

Apotheke mit Retail-Vorteilen vereint

Konzept macht easyApotheke zum Frequenzbringer

Düsseldorf, xx. Juli 2021 • Sie sind die tragenden Säulen eines jeden Versorgungsschwerpunktes: Lebensmitteleinzelhandel, Bäckereien und Drogerien. easyApotheke ergänzt das Dreiergespann ideal, da das Konzept die Vorteile des Retail mit der Beratungskompetenz der Apotheke verbindet. Das kommt bei den Kunden gut an: 2020 hat die Apotheken-Kooperation ein Umsatzplus von 10,3 Prozent erwirtschaftet. Diesen Rückenwind will easyApotheke 2021/2022 für weitere Expansion nutzen.

„Wir planen im laufenden und kommenden Jahr die Eröffnung von 12 bis 15 neuen Standorten“, beschreibt Oleg Krüger, Bereichsleiter Standortentwicklung der easyApotheke (Holding) AG, das Expansionsvorhaben. Gerade in einem vom Apothekensterben geprägten Markt habe das Umsatzwachstum im Krisenjahr 2020 gezeigt, wie wirkungsvoll das Konzept der easyApotheke sei. „Mit der großen Auswahl und den hellen, großzügigen Räumlichkeiten, die zum Shoppen einladen treffen wir genau die Bedürfnisse unserer Kunden“, führt Lars Horstmann, Vorstand aus.

Freiwahl und OTC als Kundenmagneten

Das zeichnet sich vor allem in der Umsatzentwicklung des Non-RX-Bereichs ab. Während der Markt um 18,8 Prozent eingebrochen ist, hat easyApotheke 2,6 Prozent zugelegt. Der Grund: die große Artikelvielfalt im Freiwahlbereich und in der OTC-Sichtwahl. Dort werden in einer easyApotheke durchschnittlich 3.500 Produkte angeboten. Zudem wird das Sortiment durch kontinuierliches Category-Management auf Basis von Shopper Insights stetig verbessert. „Auf diese Weise wissen wir, was sich Kunden wünschen und stellen sicher, dass wir ihre Bedürfnisse künftig erfüllen. So bleibt die easyApotheke auch langfristig eine ideale Ergänzung der anderen am Standort ansässigen Geschäfte“, so Horstmann.

Zukunftsfähige Frequenzbringer

Um die Vor-Ort-Apotheken zu stärken, setzt die easyApotheke auf ein Omnichannel-Konzept, das die Vorteile der Digitalisierung nutzt. So hat die Apotheken-Kooperation 2020 Click-und-Collect-Shops eingeführt. „Während die Kunden dies in der Pandemie nutzen, um möglichst kontaktlos einzukaufen, wird der Service in Zukunft für ein besonders komfortables Shopperlebnis sorgen und dadurch viele Kunden in die easyApotheke bringen“, sagt Lars Horstmann. „Wenn sie bereits vor Ort sind, führt der Besuch in der easyApotheke rasch auch zu einem Einkauf oder einer Shoppingtour in anderen Geschäften.“, fügt Oleg Krüger hinzu.

Pressemitteilung.

Click-und-Collect-Lösungen machen die Vor-Ort-Apotheke zudem konkurrenzfähig zum Online-Versandhandel. „Aufgrund der großen Bevorratung in den Apotheken sind die gewünschten Produkte meist sofort verfügbar. So sind Bestellungen über Click-und-Collect teilweise schneller für den Kunden verfügbar. In einer On-Demand-Gesellschaft ist das ein essentieller Erfolgsfaktor.“ Zusätzlich sorgen Social-Media-Aktivitäten und Angebotsflyer für eine breite Sichtbarkeit. Und: „Die easyApotheken sind eRezept-ready. Ab Einführung Ende 2021 können eRezepte in jeder easyApotheke problemlos eingelöst werden“, ergänzt der Vorstand.

In Kombination mit dem Angebot und der Beratung in der Vor-Ort-Apotheke ergibt sich so ein Konzept, das bei den Kunden sehr gut ankommt. Täglich besuchen durchschnittlich 330 Kunden eine easyApotheke. Damit ist die Kundenfrequenz fast doppelt so hoch wie bei den klassischen Apotheken. „Neben viel Laufkundschaft, die durch die große Auswahl angelockt wird, sind auch viele Stammkunden dabei, die aufgrund der umfassenden Beratung extra zu unseren Apothekern kommen“, resümiert Lars Horstmann.

Fachmarktzentren und Versorgungsschwerpunkte im Fokus

Für die Expansion sucht die easyApotheke Standorte in ganz Deutschland. Wichtig ist dabei, dass eine großzügige Verkaufsfläche von 120 bis 200 Quadratmeter möglich ist, um das Konzept der easyApotheke umzusetzen. Daher wird eine Gesamtfläche von 350 bis 450 Quadratmetern benötigt. Vor allem Lagen in Fachmarktzentren sowie Versorgungsschwerpunkte mit Lebensmitteleinzelhandel seien für die Apotheken-Kooperation von Interesse. „Die Erfahrung zeigt, dass sich das Konzept der easyApotheken besonders für Fachmarktzentren mit einem Vollsortimenter aus dem Lebensmitteleinzelhandel, einem Lebensmitteldiscounter und einer Drogerie eignet“, führt Oleg Krüger aus. Kunden würden sich an diesen Standorten noch eine Apotheke als Ergänzung wünschen. Entsprechend befinden sich etwa zwei Drittel der aktuell 135 easyApotheken in Fachmarktzentren. Die übrigen sind in Einkaufsstrassen, Bahnhöfen und Ärztehäusern angesiedelt. „Da wir uns vertraglich für mindestens zehn Jahre an einen Standort binden, ist es uns bei der Standortwahl vor allem wichtig, dass die ansässigen Geschäfte im Idealfall genauso lange bestehen bleiben“, erläutert der Bereichsleiter Standortentwicklung die Auswahlkriterien.

Pressemitteilung.

Ansprechpartner

schönknecht : kommunikation
gesellschaft für public relations und marketing mbH
Noemi Schreiner | 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 Systemapotheke. 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>