



*Reiner Graul*

**Liebe Leser,**

Gesundheit bedeutet längst nicht mehr nur das Gegenteil von Krankheit – so das von Matthias Horx gegründete Zukunftsinstitut. Gesundheit ist zum Lebensziel geworden und beschreibt einen Zustand vollkommenen körperlichen, geistigen und sozialen Wohlbefindens.

Wir selbst erleben es im eigenen Umfeld: Die Menschen wollen möglichst lange fit bleiben und ihr Leben bei guter Gesundheit genießen. Deshalb treiben sie Sport, ernähren sich bewusst und pflegen ihren Körper mit medizinisch wertvollen Produkten.

Gesundheit ist damit nicht nur ein Lifestyle-Thema, sondern längst auch zum ultimativen Verkaufsargument geworden, das alle Lebens- und Konsumbereiche durchdringt.

Der Gesundheits- und Pflege-Shopper von heute ist bereit, für sein Wohlbefinden Geld auszugeben und daher äußerst empfänglich für Kaufimpulse. Mit der richtigen POS-Strategie können sowohl OTC- und Health & Beauty Care-Hersteller als auch Apotheken genau davon profitieren.

Der „Point of Sale Apotheke“ stellt dabei ganz eigene Anforderungen an Produktplatzierung, Warenpräsentation und werbliche Unterstützung. Grund genug, diesem besonderen Absatzkanal ein eigenes Informationsmedium im Rahmen der

Bormann & Gordon Kommunikation zu widmen.

**Et voilà: Herzlich willkommen bei der Erstaussgabe unseres neuen Apotheken-Newsletters, der Sie künftig zwei Mal im Jahr mit aktuellen News und spannenden Hintergrundinformationen versorgt.**

**Lesen Sie heute:**

---

**Wie viele Marken in der Sichtwahl zum maximalen Verkaufserfolg führen?**

---

**Wie Sie lernen, den POS Apotheke mit Hilfe von Category Management Tools zu optimieren?**

---

**In Kürze melden wir uns außerdem mit einem Sondernewsletter rund um die spannende Frage "Welche Kategorien dominieren die Waren-Platzierung in der Apotheke?" bei Ihnen.**

Ich würde mich freuen, von Ihnen zu lesen, wie Ihnen unser neuer Newsletter gefällt. Haben Sie Anregungen oder Fragen? **Schreiben Sie mir gerne.**

**In diesem Sinne: Bleiben Sie gesund!**

Herzlichst Ihr

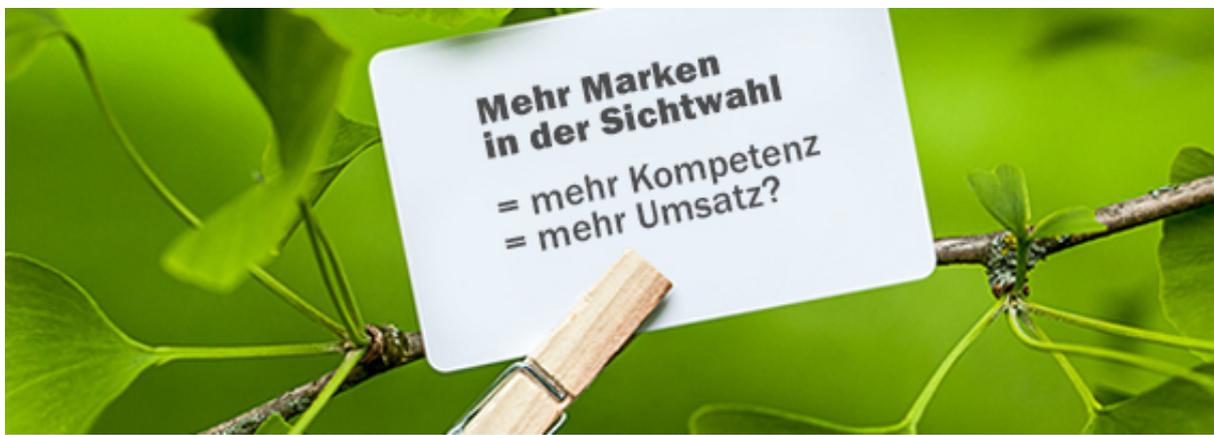
**Reiner Graul**

*Geschäftsführer Bormann & Gordon*

---

Category Management:

**Platzierung in der Sichtwahl – ein Erfolgsrezept?**



### **Mehr Apothekenumsatz auf Rezept – das wär’s!**

Ganz so einfach ist es zwar nicht, aber fest steht: Es gibt Rezepte, denen wir exzellente Prognosen in punkto „positive Umsatzentwicklungen“ attestieren. Wichtige Wirkstoffe sind dabei Platzierungsoptimierungen und eine verbesserte Warenpräsentation.

