBE/STROBE

Golobryl Forte Kapeln 20 St.
Wirksam bei akuten Schmerzen durch
akute Entzündungen der Atemwege
und bei akuten Schmerzen bei
Zahn- und Zahnerkrankungen.
Zu Risiken und Nebenwirkungen lesen Sie die Packungsbeilage und fragen Sie Ihren Arzt oder Apotheker.
Marken: DAB/STROBE/STROBE

von 5,75 €
3,85 € 33% sparen

von 6,45 €
4,15 € 35% sparen

von 8,45 €
5,95 € 30% sparen

von 8,20 €
5,35 € 35% sparen

Preis und Zusatzenhaft sind unverbindlich. Alle Preise verstehen sich in € und netto. UVP = unverbindliche Preisempfehlung des Herstellers, GP = Grundpreis.

// Abbildung 3: Die Vorderseite des Endverbraucherhandzettels „Monatsangebot“ OTC-Ausgabe Oktober 2011

Fortsetzung auf Seite 4

Empfindliche, trockene Haut?

DMS®-Pflege stärkt die Hautbarriere

Die innovative DMS®-Grundlage von PHYSIOGEL® wurde nach dem Vorbild der Barriere-lipide der Haut entwickelt. Ein großer Vorteil dieser Pflegeprodukte ist der Verzicht auf Emulgatoren. Denn Emulgatoren können der Haut Fette entziehen und die Hautbarriere noch weiter schädigen. PHYSIOGEL® stärkt die Barriere mit hautverwandten Lipiden und versorgt die Haut lang anhaltend mit Feuchtigkeit. So kann sie ihre Schutzfunktion wieder erfüllen. PHYSIOGEL® ist frei von häufigen

Allergieauslösern wie Parfüm, Konservierungsmittel und Farbstoff. Zur Unterstützung Ihres Abverkaufs von PHYSIOGEL® startet ab September eine Printkampagne in auflagenstarken Apothekenkunden- und Frauenzeitschriften sowie Tageszeitungen.

Das aktuelle Angebot sowie kostenlose Dekomaterialien erhalten Sie direkt bei GlaxoSmithKline GmbH & Co. KG, 23843 Bad Oldesloe, Telefon: 04531-802 4444, Fax: 04531-802 4390



Aktionsangebot – Handverkauf leicht gemacht

E-plus Dekoration-Plexiglaswürfel

Der Handverkaufstisch (HV) ist einer der wertvollsten Verkaufsplätze in der Apotheke.

Apothekenkunden halten sich üblicherweise den größten Teil ihrer Aufenthaltszeit davor auf.

Auf dem HV präsentierte Produkte werden wahrgenommen.

Der HV zählt jedoch nicht mehr zum Bereich der Sichtwahl. Auf die präsentierte Ware können Apothekenkunden frei zugreifen. Daher ist die offene Platzierung von apothekenpflichtigen Arzneimitteln nicht gestattet.

Der E-plus Dekoration-Plexiglaswürfel ist an allen bis auf eine Seite geschlossen. Er macht es möglich, Mitnahmeartikel unzugänglich zu präsentieren.

Mit dem monatlichen E-plus Aktionsangebot im Plexiglaswürfel – siehe Abbildung 4 - ist es einfach, Zusatzverkäufe vorzubereiten und Umsätze zu steigern.

Die Redaktion E-plus Infoletter



// Abbildung 4: E-plus Dekoration-Plexiglaswürfel mit dem Aktionsangebot Juli/August 2011

Neue Kooperationspartner

Partner seit 1. September 2011

W. Spitzner ist eines der großen, deutschen OTC-Unternehmen im Bereich der Phytopharmaka. Mit der bekannten Marke „Umckaloabo“ bereichert es die E-plus Kooperation. Jetzt zur Erkältungszeit und mit der Neueinführung des alkoholfreien Kindersaftes beginnt die Kooperation zu einem günstigen Zeitpunkt. Zur gemeinsamen Vermarktung dieser OTC-TOP-Marke beachten Sie die Regalplatzierung und speziellen Einkaufskonditionen. – **Informationen zu „Umckaloabo“** siehe in der Beilage zu dieser Ausgabe des E-plus Infoletters.



