

# PRESSEMITTEILUNG

## ERKÄLTUNGSZEIT IST UMSATZZEIT!

**LINDA Apotheken punkten durch Beratungskompetenz und besondere Angebote**

**Köln, 1.10.2019 – Die LINDA Apotheken schaffen durch Aktionswochen zur jährlichen Erkältungszeit zusätzliche Kaufanreize und lenken den Kundenstrom an den PoS. Unter dem Motto „Erkältung? Kriegt auf die Mütze!“ spielen teilnehmende LINDA Apotheken ihre Fachkompetenz versiert aus. Ausgewählte OTC- und medizinische Qualitätsprodukte namhafter Hersteller stehen dabei im Fokus der qualifizierten Beratungskampagne. Flankiert werden die Aktionswochen durch ein 360°-Marketingpaket für die sachkundige und emotional gestalte Kundenansprache inklusive konsistentem PoS-Material und einem attraktiven Gewinnspiel.**

Jedes Jahr aufs Neue kommt die Erkältungswelle und beschert den Apothekern regen Zulauf, denn gerade bei milden Krankheitsverläufen wenden sich Verbraucher gerne direkt an das Fachpersonal ihrer örtlichen Apotheke. LINDA Apotheker können im Rahmen der aufmerksamkeitsstarken Kampagne „Erkältung? Kriegt auf die Mütze!“ vom 1. Oktober bis zum 15. November 2019 durch besondere Angebote bei ihren Kunden punkten und ihre Beratungskompetenz gezielt in den Fokus rücken.

„Wir unterstützen unsere Mitgliedsapotheker mit Schulungsunterlagen für erfolgsorientierte Beratungsgespräche und Checklisten für eine optimale Verkaufsstrategie. Dabei stehen zehn hochwertige Produkte rund um Erkältungskrankheiten im Mittelpunkt. Ziel ist es, die Beratungskompetenz unserer Mitglieder zu stärken und ihnen so ein Umsatzplus zu ermöglichen. Darüber hinaus haben wir ihnen ein umfangreiches Marketingpaket mit verschiedenen Werbemitteln für die Kanäle Online, Print und PoS zusammengestellt“, so Vanessa Tscholl, Leitung Marketing & Kommunikation der LINDA AG.

### **> Gewinnspiel mit vier Familienreisen**

So bietet LINDA teilnehmenden Apothekern diverse crossmediale Touchpoints an, um die individuelle Customer Journey aktiv zu steuern. Dabei reichen die Maßnahmen von lokalen Aktionen wie der PoS-Gestaltung über Facebook-Einträge bis hin zu Einkaufsvorteilen für Kunden wie etwa attraktiven Angeboten und Extra PAYBACK Punkten. Vorformulierte individualisierbare Kleinanzeigen, Facebook-Posts sowie ein Presstext für die regionale Kommunikation sorgen für die richtige lokale Awareness, während apothekenübergreifende Kommunikationsmaßnahmen wie der exklusive Beihefter LINDA SPEZIAL in der Apotheken-Umschau mit PAYBACK Coupon<sup>1</sup> deutschlandweit auf die Kampagne aufmerksam macht. Für zusätzliche Attraktivität sorgt als Kundenbindungsmaßnahme ein zentral gesteuertes Gewinnspiel, das mit vier abwechslungsreichen, siebentägigen Familienreisen für zwei Erwachsene und zwei Kinder lockt und die Gewinner

# PRESSEMITTEILUNG

ins Ostseebad Grömitz führt, wo sie sich den Anflug einer Erkältung einfach wegwehen lassen können. Gewinnspielflyer<sup>2</sup> am PoS regen zur Teilnahme an, die auch über [www.linda.de](http://www.linda.de) und die LINDA Facebook-Fanpage möglich ist.

## > Zehn Produktempfehlungen, die Erkältungen keine Chance lassen

Bei den Empfehlungen für die Erkältungszeit greifen die LINDA Apotheken auf ein breites Sortiment an Qualitätsprodukten namhafter Hersteller zurück.

