

Welcher Weg führt in die Welt der Offizin?

Experten diskutieren über den Absatzmarkt Apotheke

Die Offizin rückt zunehmend in den Fokus von Herstellern, deren Produkte eigentlich Apotheken-untypisch wirken. Vor diesem Hintergrund trafen sich kürzlich Experten aus Offizin, Marketing und Industrie auf Initiative der WEFRA Werbeagentur Frankfurt® im WEFRA-Haus, um zentrale Fragen rund um den begehrten Absatzmarkt zu erörtern.

Beinahe die Hälfte aller deutschen Apotheker haben innerhalb der letzten 24 Monate Neben-sortiments-Produkte an Lager genommen. Ute Gensmer ist eine von ihnen. „Kleinere Sachen, kurze Aktionen“, erläutert die Mitinhaberin der Frankfurter Apotheken im Hauptbahnhof und am Ziegelhüttenplatz zu Beginn der Expertenrunde im WEFRA-Haus. Die BVpta-Vorsitzende Bernadette Linnertz weiß allerdings, dass sich viele PTAs schwer tun, neue Produkte auch tatsächlich an den Kunden zu bringen. Für Diethard Grundl, Marketingleiter der MGDA, ist die Einbindung des Teams bei der Neuausrichtung des Warenangebots deshalb ein „absolutes Muss“.

Apothekenexklusivität: So wird der Deal zum Win-Win

Doch welche Produkte erobern letztlich einen der begehrten Freiwahl-Plätze? Für die Teilnehmer der Expertenrunde ist in diesem Zusammenhang die Apothekenexklusivität ein maßgebliches Kriterium. Bernadette Linnertz erläutert aus Sicht der PTA: „Es ist wichtig, dass man keine Beratungszeit investiert – und dann weiß der Kunde, was er woanders bestellen muss.“ Stephanie Maurer, Geschäftsführerin der Alès Groupe, zuständig für die Marken LIERAC und PHYTO, betont: „Lierac ist 100 Prozent apothekenexklusiv. Das ist eine wirkliche Win-Win-Situation – für den Apotheker und für uns als Hersteller.“ Doch nicht alle Hersteller bleiben dem einmal gewählten Vertriebsweg dauerhaft so treu. Wer allerdings einmal das Vertrauen der Apothekerschaft verspielt, muss mit langfristigen Konsequenzen rechnen. Ute Gensmer stellt klar: „Dann fliegt das halt raus.“

Die Apothekenbetriebsordnung sagt, was über den HV-Tisch geht

Als Kardinalfehler neuer Produkte auf dem Weg in die Offizin benannten die Experten einen fragwürdigen Gesundheitsnutzen. Die Apothekenbetriebsordnung regelt, dass nur Produkte mit gesundheitlicher Zweckbestimmung ins Sortiment gehören. Eine Ausnahme bilden seit Juni Mittel zur Körperpflege. Eine rechtliche Entwicklung, die MGDA-Experte Grundl positiv bewertet: „Ohne diese Öffnung würden die Apotheken als Vertriebskanal im Hautpflege-

Segment an Bedeutung verlieren.“ Stephanie Maurer findet allerdings wichtig, dass „entsprechende Pflegeprodukte sehr speziell auf die Apotheke zugeschnitten sind“. Bernadette Linnertz sieht das ebenso: „In der Apotheke arbeitet pharmazeutisches Fachpersonal. Diese Kompetenz möchte man über die Produkte, die man empfiehlt, hervorheben.“

Wie steht's mit dem Außendienst? Außerordentlich wichtig!

Als weiteren Stolperstein auf dem Weg in die Freiwahl eruierten die Experten bei ihrer Zusammenkunft im WEFRA-Haus einen inadäquaten Außendienst. So berichtet Stephanie Maurer aus eigener Erfahrung: „Der Außendienst entscheidet wirklich über den Erfolg in einem Gebiet.“ Für Ute Gensmer gehört dazu die individuelle Ansprache: „Der Außendienstler muss genau wissen, wie meine Apotheke tickt.“ Das sieht Marketing-Expertin Maurer ebenso: „Der Außendienst muss sich in jeder Apotheke ganz speziell auf den Kunden einstellen.“ Was wirklich gar nicht geht? „Falsche Versprechungen, z.B. über Warenrücknahmen – das ist wirklich unseriös“, betont Grundl.

Fazit: Der Absatzkanal Apotheke spielt nach eigenen Spielregeln. Je maßgeschneiderter die Positionierung und je klarer die Distributionspolitik, desto sicherer finden neue Produkte tatsächlich einen Platz in der Welt der Offizin.

Über die WEFRA Werbeagentur Frankfurt

Ganzheitliche strategische Kommunikation aus einer Hand – das ist die Philosophie der WEFRA Werbeagentur Frankfurt. Sechs spezialisierte Agenturen, unter einem Dach vereint, sind der Garant für deren nachhaltige Umsetzung. Über 75 Kommunikationsspezialisten in den sechs Tochtergesellschaften WEFRA Classic, WEFRA PR, WEFRA Media, WEFRA Digital, WEFRA Publishing und WEFRA Consult stehen für eine Kommunikation, die Werte schafft.

Pressekontakt:

Silke Schrader
Geschäftsleitung
WEFRA PR Gesellschaft für Public Relations mbH
Tel. +49 (0)69 / 695008-18
Fax +49 (0)69 / 695008-71
www.wefra.de
ssr@wefra.de
Mitteldicker Weg 1 – WEFRA Haus
63263 Neu-Isenburg – OT Zeppelinheim

(3.723 Zeichen)