

---

# PRESSEMITTEILUNG

---

## ALLERGIE, WEN JUCKTS?

Köln, 20.02.2018 – In den deutschlandweit 1.100 LINDA Apotheken startet passend zur nahenden Frühlings- und Heuschnupfenzeit die große Beratungskampagne „Allergie, wen juckts?“. Durch die professionell gestalteten Werbemittel und die mehr als 30 Millionen allergiegeplagten Menschen\* in Deutschland besteht besonders jetzt im Frühjahr enormes Potenzial für Neukundengewinnung und Kundenbindung. Durch die Platzierung der LINDA Kampagne in der Apotheken Umschau mit exklusivem LINDA Beihefter „LINDA Spezial“ wird zudem eine hohe Reichweite von rund 1,4 Mio.\*\* Leserinnen und Lesern pro Monat erreicht und damit eine erhöhte Aufmerksamkeit der Marketingkampagne generiert. Dank der Kooperation mit renommierten Herstellern stehen während des Aktionszeitraums vom 1. März bis 15. April zehn hochwertige Markenprodukte zur Verfügung, die aufmerksamkeitsstark in der Offizin präsentiert werden. Dadurch können LINDA Apotheken die betroffenen Kunden eingehend informieren und sie erfolgreich dabei unterstützen, die mit einer Allergie einhergehenden Symptome zu lindern. Zusätzlich zum Marketingpaket gibt es für die Apothekenkunden wieder die Chance, etwas zu gewinnen: LINDA verlost fünf hochwertige Luftreiniger.

Allergiebedingte Abwehrreaktionen des Körpers schlagen sich häufig in unangenehmen Symptomen nieder, die medikamentös behandelt werden können. Die Heuschnupfensaison bietet daher vielfältige Möglichkeiten für Apotheken, mit einer fachkompetenten Beratung und attraktiven Angeboten neue Kunden zu gewinnen und sich von Wettbewerbern zu differenzieren. Besonders im Frühjahr ist das Thema Heuschnupfen präsenter denn je: „Unser Ziel ist die klare Abhebung von Wettbewerbern und nicht austauschbar zu sein. Mit exklusiven & starken Werbemitteln, die 360° multikanal eingesetzt und für alle Apotheken professionell vorbereitet werden, schaffen wir Reichweite und Durchdringung am POS“, erklärt Vanessa Bandke, Leitung Marketing & Kommunikation der LINDA AG. „Kunden profitieren im Rahmen der Beratungsaktion neben der bekannten, herausragenden Beratung auch von besonderen Angeboten wie einem Gewinnspiel, einem attraktiven PAYBACK Coupon, der im speziellen LINDA Beihefter der Apotheken Umschau integriert ist, weiterhelfenden Produktempfehlungen und einer praktischen Pollenflug-App von Hexal“, so Bandke weiter.

### **Zehn Markenprodukte schaffen Abhilfe bei Allergiebeschwerden**

Im Rahmen der aktuellen Kampagne und dank der Zusammenarbeit mit verschiedenen Markenherstellern stehen daher zehn Produkte im Mittelpunkt, die helfen, die quälenden Symptome zu lindern:

Für Kunden, die schnelle Hilfe bei gereizten Augen suchen, sind beispielsweise die Bepanthen Augentropfen (Bayer Vital GmbH) sowie die Zaditen Ophtha und Zaditen Ophtha Sine Augentropfen (Théa Pharma GmbH) die richtige Wahl. Bei Heuschnupfen helfen Mometaxonal Heuschnupfenspray (Hexal AG), aus der greenLINDA Reihe das Heuschnupfenmittel DHU (Deutsche Homöopathie-Union DHU-Arzneimittel GmbH & Co. KG) und Lorano akut Antiallergikum (Hexal AG). Eine trockene und juckende Nase bekommen die Emser Nasendusche (Strathos Pharma Group) und Livocab direkt Kombi (Johnson & Johnson GmbH) in den Griff. Bei allergischen Symptomen wie Hautreaktionen lindern die Soventol HydroCort 0,5 % Creme sowie das Antiallergikum Cetirizin Hexal bei Allergien (Hexal AG).

