

OTC-MARKTANALYSE 2017:

SO TICKT DAS APOTHEKENTEAM



Herstellerübersicht

OTC-Marktanalyse 2017: So tickt das Apothekenteam

Es wurden 50 Hersteller für die Befragung auf der Basis der Umsatzzahlen (Zahlenbasis 2016) ausgewählt.

- | | | | |
|-----|--------------------------|-----|------------------------------------|
| 1. | 1 A Pharma | 27. | Merck |
| 2. | Aliud | 28. | Norgine |
| 3. | Almirall | 29. | Nutricia |
| 4. | Bayer | 30. | Omega |
| 5. | Bionorica | 31. | Orthomol |
| 6. | DHU | 32. | Pfizer Consumer Health |
| 7. | Dr. Wolff | 33. | PharmaFGP |
| 8. | Dr. Kade | 34. | Pierre Fabre / Avène |
| 9. | Dr. Mann / Bausch & Lomb | 35. | Pohl-Boskamp |
| 10. | Dr. R. Pflieger | 36. | Procter & Gamble /Wick |
| 11. | Dr. Theiss | 37. | Protina |
| 12. | Dr. Willmar Schwabe | 38. | Ratiopharm |
| 13. | Engelhard | 39. | Reckitt Benckiser |
| 14. | Eucerin / Beiersdorf | 40. | Sanofi / Thomae (ehem. Boehringer) |
| 15. | Fresenius | 41. | STADA Arzneimittel AG |
| 16. | Galderma | 42. | Stadavita |
| 17. | GlaxoSmithKline / GSK | 43. | UCB |
| 18. | Heel | 44. | Ursapharm |
| 19. | Hermes | 45. | Verla |
| 20. | Hevert | 46. | Vichy / L'Oréal |
| 21. | Hexal | 47. | Wala / Hauschka |
| 22. | Johnson & Johnson | 48. | Weleda |
| 23. | Klosterfrau | 49. | Wörwag |
| 24. | La Roche-Posay / L'Oréal | 50. | Zentiva |
| 25. | Meda | | |
| 26. | Medice | | |



OTC-MARKTANALYSE 2017: SO TICKT DAS APOTHEKENTEAM

Fragenübersicht (Auswahl) **OTC-Marktanalyse 2017: So tickt das Apothekenteam**

- Wer entscheidet bei Ihnen über die Bestellung von OTC-Produkten?
- Welche Bestellmöglichkeiten für OTC schätzen Sie?
- Welche 5 OTC-Hersteller fallen Ihnen als Erstes ein?
- Welche Schulnote geben Sie den folgenden OTC-Herstellern?
- 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?
- 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?
- Was können Sie bei einem Außendienst gar nicht leiden?
- Von welchen 5 OTC-Herstellern haben Sie den Außendienst in positiver Erinnerung?

OTC-MARKTANALYSE 2017:

SO TICKT DAS APOTHEKENTEAM



- 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?
 - Flyer
 - Schaufensterdekoration
 - Plakate
 - HV-Aufsteller
 - Störer für die Sichtwahl / Regale
 - Bodenaufsteller
 - Produktproben
 - Produktzugaben
 - Tüten
 - Sonstiges: _____ (Textfelder)
- Was denken Sie: Wie viel Werbematerial wandert in Ihrer Apotheke ungenutzt in den Müll?
- Wie beurteilen Sie die quantitative Menge an Werbematerial, die 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?
- Wie halten Sie von Coupon-Rabattaktionen (z. B. Hersteller sendet Ihnen Coupons, die Sie an Ihre Kunden verteilen können)?

OTC-MARKTANALYSE 2017: SO TICKT DAS APOTHEKENTEAM



- Was denken Sie über regelmäßige Erweiterungen der Produktfamilie?
- Wünschen Sie sich Möglichkeiten, das für Sie passende Werbematerial zu bestellen?
- Welche Werbeschaltungen von OTC-Herstellern bringen Ihnen Kunden in die Apotheke? Werbung im/in ...
- Wo erhalten Sie die aktuellsten Informationen über neue Produkte & Kampagnen von OTC-Herstellern?
- Welche Schulnote geben Sie den folgenden OTC-Herstellern bzgl. Schulungs- / Fortbildungsangebote?
- 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 ist für Sie noch ein wichtiger Aspekt 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?

OTC-MARKTANALYSE 2017: SO TICKT DAS APOTHEKENTEAM



- Welche Schulnote geben Sie den folgenden OTC-Herstellern in Bezug auf die Kommunikation mit Ihnen?
- Auf welchem Weg möchten Sie, dass OTC-Hersteller mit Ihnen in Kontakt treten?
- Welcher OTC-Hersteller hat sich im Vergleich zur Vergangenheit verbessert oder verschlechtert?
- Welche OTC-Hersteller werden häufig von Kunden nachgefragt?

Ansprechpartnerin

Jasmin Kratz
Produktmanagerin

Telefon: (030) 802080 - 531

Fax: (030) 802080 - 539

E-Mail: jasmin.kratz@aposcope.de

Web: marktforschung.aposcope.de

Adresse

EL PATO Ltd.
APOSCOPE
Skalitzer Straße 68
10997 Berlin

Geschäftsführer: Patrick Hollstein, Thomas Bellartz; Amtsgericht Berlin Charlottenburg, HRB 100 205 B USt-IdNr.: DE246500697

Selbstverständlich können Sie unser Panel und unsere Marktforschungskompetenz auch für Ihr Produktmarketing nutzen. Lassen Sie uns gemeinsam überlegen, welche Umfragevariante für Ihren Zweck die richtige ist oder wie wir Ihnen weiterhelfen können.

Die Ergebnisse / Diagramme dürfen für die interne Unternehmenskommunikation verwendet und nur mit folgender Quellenangabe veröffentlicht werden: „APOSCOPE-Befragung: Im Zeitraum vom 17. bis 19.07.2017 wurden 505 ApothekerInnen und PTA befragt. Website: marktforschung.aposcope.de“. Die Weitergabe an unternehmensfremde Dritte ist untersagt.

aposcope

Online-Marktforschung im Apotheken- und Pharmamarkt
marktforschung.aposcope.de