Wie viele Marken in der Sichtwahl führen zum maximalen Verkaufserfolg? Diese Frage stellt sich jede Apotheke und viele OTC-Hersteller wollen wissen, wie viel Impact Sichtwahl und Platzierungsbreite für ihre Marke haben.

Wir konnten in der Vergangenheit bereits im Rahmen einer Case-Study belegen, dass sich der OTC-Umsatz mit einer Mehrfachplatzierung im Sichtregal unmittelbar beeinflussen lässt. Im untersuchten Fall – in der Kategorie "Erkältung" – konnten wir bei einer Verdoppelung auf >10 Facings im Markenblock einen Anstieg der Verkäufe um +43% feststellen.

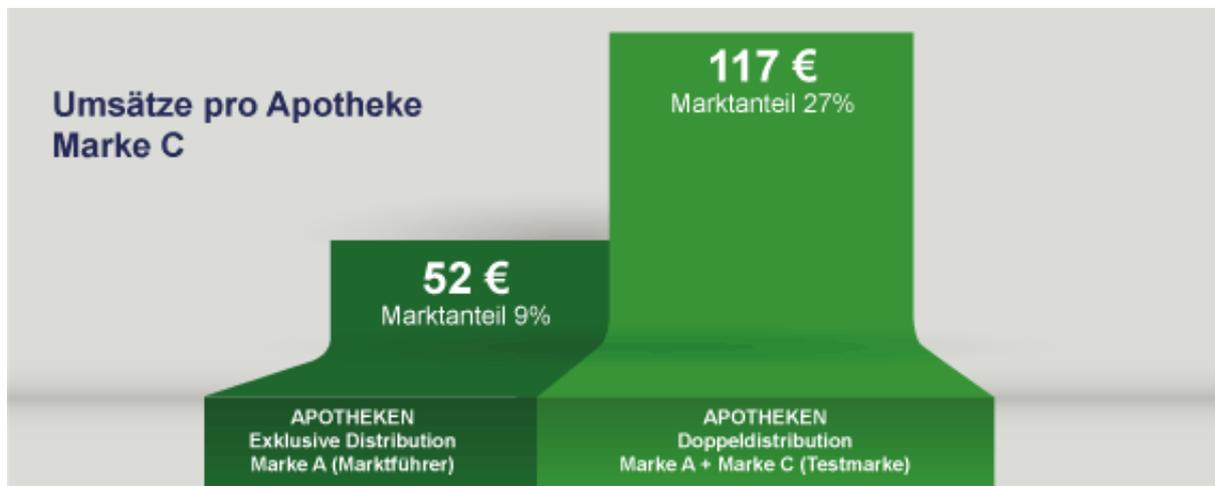
Aktuell hat Bormann & Gordon in Zusammenarbeit mit QuintilesIMS nun untersucht, wie sich der Umsatz Marken-bezogen und im Hinblick auf eine ganze Kategorie entwickelt, wenn die Sichtwahl neben dem Marktführer (Marke „A“) zunächst um eine (unsere Test-Marke „C“) und dann um eine weitere Marke (Marke „B“) erweitert wird.

*Zur Erläuterung: Die Platzierungsbreite ist in allen drei Clustern vergleichbar und der Anstieg daher nicht durch größere Platzierungen (bei mehr Marken) bedingt.*

---

#### **Fazit 1:**

Die Aufnahme unserer Test-Marke „C“ in die Sichtwahl hat die Abverkäufe dieser Marke kräftig angekurbelt: **Umsatz und Marktanteil pro Apotheke konnten nahezu verdreifacht werden.**