### Produkte zur Linderung von Erkältungssymptomen

- Zur Inhalation: aponorm Inhalator Compact (Wepa Apothekenbedarf GmbH & Co KG)
- Für den Abtransport von Sputum: Eucabal-Balsam S (Aristo Pharma GmbH)
- Bronchicum Elixir (M.C.M. Klosterfrau), geeignet schon für Kinder ab 6 Monaten
- Kneipp Erkältungsbad Spezial (Kneipp GmbH)
- Bei Reizhusten empfiehlt sich: Phytohumil Hustenreizstiller Sirup (Bayer Vital GmbH)
- Dobendan Direkt Flurbiprofen 8,75 mg (Reckitt Benckiser Deutschland), hilft bei Halsschmerzen
- Bei verstopfter Nase: nasic Nasenspray (M.C.M. Klosterfrau)

### Produkte zur Stärkung des Immunsystems

- Esberitox Compact (Schaper & Brümmer GmbH & Co. KG) kann die Erkältung bis zu drei Tage verkürzen
- Biosan Immun (Hexal AG) setzt neben Zink und Vitamin C auf Bakterienstämme
- All-in-one von Pure Encapsulations (pro medico GmbH) stärkt das Immunsystem durch Multivitamine.

<sup>1</sup> Sie erhalten für den Umsatz mit freiverkäuflichen und apothekenpflichtigen, nicht-rezeptpflichtigen Arzneimitteln sowie dem apothekenüblichen Ergänzungssortiment PAYBACK Punkte. PAYBACK erhält keine Informationen darüber, welche Waren Sie in der Apotheke erworben haben. Weitere Informationen erhalten Sie auf [www.payback.de](http://www.payback.de) im Bereich Datenschutz.

<sup>2</sup> Solange der Vorrat reicht.

### 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 900 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

# PRESSEMITTEILUNG

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, das HANDELSBLATT vergab den 1. Platz im Branchenvergleich „Deutschlands beste Händler“ an die LINDA Apotheken<sup>10,11</sup>. In der Favoritenstudie der Sempora Consulting GmbH belegt LINDA zudem den ersten Platz in der Kategorie 'Freiwahlkonzepte'<sup>12</sup>. 2019 wurde das pharmazeutische Kompetenz-Tool „LINDA Interaktionsmanagement“ („LIAM“) mit dem Vision.A Award Gold ausgezeichnet.<sup>13</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, 2017 und 2018, 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 Gewinnerorientierung" Coop Study 2018; Platz 1 "Beste Marketingunterstützung" & "Bestes Category Management" Coop Study 2019; <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 Apothekenverbünde, Ausgabe 36/2015, im Test 11 Apothekenverbünde; Ausgabe 36/2016, im Test 10 Apothekenverbünde; Ausgabe 27/2018 <sup>11</sup>Platz 1 „Deutschlands beste Händler“ in der Branche „Apotheken-Kooperationen“, HANDELSBLATT in Zusammenarbeit mit der Service Value GmbH, März 2019; <sup>12</sup>Platz 1 für das beste Freiwahlkonzept, Favoritenstudie der Sempora Consulting GmbH, 2016; <sup>13</sup>Goldauszeichnung in der Kategorie „Apps & Co Apothekenteams“, Vision.A – Die Digitalkonferenz von apotheke adhoc, 2019.

# PRESSEMITTEILUNG

## > KONTAKT

LINDA Aktiengesellschaft  
Vanessa Tscholl  
Leitung Marketing & Kommunikation  
Emil-Hoffmann-Straße 1a  
50996 Köln

t 0 22 36 . 8 48 78 - 74

f 0 22 36 . 8 48 78 - 40

e [tscholl@linda-ag.de](mailto:tscholl@linda-ag.de)

> [linda.de](http://linda.de)

> [facebook.com/LINDA.Apotheken](https://facebook.com/LINDA.Apotheken)

> [app.linda.de](http://app.linda.de)



Bild: Gettyimages

Bildunterzeile: Wer Erkältungssymptome gezielt bekämpft, kann den Herbst entspannt genießen.