

Apothekenumbau bietet Wachstumspotenziale

Düsseldorf, 22. Januar 2020 – Als Reaktion auf die aktuellen Entwicklungen am Apothekenmarkt stehen viele Inhaber vor der Frage nach einer erfolgreichen Strategie für die Zukunft. Wie sich in diesem volatilen Umfeld Umsatz und Ertrag steigern lassen und worauf es seiner Meinung nach ankommt, um mit einer Apotheke in Zukunft Wachstum zu generieren, erläutert Lars Horstmann, Vorstand der easyApotheke.

„Vielen Apothekeninhabern ist bewusst, dass sie über kurz oder lang neue Wege gehen müssen, um erfolgreich am Markt zu bestehen. Abwanderung von Ärzten, Personalmangel, ein Rückgang der Kundenfrequenz und die Frage, wie man neue Zielgruppen erschließt – all das sind Themen, mit denen uns Apotheker in Gesprächen immer wieder konfrontieren“, berichtet Lars Horstmann. „Für sie kann der Umbau ihrer Apotheke eine echte Chance sein, um neue Wachstumspotenziale zu heben.“

Mehr Umsatz dank Umbau

Dass sich ein Umbau nachhaltig lohnt, zeigt unter anderem das Beispiel von Apothekeninhaber Christian Melzer. Er entschied sich 2015, aus seiner Apotheke in Berlin Adlershof eine easyApotheke zu machen. Seitdem konnte Christian Melzer auf bestehender Fläche ein Umsatzwachstum von fast 42 Prozent realisieren. Verantwortlich hierfür sind mehr Rezepte, aber auch deutlich mehr Umsatz in den Bereichen OTC und Freiwahl. „Die Kooperation mit easyApotheke entspricht genau dem, was ich in unserer Branche als zukunftsweisend empfinde. Kunden sind anspruchsvoller geworden – sie erwarten ein vielfältiges Sortiment und eine kompetente Beratung auf Augenhöhe. Durch ein viel größeres Freiwahlsortiment, ein klares Farbkonzept und die separate Kasse am Ausgang bieten wir unseren Kunden jetzt ein ganz neues Einkaufs- und Beratungserlebnis“, so Christian Melzer. Auch Andreas Fritsch, Inhaber der easyApotheke Wörth, ließ die traditionelle Landapothek seines Vaters umbauen. Der Grund: Für ihn als Unternehmer sei es besonders wichtig, auf das veränderte Einkaufsverhalten zu reagieren und attraktive Angebote zu machen. „Die Kunden sind begeistert, besonders von der noch besseren Beratung. Bezahlen und Beraten sind jetzt voneinander getrennt, das bedeutet mehr Zeit für die individuelle Beratung der Kunden“, sagt Andreas Fritsch.

Hohe Wachstumschancen durch mehr OTC und Freiwahl

„Der entscheidende Erfolgsfaktor für den Umbau ist das Konzept: Wir verknüpfen eine großzügige Beratungszone mit einem vielfältigen Selbstbedienungsbereich. Die Warenpräsentation, das Sortiment und die Kategorien auf der Fläche werden von unserem Category Management kontinuierlich optimiert. Es basiert auf dem weltweit führenden

Pressemitteilung.

Konzept zur Optimierung von Warenwirtschafts- und Kommunikationsprozessen, dem GS1 Standard“, erklärt Lars Horstmann. „Dass sich ein professionelles Category Management messbar auf den Umsatz auswirken kann, beweist zum Beispiel das Projekt easyBeauty.“

Bei dem Projekt arbeitete easyApotheke gemeinsam mit führenden Kosmetikherstellern an einer umfangreichen Marktforschung. Mithilfe der Ergebnisse wurde ein neues Konzept erstellt, das vor allem die Inszenierung, Positionierung und Präsentation von bestimmten Beauty-Marken in der easyApotheke neu gestaltet hat. Das Resultat: Der Umsatz in der Kategorie Beauty ist um über 40 Prozent gegenüber den Vorjahren gestiegen. „Wir arbeiten sehr eng mit vielen Herstellern zusammen und können so immer wieder neue Shopper Insights generieren, um die Leistung unserer Apotheken kontinuierlich zu verbessern“, so Lars Horstmann. „Ein solches Vorgehen und die Aneignung von diesem Knowhow sind für eine einzelne Apotheke gar nicht möglich.“

Auch für 2020 sind nach Angaben des Unternehmens neue Projekte im Bereich Category Management in Planung. Lars Horstmann: „Wir sehen noch viele Hebel, um das Wachstum der easyApotheken auch weiterhin voranzutreiben.“

Ansprechpartner

schönknecht : kommunikation
gesellschaft für public relations und marketing mbH
Kornelia Ediger | Stadtdeich 3 | 20097 Hamburg
Tel: +49 40-30 38 26 70 | E-Mail: ea@schoenknecht-kommunikation.de
<https://schoenknecht-kommunikation.de/>

Über die easyApotheke (Holding) AG

Die easyApotheke (Holding) AG ist Inhaber der Marke „easyApotheke“ und Konzeptgeber für die innovative Marken- und Systemapotheken. Das Unternehmen, das durch den Vorstand Lars Horstmann geführt wird, ist wirtschaftlich und rechtlich unabhängig von Marktteilnehmern der Gesundheitsbranche. 2008 eröffnete die erste easyApotheke mit Systemkonzept in Deutschland. Kooperationspartner sind Apotheker, die unternehmerisch selbstständig bleiben und in der Kooperation als Lizenznehmer agieren.
<https://www.easyapotheke.ag>