

ZAHN- UND MUNDHYGIENE

Markt setzt auf Pflegebewusstsein

Marktkenner zeigen sich trotz der angespannten Wirtschaftslage optimistisch: Produkte des täglichen Bedarfs, wozu auch jene für die Mundhygiene zählen, würden die Verbraucher, den Erfahrungen zufolge, auch in wirtschaftlich schwierigen Zeiten nachfragen. Vor allem das wachsende Bewusstsein für Pflege und Prophylaxe nährt die Hoffnung auf stabile Umsätze.

→ Das viertgrößte Segment im Körperpflegemittelmarkt konnte im Jahr 2008 nur ein mäßiges Plus einfahren: Lediglich 0,8 Prozentpunkte Umsatzwachstum weist die Statistik des Industrieverbands Körperpflege- und Waschmittel e.V. für den – viertgrößten – Teilmarkt im Körperpflegemittelbereich, den Teilmarkt Zahn- und Mundpflegemittel aus, was schließlich einen Umsatz von 1,319 Milliarden Euro bedeutet.

drei Faktoren dürften sich positiv auf das Zahnpflegebewusstsein der Verbraucher auswirken. Die – auch diese Erfahrung hat man im Mundhygienemarkt gemacht – honorieren Qualität durchaus. Und nutzen die entsprechenden Produkte offenbar zunehmend, um die Zahnhygiene zuhause mit der Professionalität des Zahnarztes durchzuführen.

Fluorid, eigens für Kronen, Brücken oder große Zahnzwischenräume konzipiert, außerdem unterschiedliche Bürsten für Zahnzwischenräume aber auch zur Reinigung von Brücken oder Zahnspangen sowie medizinische Hölzer. Das Sortiment ergänzen Zungenreiniger oder Mundspülungen – die auch für spezielle Bedürfnisse konzipiert werden, wie etwa Spezialprodukte gegen Mundgeruch. Die Zeit der reinen Bleachingprodukte scheint dagegen vorbei.



Download-Service

Wir unterstützen Sie bei der Beratung Ihrer Kunden mit einem Handzettel zum Thema „Mundhygiene“ – per Download im Internet unter www.apotheke-und-marketing-de/extras.

Trotz dieses mäßigen Wachstums im vergangenen Jahr zeigen sich Marktbeobachter verhalten optimistisch. Dies begründen sie zum einen mit den erhöhten Beiträgen für Krankenversicherungen, dem steigenden Eigenanteil der Versicherten und dem allgemein zunehmenden Gesundheitsbewusstsein: Alle

Gefragt: Produkte zur Spezialpflege

Diese Ansprüche spiegeln sich auch in der Nachfrage wider: Zahncremes für die unterschiedlichsten Bedürfnisse und Zahnprobleme (z.B. für empfindliche Zähne, mit entzündungshemmender Wirkung, zur Parodontitis-Prophylaxe) werden ebenso nachgefragt wie spezielle Produkte für die professionelle Mund- und Zahnhygiene. Dazu zählen u. a. Interdentalprodukte: Zahnseide in unterschiedlichen Ausführungen, mit oder ohne Zusätze wie Mintgeschmack oder

Erfolg durch Kommunikation

Eine wesentliche Voraussetzung für Erfolg im Mundhygienesortiment sehen Experten in der richtigen Kommunikation: Die Verbraucher müssen wissen, welches Sortiment ihre Apotheke ihnen bietet, durchdachte Standard- und Zweitplatzierungen sind deshalb unerlässlich. In der Beratung erfahren die Kunden alles über den Nutzen, den die Produkte ihnen bieten – und bekommen zugleich eine Zusatzempfehlung, um ihr individuelles Mundhygieneproblem optimal zu lösen.

Aktionen rund um das Thema Mundhygiene wiederum gelten als hervorragende Maßnahme, um Sortiment und Beratung der Apotheke bei den Kunden bekannt zu machen (siehe auch APOTHEKE + MARKETING 07/2009). Dass dies nicht zuletzt für die Zeit rund um den Tag der Zahngesundheit gilt, haben mittlerweile auch die Mitbewerber der Apotheke entdeckt: Lebensmittelhandel, Dromärkte oder Discounter nutzen diesen Termin, um ihr Mundhygienesortiment zu pushen ...

Gabi Kannamüller |

Kontakt: am-redaktion@springer-gup.de