### **Großes Gewinnspiel für mehr reine Luft**

Nach wie vor zählen Endkundengewinnspiele zu beliebten und effizienten Marketingmaßnahmen, da sie ohne großen Aufwand für zusätzliches Interesse in allen Zielgruppen sowie für gesteigerte Aufmerksamkeit sorgen. Im Rahmen der LINDA Kampagne zum Thema „Allergie“ haben Kunden die Chance auf fünfmal je einen hochwertigen Winix Wifi Design-Luftreiniger im Wert von 380 Euro, der auch per App gesteuert werden kann. Der Luftreiniger passt seinen Betrieb durch Sensoren automatisch der Umgebung an und filtert wirksam Pollen, Bakterien, Viren, Allergene, Zigarettenrauch, Feinstaub sowie Gase und Gerüche aus der Luft. Um das Gewinnspiel und die attraktiven Hauptgewinne zu bewerben, stellt LINDA 50 Gewinnspielflyer sowie ein POS-Plakat zur Verfügung.

### **Die 360° Marketingstrategie der LINDA Apotheken**

Weiterhin wird die Kampagne durch POS Plakate, 200 Postkarten mit einem umsatzfördernden 15 %-Rabattcoupon und einen Marketing-Aufsteller aus robuster Pappe, zum Beispiel für den Einsatz im Schaufenster, unterstützt. Komplettiert wird die 360° Kommunikationsstrategie der LINDA Apotheken durch vorformulierte Kleinanzeigen, Facebook-Postings und PR-Texte für die regionale Presse.

Mit der saisonalen LINDA Kampagne zum Thema „Allergie“ sind LINDA Apotheken professionell für die umsatzstarke Heuschnupfenzeit vorbereitet und können sich wie gewohnt als kompetente Ansprechpartner und Vertrauenspersonen positionieren.

\* Journal of Health Monitoring: 2017 2 (1), Robert Koch Institut, Berlin.

\*\* Eigene Berechnungen bezogen auf die Bezugsmenge der Anzahl der LINDA Mitgliedsapotheken.

## Zu LINDA Apotheken / LINDA AG

Die LINDA Apotheken sind ein qualitätsorientierter Zusammenschluss eigenständiger Apotheker, die den kommunikativen Vorteil der Dachmarke "LINDA" im Dialog mit der Öffentlichkeit und den Kunden nutzen. Die LINDA Apotheken stehen für Qualität, verbraucherorientiertes Marketing und besondere Kundennähe. Mit rund 1.100 angeschlossenen Apotheken ist LINDA die deutschlandweit größte und bekannteste Premium-Apothekendachmarke selbstständiger Apotheker und Marktführer in ihrem Segment<sup>1</sup>. Dies bestätigen die Ergebnisse verschiedener unabhängiger, repräsentativer Studien renommierter Institutionen: Mehr als 60 Prozent der Bevölkerung kennt die LINDA Apotheken<sup>2</sup>. LINDA Apotheken verfügen über die beste Beratung<sup>3</sup>, einen ausgezeichneten Service<sup>3,4</sup> und den besten Markenauftritt<sup>5,6,7</sup>, das höchste Vertrauen<sup>8</sup> und das beste Kundenmarketing<sup>9</sup>. Die Qualitätsdachmarke LINDA wurde 2017 mit dem 1. Platz/Gold des German Brand Awards ausgezeichnet.

Darüber hinaus zeichnete die Zeitschrift FOCUS-MONEY die LINDA Apotheken für die „höchste Weiterempfehlung“ von Kunden aus<sup>10</sup>. In der Favoritenstudie der Sempora Consulting GmbH belegt LINDA zudem den ersten Platz in der Kategorie "Freiwahlkonzepte"<sup>11</sup>. Die LINDA AG ist Eigentümerin der Apothekendachmarke LINDA Apotheken. Sie setzt sich für eine zukunftsorientierte Positionierung der selbstständigen inhabergeführten Apotheken, unter besonderer Wahrung derer Eigenständigkeit und Unabhängigkeit, ein. Sitz der LINDA AG ist Köln.

