

# OTC-MARKTANALYSE 2018:

## SO TICKT DAS APOTHEKENTEAM



### Herstellerübersicht

#### OTC-Marktanalyse 2018: So tickt das Apothekenteam

Es wurden 60 Hersteller für die Befragung auf der Basis der Umsatzzahlen (Zahlenbasis 2017) und der fachlichen Einschätzung mehrerer Apotheker ausgewählt.

- |     |                                      |     |                                     |
|-----|--------------------------------------|-----|-------------------------------------|
| 1.  | 1A Pharma                            | 31. | Klosterfrau                         |
| 2.  | Abz-Pharma                           | 32. | Kreussler                           |
| 3.  | Aliud                                | 33. | Krewel Meuselbach                   |
| 4.  | Almirall                             | 34. | La Roche-Posay / L'Oréal            |
| 5.  | Aristo                               | 35. | Meda                                |
| 6.  | Axicorp                              | 36. | Medice                              |
| 7.  | B. Braun Melsungen                   | 37. | Merck                               |
| 8.  | Bayer                                | 38. | Norgine                             |
| 9.  | Bionorica                            | 39. | Nutricia                            |
| 10. | DHU                                  | 40. | Omega                               |
| 11. | Dr. Kade                             | 41. | Orthomol                            |
| 12. | Dr. Loges                            | 42. | Pascoe                              |
| 13. | Dr. Mann / Bausch & Lomb             | 43. | Pfizer Consumer Health              |
| 14. | Dr. R. Pfleger                       | 44. | PharmaSGP                           |
| 15. | Dr. Theiss                           | 45. | Pierre Fabre / Avène                |
| 16. | Dr. Willmar Schwabe                  | 46. | Pohl-Boskamp                        |
| 17. | Dr. Wolff                            | 47. | Procter & Gamble / Wick             |
| 18. | Engelhard                            | 48. | Protina                             |
| 19. | Eucerin / Beiersdorf                 | 49. | Ratiopharm                          |
| 20. | Fair-Med                             | 50. | Reckitt Benckiser                   |
| 21. | Fresenius                            | 51. | Sanofi ehemals Boehringer / Zentiva |
| 22. | Galderma                             | 52. | Stada                               |
| 23. | GlaxoSmithKline / GSK                | 53. | Trommsdorff                         |
| 24. | Heel                                 | 54. | UCB                                 |
| 25. | HeilpflanzenWohl / Pflanzenwohlkraft | 55. | Ursapharm                           |
| 26. | Hermes                               | 56. | Verla                               |
| 27. | Hevert                               | 57. | Vichy / L'Oréal                     |
| 28. | Hexal                                | 58. | Wala / Hauschka                     |
| 29. | Johnson & Johnson                    | 59. | Weleda                              |
| 30. | Klinge                               | 60. | Wörwag                              |



# OTC-MARKTANALYSE 2018: SO TICKT DAS APOTHEKENTEAM

## **Fragenübersicht** **OTC-Marktanalyse 2018: So tickt das Apothekenteam**

- Welche 5 OTC-Hersteller fallen Ihnen als Erstes ein?
- Wer entscheidet bei Ihnen über die Bestellung von OTC-Produkten?
- Welche Bestellmöglichkeiten für OTC-Produkte schätzen Sie?
- Welche Schulnote geben Sie den folgenden OTC-Herstellern unter Berücksichtigung aller wesentlichen Faktoren (Produktqualität, Lieferfähigkeit, Preisgestaltung, Marge etc.)?
- Was denken Sie? Das OTC-Geschäft ist für Apotheken in Deutschland ...
- Welche Bedeutung hat das OTC-Geschäft für Ihre Apotheke/die Apotheke, in der Sie arbeiten?
- Warum hat das OTC-Geschäft für Ihre Apotheke/die Apotheke, in der Sie arbeiten, eine große oder sehr große Bedeutung?
- Warum hat das OTC-Geschäft für Ihre Apotheke/die Apotheke, in der Sie arbeiten, eine geringe oder keine Bedeutung?
- Wie wird sich Ihrer Meinung nach die Bedeutung des OTC-Geschäfts für Ihre Apotheke/die Apotheke, in der Sie arbeiten, in Zukunft verändern?
- Wenn Sie zurückdenken, wie hat sich die Bedeutung des OTC-Geschäfts in den letzten 10 Jahren verändert?
- Welche Schulnote geben Sie den folgenden OTC-Herstellern für ihr Portfolio?
- Was ist Ihnen bei einem OTC-Hersteller wichtig?
- Welche Schulnote geben Sie den folgenden OTC-Herstellern für ihren Außendienst?
- Was ist Ihnen bei einem Außendienst wichtig?

