

PRESSEMITTEILUNG

Havas und concept m launchen Apotheken-Marketing-Kompass

Studienergebnisse und Apothekentypologisierung ermöglichen passgenaues OTC-Marketing

Düsseldorf/Köln, 04.04. 2017 – Havas Düsseldorf und das Marktforschungsunternehmen concept m haben gemeinsam eine Apothekenstudie durchgeführt, die tiefe Einblicke in einen bewegten Markt ermöglicht. In 20 qualitativ-psychologischen Tiefeninterviews und 150 quantitativen Befragungen mit Apothekern haben Havas und concept m den Einsatz von Medien und Kommunikationsmitteln im Apothekenumfeld untersucht. Die Studienergebnisse und die Bewertung hinsichtlich des Modernisierungsgrades der Apotheken brachten vier Apothekentypen hervor: „die traditionelle Apotheke“, „die Apotheke zwischen den Welten“, „die spezialisierte Apotheke“ und „die progressiv-fortschrittliche Apotheke“. In der Beratung von OTC-Herstellern leitet Havas aus der Apothekenstudie strategische und operative Empfehlungen für eine effiziente und individuell skalierbare Marketingkommunikation ab, angepasst auf den jeweiligen Apothekentyp.

Wandelndes Selbstbild der Apotheker

„Apotheker müssen sich heute mit einer steigenden Komplexität der Produkte und Themen sowie mit einem hohen Wettbewerbsdruck auseinandersetzen“, so Rochus Winkler, Managing Partner bei concept m. „Die Studienergebnisse zeigen, wie sich die Digitalisierung, die wachsende Diversifikation und mündige Verbraucher auf die Rolle des Apothekers auswirken. Der Apotheker muss heute zudem ein gutes Maß zwischen beratender Argumentation und geschickter Verkäuferhaltung finden. Umso wichtiger ist es, dass OTC-Hersteller die Bedürfnisse der Apotheker kennen und ihre Kommunikation danach ausrichten.“

Orientierungshilfe für OTC-Marketeers

Ein großer Fokus der Studie liegt auf der Mediennutzung der verschiedenen Apothekentypen. Insbesondere die „spezialisierte Apotheke“ und die „progressiv-fortschrittliche Apotheke“



verwenden bereits vielfach digitale Medien und sind auch innovativen Lösungen wie Augmented Reality Anwendungen gegenüber aufgeschlossen. „OTC-Hersteller müssen den Einsatz ihrer Kommunikationsmittel effizient steuern und ihre Ressourcen optimal planen. Unsere Studie hat gezeigt, dass es bei den Apotheken in Deutschland große Unterschiede hinsichtlich der Modernisierung und der Mediennutzung gibt“, berichtet Guido Körfer, Managing Director Havas Düsseldorf. „Im Umkehrschluss verdeutlicht dies, wie wichtig eine passgenaue Ressourcenplanung für OTC-Hersteller ist, um ihre Marketingaktivitäten maximal effizient auszurichten. Durch die Erkenntnisse, die wir aus der Studie gewonnen haben und die Typologisierung, lässt sich ableiten, welche speziellen Medien und Kommunikationsmittel aktuell für welchen Apothekentyp relevant sind, um den Multichannel-Mediamix am POS sinnvoll zu planen und auszusteuern.“

Ansprechpartner

concept m

Stephan Breitwieser
Key Account Manager
concept m research + consulting GmbH
Tel: +49 (0)221 923 590 12
Email stephan.breitwieser@conceptm.eu
www.conceptm.eu

Havas Düsseldorf

Dietmar Fischer
Director Client Services
Havas Düsseldorf
Tel: +49 221 9916-299
Email: dietmar.fischer@havas.com
Web: de.havas.com

Über concept m

concept m ist ein psychologisches Forschungsinstitut und strategischer Think-Tank. Es verbindet tiefenpsychologische Forschung, quantitative Forschung und Marketing-Beratung in uniquer Weise. Auf Basis von jahrzehntelangem Branchen-Know-how in interdisziplinären Teams bietet das Marktforschungsinstitut seinen Kunden maßgeschneiderte Projektdesigns an, die sie bei ihren komplexen Marketingaufgaben weiterbringen. Tätigkeitschwerpunkte sind nationale und internationale Projekte zu Motiv-Insights, Segmentierungen, Markenführung, Kommunikation, Innovation und Vertrieb – von Ad-hoc-



Studien bis zu umfangreicher Strategieberatung. Bei seinen Projekten fühlt sich concept m besonders den folgenden Werten verpflichtet: wissenschaftlicher Anspruch, forschersche Neugier, Praxisrelevanz und Umsetzungsnahe. concept m wird geleitet von Rochus Winkler, Dirk Ziems und Thomas Ebenfeld. Das Unternehmen ist international in über 40 Ländern tätig und beschäftigt weltweit über 60 Research Consultants. Credo der Marktforschung und der Beratung: Potenziale erschließen – Wissen umsetzen.

Über Havas Germany

Havas wurde 1835 in Paris gegründet. Die Havas Group ist das größte inhabergeführte Network mit über 20.000 Mitarbeitern in 100 Ländern. In Deutschland ist Havas u. a. mit der Havas Creative Group und der Havas Media Group vertreten. Die Havas Creative Group bringt Experten aus den Bereichen Kreation, Media und Data zusammen und bietet integrierte Lösungen zur Markenführung an. Havas Germany ist an vier Standorten vertreten: Havas Düsseldorf, Havas München sowie Havas PR & Havas Content und Havas beebop mit Sitz in Hamburg. Die Havas Media Group ist in Frankfurt ansässig.

Die Services von Havas Germany decken den kompletten Marketing-Mix ab: von klassischer Kommunikation, Digital, CRM, Public Relations, Social Media, Ambient Media, Design bis hin zu Healthcare. Zu den Kunden von Havas Germany zählen u. a. PayPal, n-tv, Savencia (Fol Epi, Géramont), Peugeot, Citroën, Reckitt Benckiser (Scholl, Dobendan), granini, Olympus, Mondelez, Campari, Linde, RaboDirect sowie Universal Pictures Home Entertainment.

Pressekontakt

Christine Elkemann
Head of Corporate Communications
Havas Germany
Tel: +49 40 43175-171
Mob: +49 160 778 4522
Email: christine.elkemann@havas.com
Web: de.havas.com