Partner ab 1. November 2011

Die Firma Merck Selbstmedikation führt eine ganze Reihe von wichtigen OTC-Marken in ihrem Sortiment. Wer kennt nicht den Indianer aus der „Kyttä“-Werbung. Mit einem kontinuierlichen und hohen Werbespending wird die Position dieses OTC-Produktes kontinuierlich gepflegt und ausgebaut. Bei Vitaminen und zur Nahrungsergänzung von Schwangeren ist „Femibion“ die Nummer 1. „Nasivin“ rundet das in der Apotheke zu vermarktende Sortiment ab. Beachten Sie die Regalplatzierung und speziellen Einkaufskonditionen.



E-plus Kooperationspartner



EMRAmed: gut, gesichert, günstig

EMRAmed zählt zu den Marktführern im Re- und Parallelimportgeschäft und versorgt Apotheker und Patienten in ganz Deutschland mit Originalmarkenarzneimitteln, die günstiger sind als die Produkte, die von multinationalen Pharmakonzernen in Deutschland vertrieben werden.

Rund 2.000 Arzneimittel hat EMRAmed im Programm – alle Medikamente stammen aus dem EU-Ausland. Das Unternehmen mit Sitz in Trittau ist einer der führenden Importeure von EU-Arzneimitteln. Mit fast 30 Jahren Erfahrung und rund 430 Mitarbeitern steht der Name EMRAmed für Sicherheit und Qualität im Vertrieb von Originalmarkenarzneimitteln aus dem EU-Ausland. Die sogenannten Parallelimporte haben einen entscheidenden Vorteil für die Patienten in Deutschland: Sie sind deutlich günstiger als Produkte, die von multinationalen Pharmaherstellern in Deutschland vertrieben werden. „Damit tragen wir nicht nur zur Entlastung des Gesundheitssystems bei, sondern ermöglichen es den Apothekern, die vorgegebene Importquote zu erfüllen“, sagt Dirk Oltersdorf, Geschäftsführer EMRAmed. Das Unternehmen kauft Medikamente im EU-Ausland ein, transportiert sie nach Deutschland, versieht sie hier mit neuen Verpackungen und deutschsprachigen Beipackzetteln und vertreibt sie anschließend an Großhändler und Apotheken – stets nach Maßgabe des Arzneimittelgesetzes.

Allein im vergangenen Jahr wurden in Deutschland durch den Import von EU-Arzneimitteln rund 300 Millionen Euro direkt eingespart. Dazu hat auch die Importquote beigetragen, die der Gesetzgeber im Jahr 2002 eingeführt hat. Sie verpflichtet Apotheker, einen bestimmten Anteil der verschreibungspflichtigen Medikamente in Form von EU-Importen abzugeben. Dafür müssen EU-Arzneimittel bei Preisen unter 100 Euro mindestens 15 Prozent günstiger und bei Preisen ab 100 Euro mindestens 15 Euro günstiger sein als das deutsche Original.



// Abbildung 5: Dirk Oltersdorf, Geschäftsführer EMRAmed

Erfolgreicher Wegbereiter

EMRAmed ist einer der Pioniere auf dem Arzneimittel-Importmarkt in Deutschland. Das Unternehmen kann auf eine fast 30-jährige Geschichte zurückblicken.

1982 wurde das Unternehmen MPA-Pharma gegründet. Mit dem Verkauf von Markenarzneimitteln aus anderen EU-Ländern zu vorteilhaften Preisen erhielten Apotheker die Möglichkeit, ihre Margen zu verbessern. Zunächst importierte MPA-Pharma einige ausgewählte Produkte, darunter das Schmerzmittel Aspirin und Antibabypillen. Doch bereits in sehr kurzer Zeit etablierte sich mit dem Vertrieb von EU-Arzneimitteln in Deutschland ein völlig neuer, schnell wachsender Markt.

1992 stellte MPA-Pharma die Weichen für die Zukunft. Das Unternehmen übernahm den Wettbewerber EMRAmed und vertreibt seitdem die importierten Medikamente unter diesem Namen. EMRAmed ist für Großhändler und Apotheker aufgrund des breiten Sortiments und der hohen Lieferfähigkeit

ein attraktiver und verlässlicher Partner für die Lieferungen von EU-Arzneimitteln.

