

Warum Apotheken Werbeartikel einsetzen um Kunden zu binden

Apotheken-Marketing

Bisamberg, 29.03.2016, 12:30 Uhr

GDN - Jede dritte österreichische Apotheke befindet sich in der Verlustzone. Das liegt daran, dass 70 % des Gesamtumsatzes mit verschreibungspflichtigen Medikamenten, die von der Kasse bezahlt werden, gemacht werden. Die Spanne auf diesen Kassenumsatz sinkt seit Jahren.

Die Spanne auf diesen Kassenumsatz sinkt seit Jahren und hat mit 15,67 % in 2015 einen neuen Tiefpunkt erreicht. Vor zehn Jahren betrug der Vergütungsanteil 20,47 %.

Der Sparzwang im Gesundheitswesen trägt eine Teilschuld an diesem Problem. Der Privatumsatz macht rund 30 % des Gesamtumsatzes einer Apotheke aus und ist damit zu gering um die sinkende Vergütung im Kassensbereich zu kompensieren. Der laufende Rückgang der Kassenspanne auf die Gesamtspanne hat dazu geführt, dass diese mit 28,2 % sogar unter dem Lebensmittelhandel (29,3 %) liegt.

Ein weiterer Grund sind die in den letzten 10 Jahren überall aufgetauchten Drogeriemärkte, die mit Discountpreisen aber ohne Beratung den Apotheken zusetzen.

Die Freigabe für rezeptfreie Medikamentenabgabe über Drogeriemärkte hängt wie ein Damoklesschwert über den Apotheken und wird die wirtschaftliche Lage dieser weiter verschärfen.

Zwar genießen Apotheken im Unterschied zu anderen Branchen noch immer Gebietsschutz (zumindest in Österreich, in Deutschland ist dieser Gebietsschutz längst gefallen), jedoch liegt die Umsatzrendite mit 2,8 % nur geringfügig über dem des Einzelhandels mit 1,9 %. Sie ist seit Jahren rückläufig, ebenso wie die Eigenkapitalquote, die mit 3,6 % mit Abstand die niedrigste im vergleichbaren Einzelhandel, wo sie 26,7 % beträgt.

Dazu kommen dann noch die Kosten für Nachtdienste, die im Jahr 33 Mio. kosten.

Werbung im traditionellen Sinne dürfen Apotheken nicht betreiben, vielen möchten das auch nicht, und sind so deutlich benachteiligt wenn es um die Wettbewerbsfähigkeit geht.

Was also können Apotheken tun um betriebswirtschaftlich auskömmlich zu operieren?

Die Niederösterreichische Betriebsberatung HugoPercySteward hat berät seit 32 Jahren Apotheken in Deutschland und Österreich und ist auf standesgemäßes Apothekenmarketing spezialisiert.

Mit Kostenberatung, Sortimentsanalyse und Empfehlungen, Kundenbindungsprogrammen und einem besonderen Tipp hat die Firma tausenden von Apotheken zu auskömmlichen Margen verholfen:

In Deutschland geben 91 % aller Apotheken regelmäßig kleine Werbeartikel an ihre Patienten ab und binden so ihre Kunden. Die Artikel kosten wenig, tragen das Signet der Apotheke und sorgen nachweislich dafür dass Kunden öfter kommen, weniger oft die Apotheke wechseln und mehr dort kaufen. Solche Werbeartikel die einen Werbeeindruck tragen, sind voll steuerlich absetzbar.

Bericht online:

<https://www.germindailynews.com/bericht-70146/warum-apotheken-werbeartikel-einsetzen-um-kunden-zu-binden.html>

Redaktion und Verantwortlichkeit:

V.i.S.d.P. und gem. § 6 MDSV: U.Rembor

Haftungsausschluss:

Der Herausgeber übernimmt keine Haftung für die Richtigkeit oder Vollständigkeit der veröffentlichten Meldung, sondern stellt

lediglich den Speicherplatz für die Bereitstellung und den Zugriff auf Inhalte Dritter zur Verfügung. Für den Inhalt der Meldung ist der allein jeweilige Autor verantwortlich. U.Rembor

Editorial program service of General News Agency:

UPA United Press Agency LTD

483 Green Lanes

UK, London N13NV 4BS

contact (at) unitedpressagency.com

Official Federal Reg. No. 7442619