<sup>1</sup>Platz 1 "Beste Apothekenkooperation", u.a. Kategorie überregionale, GH-orientierte Kooperationen, Kooperations-Award PharmaRundschau 2012, 2013, 2014, 2015; inspirato Industry Award 2017, Platz 1 Apothekenkooperationen, „Zukunft Apotheke 2017“; <sup>2</sup>Marktforschungsergebnis unter Verbrauchern 2015; targeted! Marketing Research & Consulting, Frankfurt a.M.; <sup>3</sup>Testsieger "Apothekenkooperationen Beratung & Service" 9/2012 & 09/2014 und 10/2016, DtGV (Deutsche Gesellschaft für Verbraucherstudien mbH) und N24; DtGV-Service-Award 2017, „Beratung vor Ort“ im Segment Gesundheit, DtGV (Deutsche Gesellschaft für Verbraucherstudien mbH) und N24; Platz 2 „Beste Servicequalität“ 2016/2017 in der Kategorie Lebensmittel & Gesundheit, stat. Einzelhandel: Apotheke, Platz 3 „Beste Servicequalität“ 2017/2018 in der Kategorie Apotheke, stat. Einzelhandel, TEST Bild; <sup>4</sup>Nr. 1 der Apotheken-Kooperationen, Studie "Service-Champions" 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016 und 2017, Service Value GmbH und DIE WELT; <sup>5</sup>Sempora-Studie 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016; Sempora Consulting GmbH; <sup>6</sup>Goldmedaille in der Kategorie "Marketing", coop-Studie 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, Apotheken Management-Institut; Platz 1 "Beste Marketingunterstützung" & "Zukunftsfähigkeit", Apotheken Management Institut, Coop Study 2017, Platz 1 "Innovationskraft", "Beste Marketingunterstützung" & "Beste Gewinnorientierung" Coop Study 2018; <sup>7</sup>„Gold“-Auszeichnung für „LINDA“ sowie Prädikat „Special Mention“ für „greenLINDA“, German Brand Award 2017; Auszeichnung zur "Marke des Jahrhunderts" in der Produktgattung Apotheke, Markenpreis des Verlags Deutsche Standards Editionen GmbH, 2012, 2015 & 2016; <sup>8</sup>Nr. 1 der Apothekenkooperationen, Auszeichnung "Höchstes Kundenvertrauen" 2014, 2015, 2016 & 2017, Service Value GmbH, WirtschaftsWoche Ausgabe 40/2014, 47/2015, 48/2016 & 41/2017; <sup>9</sup>Auszeichnung für das "Beste Kundenmarketing", Inspirato Pharma Marketing Award 2015; <sup>10</sup>Branchensieger „Von Kunden empfohlen, höchste Weiterempfehlung“ FOCUS-MONEY in Zusammenarbeit mit der Service Value GmbH, Ausgabe 27/17; Gesamtwertung "sehr gut"/Auszeichnung "Fairster Apothekenverbund", 2014, 2015, 2016, FOCUS-MONEY in Zusammenarbeit mit der Service Value GmbH, Ausgabe 36/2014, im Test 11 Apothekenverbände, Ausgabe 36/2015, im Test 11 Apothekenverbände, Ausgabe 36/2016, im Test 10 Apothekenverbände; <sup>11</sup>Platz eins für das beste Freiwahlkonzept, Favoritenstudie der Sempora Consulting GmbH, 2016.



## KONTAKT

LINDA Aktiengesellschaft

**Vanessa Bandke**

Leitung Marketing & Kommunikation

Emil-Hoffmann-Straße 1a

50996 Köln

Tel. +49 (0) 2236 84878-74

Fax +49 (0) 2236 84878-40

bandke@linda-ag.de

www.linda-ag.de

f: www.facebook.com/LINDA.Apotheken

LINDA Aktiengesellschaft

**Anika Wacker**

PR-Managerin

Emil-Hoffmann-Straße 1a

50996 Köln

Tel. +49 (0) 2236 84878-53

Fax +49 (0) 2236 84878-40

wacker@linda-ag.de

www.linda-ag.de

f: www.facebook.com/LINDA.Apotheken

**Bildmaterial 1:**



**Bildunterschrift 1:** „In der LINDA Marketingkampagne vom 1. März bis 15. April 2018 dreht sich alles um das Thema ‚Allergie‘.“

**Bildquelle Bildmaterial 1:** Subbotina Anna/Adobe Stock/LINDA AG

**Bildmaterial 2:**

LINDA KAMPAGNE, Thema:  
**„Allergie, wen juckts?“**



**Bildunterschrift 2:** „Zur Ausgestaltung der Marketingaktion ‚Allergie, wen juckts?‘ erhalten die LINDA Apotheken umfangreiche Marketingunterlagen.“

**Bildquelle Bildmaterial 2:** LINDA AG

**Hinweis:** Das Bildmaterial ist unter Nennung der vollständigen Bildquellenangabe und nur im Zusammenhang mit der jeweiligen Pressemitteilung für Presse Zwecke honorarfrei.