Sicherheit und Qualität haben Priorität

Heute ist EMRAmed einer der größten EU-Arzneimittel-Importeure in Deutschland. Oberste Priorität des Unternehmens ist es, die Qualität und Sicherheit der Medikamente sicherzustellen. Deshalb arbeitet EMRAmed seit Jahren eng mit vertrauensvollen Lieferanten in den einzelnen EU-Ländern zusammen und führt Qualitätskontrollen durch, bevor die Medikamente an Kunden ausgeliefert werden. „Alle EMRAmed-Medikamente entsprechen qualitativ den Produkten, die von multinationalen Pharmakonzernen in Deutschland vertrieben werden, und unterliegen der Kontrolle der zuständigen Arzneimittelüberwachungsstelle“, verdeutlicht der EMRAmed-Geschäftsführer Dirk Oltersdorf.

Auch für die Zukunft ist EMRAmed schon heute bestens aufgestellt. Osterburg in Sachsen-Anhalt ist seit zehn Jahren der zweite Unternehmensstandort. Mit dem Bau einer hochmodernen Kühllhalle im Jahr 2010, in der das Unternehmen auf 1.000 Quadratmetern Medikamente bei einer Tempe-

ratur von sechs Grad Celsius lagert und umverpackt, hat Dirk Oltersdorf in die Zukunft investiert. „Für uns und unsere Kunden hat ein neues Zeitalter begonnen“, freut sich der EMRAmed-Geschäftsführer. „Dank der neuen Kühllhalle sind wir in der Lage, größere Mengen an Medikamenten umzuverpacken, bei denen die Kühlkette nicht unterbrochen werden darf.“ Zurzeit initiiert die Europäische Kommission eine Verschärfung der Transportbestimmungen für Medikamente – EMRAmed ist dank der Partnerschaft mit der Firma Thermomed dafür ebenfalls bestens gerüstet. Seit Jahren liefert das Unternehmen die EU-Arzneimittel aus dem Ausland mit temperaturgeführten Transportern nach Osterburg.

Auch in den kommenden Jahren wird EMRAmed sein Angebot weiter ausbauen. „Wir entwickeln unser Sortiment ständig weiter“, so Dirk Oltersdorf. Für das Unternehmen steht dabei eines im Fokus: Qualität in jeder Beziehung – in der Zusammenarbeit mit Lieferanten, Mitarbeitern und Geschäftspartnern – zum Wohle unserer Kunden.

Das Unternehmen im Überblick

| | |
|---------------------------|--|
| Sitz: | Trittau (Schleswig-Holstein) |
| Weiterer Standort: | Osterburg (Sachsen-Anhalt) |
| Geschäftsführer: | Dirk Oltersdorf Hans Joachim Oltersdorf |
| Mitarbeiter: | 430 |
| Gründungsyear: | 1982 |

www.emrased.de

// Abbildung 6: Das Unternehmen im Überblick



// Abbildung 7: Vorschlag Schaufensterdekoration mit Banner, Dekorationsartikeln und ausgewählten Markenprodukten

Fortsetzung von Seite 1

3. „Tue Gutes und spreche darüber“ – die Kommunikationspolitik

Die Kommunikationspolitik prägt das Image der Apotheke. Sie bestimmt, wie auf ein Produkt oder eine Dienstleistung aufmerksam gemacht und mit welchen Mitteln und Argumenten zum Kauf überzeugt wird. Die richtige Werbung – wie sieht diese aus?

Der Kunde ist ein emotionales und visuelles Wesen. Er wird von seinen Gefühlen geleitet. Lächelnde Menschen, schönes Wetter, bunte Farben, tolle Sonderangebote, guter Service. Sie haben als Apotheke keinen Einfluss auf das Wetter oder immer lächelnde Kunden aber darauf, wie Sie Ihre Produkte und Dienstleistungen anbieten. Das muss der Kunde wissen und spüren. Denn nur wenn der Kunde ihr Angebot kennt, kann er es nutzen. E-plus bietet eine Fülle von Möglichkeiten zur Neukundengewinnung, Erhöhung der Kundenfrequenz sowie zur Schulung des Apothekenteams in Beratung und Verkauf. Sie können mit geringem Aufwand in der Apotheke eingesetzt werden:

- Endverbraucher-Handzettel mit Produktwerbung siehe Abb. 3
- Schaufenstergestaltung aus

einer Hand - siehe Abb. 8

- Gutscheinheft zur Erhöhung der Kundenfrequenz - siehe Abb. 8
- Kundenstopper-Paket
- Give aways
- Seminare zum Thema Zusatzverkauf, Aktionsplanung, professionell telefonieren usw.
- Individuelle Beratung und Team-Coaching durch die E-plus Verkaufsberater/innen



// Abbildung 8: E-plus Gutscheinheft mit dem Gutschein für eine Gratisprobe Emser Pastillen.

