



Ihre Ansprechpartnerin:

Anke Kremer  
A.C. Nielsen GmbH

Telefon: 069-7938-946  
Fax: 069-7938-8946



### Sommerzeit ist Urlaubszeit

Die Sommermonate gehören bekanntlich für die Selbstmedikation in der Apotheke nicht zu den verkaufsstärksten Monaten, dennoch haben viele Marken nun ihren saisonalen Höhepunkt.

Sommerzeit ist Urlaubszeit und so bietet gerade diese Zeit gute Möglichkeiten für die Apotheken saisonale Zusatzverkäufe zu generieren: zur Sonnencreme die After-Sun-Lotion oder ein Insektenschutzmittel, zur Kopfschmerztablette weitere klassische Produkte für die Reiseapotheke wie Durchfallmittel oder Marken zur Stärkung der Abwehr – falls uns im Urlaub die Erkältung doch erwischt.

Doch welche Produkte und Indikation werden tatsächlich in den Sommermonaten verstärkt parallel gekauft? Antwort hierauf gibt das PatientenTracking Apotheke (PTApo), in dem die Einkäufe von 1.300.000 Apotheken-Kundenkarteninhabern erfasst werden.

### In den Sommermonaten werden andere Produkte stärker nachgefragt als im Jahresdurchschnitt

Im Ranking nach Verkaufsvorgängen schieben sich z.B. Magnesiumpräparate, Mittel zur Förderung der Wundheilung und Sonnenschutzprodukte in den Monaten Juni und Juli 2008 deutlich nach vorn.

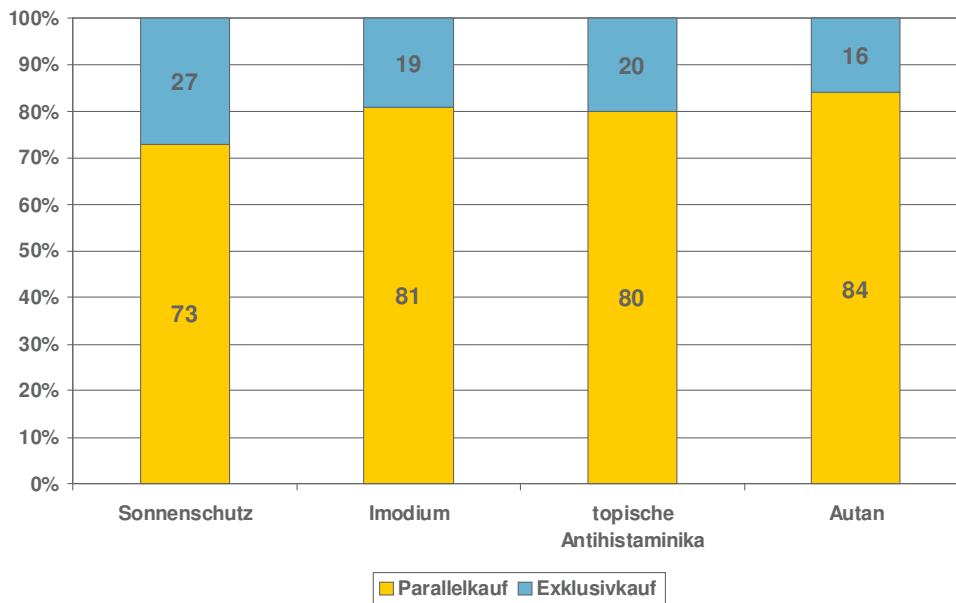
Zu den Klassikern im Sommer gehören natürlich die Sonnenschutzprodukte. Betrachtet man die Kunden, die im Juni 2008 ein Sonnenschutzprodukt in der Apotheke gekauft haben etwas genauer, zeigt sich, dass bei 27% aller Verkaufsvorgänge ausschließlich Sonnenschutzprodukten gekauft wurden, aber bei 73% aller Verkaufsvorgänge Parallelkäufe in anderen Warengruppen bzw. Indikationen getätigt wurden. Doch nur rund 3% davon entfallen auf ein After-Sun-Produkt. Hier gibt es sicherlich für die Apotheken noch Potenzial, die Zusatzverkäufe anzukurbeln. Ein Beispiel für eine einfache Analyse in PTApo, aus der sich unmittelbare Handlungsempfehlungen ableiten lassen.

### Auch Durchfallmittel sind häufige Reisebegleiter

Für Imodium – der stärksten Marke in dieser Indikation – wurden im Juni und Juli 2008 insgesamt 4.758 Selbstmedikationskäufe erfasst, hinter denen sich 4.257 Kunden verbargen. Insgesamt tätigten diese 4.257 Imodium-Käufer 24.694 Selbstmedikationskäufe in diesen beiden Monaten. Das bedeutet, dass von allen Verkaufsvorgängen dieser Kunden 19% auf Imodium entfallen – 81% auf andere Marken bzw. Indikationen. Der Parallelkauf der Imodium-Kunden weist die typischen Produkte der Reiseapotheke auf: systemische und topische Schmerzmittel (z.B. Aspirin oder Voltaren), topische Antihistaminika („nach dem Stich“ Produkte wie z.B. Fenistil) und Mittel zur Förderung der Wundheilung.

## Parallelkauf und Exklusivkauf unterscheiden sich in den einzelnen Warengruppen und bei einzelnen Marken deutlich

Anteil Verkaufsvorgänge %



Die Grafik zeigt, dass sich Parallelkauf und Exklusivkauf in den einzelnen Warengruppen und bei einzelnen Marken deutlich unterscheiden. Offenbar ist der Mehrwert, den sich Käufer von apothekenexklusiven Sonnenschutzprodukten versprechen so groß, dass sie die Apotheke häufig exklusiv zum Kauf ihres Sonnenschutzes aufsuchen, nämlich in 27% der Fälle.

Eine weitere Produktgruppe, die in der Sommersaison den stärksten Abverkauf hat, sind die topischen Antihistaminika (Fenistil, Soventol, Azaron...). Für diese Produktgruppe wurden im Juni und Juli 2008 11.041 Kunden erfasst, die 11.729 Packungen gekauft haben. Rund 20% ihrer Einkäufe entfallen auf die topischen Antihistaminika – verteilt auf unterschiedliche Marken – der Rest verteilt sich auf andere Warengruppen.

„Nach dem Stich ist vor dem nächsten Stich“ – natürlich werden auch die Insektenschutzmittel im Sommer stärker nachgefragt und so ist es nicht verwunderlich, dass bei den Autan-Käufern Parallelkäufe häufig auf Marken wie Fenistil oder Ladival entfallen. Bei über 20% der Autan-Käufer, erfolgte der Kauf offenbar erst „nach dem Stich“, denn von den 1.146 Autan-Käufern im Juni wurde in 296 Fällen gleichzeitig ein topisches Antihistaminikum in der Selbstmedikation gekauft.

Bleibt zu hoffen, dass die Reiseapotheken mit den richtigen Produkten bestückt wurden, denn dann ist Mann/Frau auch unterwegs für alle Fälle gewappnet.

Quelle: PatientenTracking Apotheke, Juli 2008