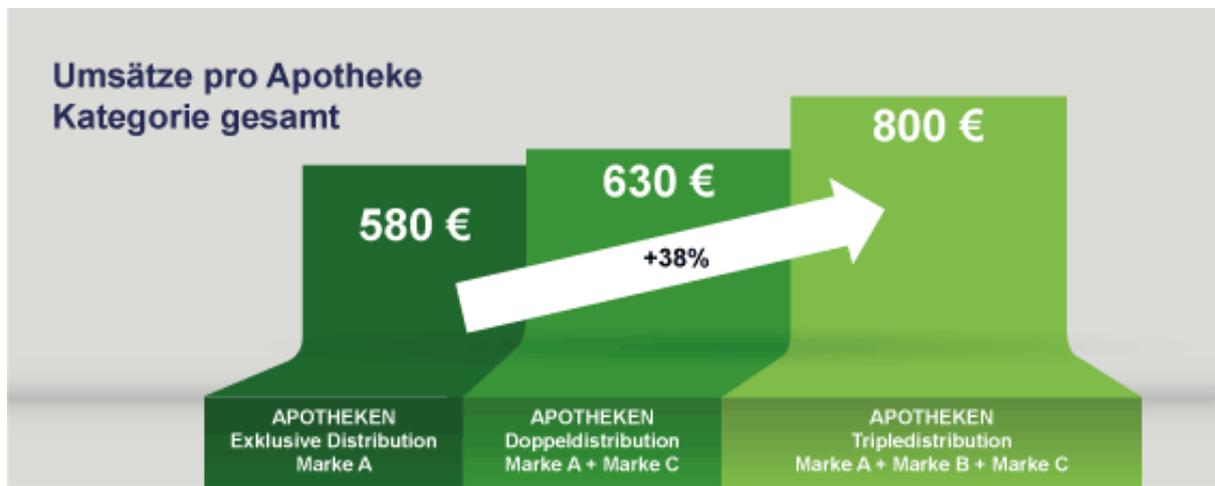
**Fazit 2:**

Auch die gesamte Kategorie hat von der zusätzlich für den Kunden sichtbaren Auswahl profitiert, die **Mehrverkäufe mit einem Umsatzplus von 9%** bestätigen.



**Fazit 3:**

Die Vielfalt von gleich 3 Marken in der Sichtwahl (Marktführer Marke „A“ + unsere Test-Marke „C“ + Marke „B“) besichert der Kategorie einen regelrechten **Umsatzsprung von +38%** im Vergleich zur Exklusivdistribution der Marke „A“ in der Sichtwahl. Eine Wirkstoffkombination mit überaus positiven Wechselwirkungen also: **Die größere Auswahl vermittelt dem Verbraucher mehr Kompetenz und führt unmittelbar zu einem signifikanten Mehrumsatz in der Kategorie.**



Beispiele wie dieses machen deutlich, welche massiven Umsatzhebel die richtigen Veränderungen in der Warenpräsentation mit sich bringen können.

Sie sind auf der Suche nach dem individuellen Erfolgsrezept für Ihre Marke? Bormann & Gordon und QuintilesIMS bieten individuelle Sonderstudien zu den Themen Platzierung und Promotions an. Sprechen Sie uns an ...

**Category Management:**

## **Mit System zu mehr Kundenzufriedenheit & mehr Wirtschaftlichkeit**



Längst steuern nicht mehr nur Lebensmittelhandel, Baumärkte, Drogerien oder Elektro-Fachmärkte ihre Sortimente und Warenpräsentationen – geleitet durch die Bedürfnisse ihrer Kunden – auf Basis des Category Management-Gedankens.

Auch in der modernen Apothekenführung wird das strukturierte, Daten-basierte und

vor allem permanente Category Management immer wichtiger, wenn es darum geht, das Frei- und Sichtwahlsortiment optimal zu strukturieren und zu gestalten. Für Hersteller und Apotheken gilt es dabei eng zusammenzuarbeiten – mit dem Ziel, die Kunden so zufrieden zu stellen, dass sie gerne wiederkommen und außerdem tendenziell mehr und häufiger kaufen. So werden Umsatz- und Gewinnsteigerungen erzielt und die Wertschöpfungen innerhalb der Kategorien verbessert. Wichtige Maßnahmen, um die Wirtschaftlichkeit der Apotheke zu sichern.

---

### Profitieren Sie von unseren TOP Trainingsangeboten „Category Management“:



Speziell für Apotheken, Pharma-Großhandel und OTC-Industrie, die noch wenig Erfahrung im Category Management besitzen, liefert das 2-tägige Seminar **„Category Management Basics für das Apothekensortiment“** der CM-Experten von GS1 Germany GmbH, Bormann & Gordon und QuintilesIMS, wertvolle und praxisrelevante Informationen & Learnings. Auch in diesem Jahr gibt es wieder vier Seminartermine im GS1 Germany Knowledge Center in Köln.

#### **+++ NEU 2017: Wir kommen zu Ihnen!**

#### **Individuelle Inhouse Trainings, ganz auf Sie abgestimmt:**

#### **„Category Management/Perfect POS Apotheke“**

Speziell auf Ihr Industrieunternehmen und Ihre Marken ausgerichtet bieten wir Ihnen unsere Seminare jetzt auch als Inhouse Trainings an. Der Fokus liegt dabei auf der individuellen Optimierung des POS für Ihre Marken. Anhand von echten Daten und Fakten erarbeiten wir auf dem Fundament des Category Management-Gedankens Lösungen, mit denen Sie arbeiten und Category Management nutzenstiftend in Ihrer Organisation verankern können. **Kontaktieren Sie uns gerne!**

