



Foto: Archiv Springer GUP

SORTIMENTE

Bei Erkältung setzen viele Verbraucher auf die Apotheke

Sind die Deutschen erkältet, greifen sie zwar mit Vorliebe zu Hausmitteln – doch setzen viele von ihnen ihre Hoffnungen auch auf die Apotheke. Dies lässt sich aus einer aktuellen GfK-Verbraucherstudie schließen. Gute Voraussetzungen also für Apotheken, die nicht nur ihre gesamte fachliche Kompetenz in die Beratung einbringen sondern Zusatznutzen bieten.

➔ Nahezu die Hälfte der Deutschen (46 Prozent) greifen bei einer Erkältung zu rezeptfreien Arzneimitteln aus der Apotheke. Wie die „European Consumer Study 2007 zeigt, wählen bei Husten und Schnupfen hierzulande fast jede zweite Frau sowie 43 Prozent der Männer diese Form der Behandlung. 10 200 Verbraucher hatten die Marktforscher der GfK Nürnberg für ihre Studie befragt und dabei einen Schwerpunkt im Thema Erkältung gesetzt.

Wer erkältet ist, greift zur Selbsthilfe

Die Ergebnisse der Umfrage belegen zudem, dass bewährte Hausmittel im europäischen Schnitt unangefochten erste Wahl sind, wenn es um die Behandlung einer Erkältung geht. Auch hier gehen übrigens die Frauen offensiver vor als die Männer.

Dass die Behandlung einer Erkältung vor allem auf Selbstmedikation fußt, zeigen zwei weitere Ergebnisse der Studie. Demnach konsultieren Erkältungspatienten zwar durchaus auch den Arzt – doch längst nicht mehr in dem Maße wie in den 90er-

Jahren. Und zu Hause zu bleiben, sich zu schonen und das Bett zu hüten, kommt nur für eine Minderheit in Betracht. Dies gilt zwar europaweit – doch gerade in Deutschland bleiben sowohl Männer wie Frauen im Vergleich zu früheren Untersuchungen, die Mitte der 90er-Jahre durchgeführt wurden, nicht mehr so häufig daheim, nur weil sie verschnupft sind.

Apotheken: Empfehlung mit Tipps verbinden

Die Studienergebnisse kommen zum richtigen Zeitpunkt: Mit dem Jahreswechsel nähert sich, so zeigt es die Statistik, auch der erste Erkältungshöhepunkt des Jahres. Ende Dezember/Anfang Januar treten, so weiß man im Marktforschungsinstitut IMS Health aufgrund der Umsatzdaten für Erkältungsmittel, gehäuft Husten und Schnupfen auf. Dies bietet Apotheken jetzt die Chance, mehrfach Nutzen aus ihren Aktivitäten zu ziehen:

„Mit der Empfehlung eines Erkältungsmittels sorgen sie dafür, dass ihre Kunden die lästigen Symptome gerade zum Jahreswechsel besser ertragen.“

-Gezielte Verkaufsförderung weist Kunden mit Husten und Schnupfen auf Erkältungsprodukte hin, weckt Kaufimpulse und sorgt für Umsatz.


-Beratung zu Hausmitteln, die die Apothekenkunden zusätzlich zum empfohlenen Arzneimittel anwenden können, belegen die Beratungskompetenz der Apotheke und sind bei den Kunden höchst willkommen (kostenlose Zusatzleistung!).

-Zusatzempfehlungen schlagen sich nicht nur im Umsatz nieder, sondern belegen – wie auch die Beratung zu Hausmitteln –, dass die Apotheke sich Gedanken darüber macht, wie sie ihre Kunden in der Behandlung einer Erkältung unterstützen kann.

Nicht zu unterschätzen ist ein weiterer Effekt dieses Engagements: die Profilierung gegenüber anderen Vertriebskanälen. Denn das lukrative Erkältungssortiment lockt längst Drommärkte, Discounter und Verbrauchermärkte. Sie packen derzeit in die Regale, was immer der Gesetzgeber ihnen an Freiverkäuflichem erlaubt. Darunter eine Vielzahl von Produkten, die die Apotheke hervorragend ihren erkälteten Kunden als Zusatzempfehlung anbieten kann: Bäder und Einreibungen beispielsweise, Tees, aromatische Öle oder, natürlich, auch Hustenbonbons.

Die Bedürfnisse der Kunden berücksichtigen

Nicht zuletzt mit zielgerichteter Beratung profiliert sich die Apotheke gegenüber Drommarkt & Co. Besonders effektiv beraten wird, wer die Bedürfnisse typischer Verwendergruppen kennt und sowohl in den Beratungsargumenten wie auch mit den empfohlenen Produkten darauf eingeht. Vor allem fünf Verwendergruppen lassen sich herausgreifen: Berufstätige, Kleinkinder, Schulkinder, junge Erwachsene sowie Senioren. Jede dieser Verwendergruppen kennzeichnet ein Charakteristikum; zugleich lassen sich die wesentlichen Kriterien für die Beratung bei Erkältung in wenige Stichworte fassen.

Darauf basierend lassen sich für jede dieser Verwendergruppen weitere Hinweise für die Beratung ableiten – etwa Kriterien für zu empfehlende Darreichungsformen, Tipps zur Zusatzempfehlung oder gezielte Beratungsempfehlungen. Für Berufstätige beispielsweise sollten die Darreichungsformen praktisch für unterwegs sein, bei Senioren wiederum dürfen Hinweise auf vorbeugende Maßnahmen nicht fehlen, und Mütter legen in hohem Maße Wert auf nebenwirkungsarme Behandlungsweisen. Eine Checkliste zur kundenorientierten Beratung bei Erkältung gibt es zum Herunterladen bei APOTHEKE + MARKETING (siehe Infobox zum Downloadservice). 

Gabi Kannamüller | Kontakt: am-redaktion@springer-gup.de

Anzeige

Checkliste zum downloaden

APOTHEKE + MARKETING hat eine Checkliste erarbeitet, die einige der wesentlichen Bedürfnisse typischer Verwendergruppen zusammenfasst, und damit als Beratungshilfe dient. Mit ein paar Mausklicks lässt sich diese Checkliste aus dem Internet herunterladen – unter www.apotheke-und-marketing.de/extras.