4. Das Produkt dort anbieten, wo der Kunde ist – die Distributionspolitik

Bei der Distributionspolitik geht es um alle Entscheidungen im Zusammenhang mit dem Weg des Produktes und der Dienstleistung zum Endverbraucher. Der Bewegungsspielraum dafür scheint auf den ersten Blick bei einer Apotheke klar festgelegt und auf die Gestaltung innerhalb der Apotheke eingeschränkt. Wichtig sind eine schnelle und problemlose Orientierung, leicht erkennbare Regalbeschriftungen, dekorative Elemente,

Infotafeln und eine kundenorientierte Präsentation. Zu beachten sind aber auch die Möglichkeiten, außerhalb der Offizin zu beliefern, zu beraten und auf das Serviceangebot aufmerksam zu machen. Botendienste, Internetschops, Stadtfeeste, ein Tag der offenen Tür oder auch Gesundheitsmessen können Wege zum Kunden sein. E-plus bietet folgende unterstützende Dienstleistungen:

- Kundenflussanalyse
- Warenpräsentation in der Offizin
- Regaloptimierungen
- Individuelles Apothekenmarketing

• Seminare wie „Ihre Geschenkverpackung bleibt in Erinnerung“

Gemeinsam auf dem richtigen Weg

Es ist ein beschwerlicher Weg sich immer wieder auf aktuelle Veränderungen im Markt einzustellen und vorbereitend zu agieren. Fähigkeiten wie Ausdauer, Nachhaltigkeit und Teamgeist werden immer mehr gefordert. Mit dem Topseminar „Erfolgswort 2012 – Meine Apotheke, meine Mitarbeiter und ich“ vom 10. bis 12. Februar 2012 in Grindelwald machen Sie Ihre Mitarbeiter durch authentische, zielorientierte Führung zu loyalen und erfolgsorientierten Teammitgliedern. Lernen Sie Achtsamkeit auch für sich selbst, damit Sie mit Freude und Elan den Apothekenalltag meistern. Kommen Sie mit uns in die Schweiz, in das 4-Sterne-Hotel Sunstar Grindelwald.

Weitere Informationen zu Unterbringung, Programm, Kosten und Anmeldung erhalten Sie von Ihrer PHARMA PRIVAT-Großhandlung oder direkt von: Herrn Christoph Heimann, Tel. 07221 5001 136 oder christoph.heimann@holdermann.de

Martina Dietrich
Großhandel C. Krieger
& Co. Nachfolger GmbH & Co. KG

PHARMA PRIVAT  **Ebert+Jacobi**
Näher dran. Weiter vorn.

PHARMA PRIVAT  **Ebert+Jacobi Finze**
Näher dran. Weiter vorn.

PHARMA PRIVAT  **Ebert+Jacobi Holdermann**
Näher dran. Weiter vorn.

PHARMA PRIVAT  **Fiebig**
Näher dran. Weiter vorn.

PHARMA PRIVAT  **Otto Geilenkirchen**
Näher dran. Weiter vorn.

PHARMA PRIVAT  **Max Jenne**
Näher dran. Weiter vorn.

PHARMA PRIVAT  **Kehr**
Näher dran. Weiter vorn.

PHARMA PRIVAT  **Kehr Holdermann**
Näher dran. Weiter vorn.

PHARMA PRIVAT  **Krieger**
Näher dran. Weiter vorn.

PHARMA PRIVAT  **spangropharm**
Näher dran. Weiter vorn.

IMPRESSUM

Herausgeber:
PHARMA PRIVAT GmbH
Postfach 33 40
38023 Braunschweig

Gestaltung und Redaktion:
Karl-Eberhard Wolff
Tel. 0531 5902-190

Druck:
Systemedia GmbH
Wurmberg