# OTC-MARKTANALYSE 2018: SO TICKT DAS APOTHEKENTEAM



- Was können Sie bei einem Außendienst gar nicht leiden?
- Von welchen 5 OTC-Herstellern haben Sie den Außendienst in positiver Erinnerung?
- Von welchen 5 OTC-Herstellern haben Sie den Außendienst in negativer Erinnerung?
- Mit welchen Produktinformationen, also Unterlagen, aus denen Sie Informationen für die Beratung ziehen können, können Sie am besten arbeiten?
- Welche Schulnote geben Sie den folgenden OTC-Herstellern in Bezug auf „Produktinformationen (also Unterlagen, aus denen Sie Informationen für die Beratung ziehen können)“, welche der Apotheke zur Verfügung gestellt werden?
- Welche Schulnote geben Sie den folgenden OTC-Herstellern in Bezug auf „Werbematerial“ für das Endkundenmarketing, also die Ansprache von Kunden bzw. Patienten?
- Wie benoten Sie die folgenden Abverkaufshilfen?
- Was denken Sie: Wie viel Werbematerial wandert in Ihrer Apotheke unbenutzt in den Müll?
- Wie beurteilen Sie die quantitative Menge an Werbematerial, das Ihnen von OTC-Herstellern für Werbezwecke zugeschickt wird?
- Was halten Sie von Zugaben, die OTC-Hersteller bei Aktionen zusätzlich zum verkauften Produkt durch die Apotheke abgeben?
- Warum finden Sie die Zugaben von OTC-Herstellern nicht sinnvoll?
- Was halten Sie von Coupon-Rabattaktionen (z. B. Hersteller sendet Ihnen Coupons, die Sie an Ihre Kunden verteilen können)?
- Was denken Sie über regelmäßige Erweiterungen der Produktfamilie?
- Wünschen Sie sich eine Möglichkeit, das für Sie passende Werbematerial zu bestellen?



# OTC-MARKTANALYSE 2018: SO TICKT DAS APOTHEKENTEAM

- Welche Werbeschaltungen von OTC-Herstellern bringen Ihnen Kunden in die Apotheke?
- Wo erhalten Sie die aktuellsten Informationen über neue Produkte & Kampagnen von OTC-Herstellern?
- Was sind die generell genutzten Informationsquellen in Bezug auf das Thema OTC/OTC-Hersteller?
- Welche Schulnote geben Sie den folgenden OTC-Herstellern bzgl. Schulungs- / Fortbildungsangeboten?
- Welche Bedeutung haben für Sie Schulungs-/Fortbildungsangebote zu den einzelnen OTC-Produkten?
- Wie soll eine OTC-Schulung/Fortbildung für Sie optimal aussehen?
- Welche Schulnote geben Sie den folgenden OTC-Herstellern in Bezug auf „Konditionen“?
- Wenn die Konditionen stimmen, was sind für Sie noch wichtige Aspekte in der Zusammenarbeit mit OTC-Herstellern?
- Welche Schulnote geben Sie den folgenden OTC-Herstellern in Bezug auf „Retourenregelung“?
- Welche Schulnote geben Sie den folgenden OTC-Herstellern in Bezug auf „Lieferfähigkeit“?
- Welche Bedeutung hat die Lieferfähigkeit der OTC-Hersteller für Sie?
- Welche OTC-Hersteller haben Sie in Bezug auf die Lieferfähigkeit in positiver Erinnerung?
- Welche OTC-Hersteller haben Sie in Bezug auf die Lieferfähigkeit in negativer Erinnerung?
- Auf welchem Weg möchten Sie, dass OTC-Hersteller mit Ihnen in Kontakt treten?

# OTC-MARKTANALYSE 2018:

## SO TICKT DAS APOTHEKENTEAM



- Wie ist Ihr genereller Eindruck: Welcher OTC-Hersteller hat sich im Vergleich zur Vergangenheit verbessert oder verschlechtert?
- Welche OTC-Hersteller werden häufig von Kunden nachgefragt?
- Entscheiden Sie über die Produktplatzierung in der Sichtwahl?
- Wer entscheidet mit Ihnen über die Produktplatzierung? Wer entscheidet bei Ihnen über die Produktplatzierung in der Sichtwahl?
- Wenn Sie an die Auswahl der Produkte für die Sichtwahl denken, nach welchen Kriterien entscheiden Sie?
- Welche Kriterien sind ausschlaggebend für die Sichtwahl-Platzierung der einzelnen Produkte in Ihrer Apotheke/in der Apotheke, in der Sie arbeiten?
- Nutzen Sie ein Category Management System, um die Sichtwahl-Platzierung zu planen?