
PRESSEMITTEILUNG

GROßE POS-AKTION „KÖRPERWOHL!“

Köln, 13.12.2017 – Direkt zum Jahresstart 2018 unterstützt das LINDA Marketing alle LINDA Apotheken wieder mit einem attraktiven Maßnahmenpaket, um neue Kunden zu gewinnen, bestehende zu binden sowie Abverkauf und Umsatz zu steigern. Die große LINDA Kampagne „Körperwohl! Balance statt Trockenheit!“ läuft vom 1. Januar bis 15. Februar 2018. Erstmals wird das Aktionsthema auch in der neuen und exklusiv in LINDA Apotheken erscheinenden Apotheken Umschau mit speziellem LINDA Beihefter aufgenommen und professionell an die Endkunden kommuniziert. Ein großes Endkundengewinnspiel, die Platzierung von LINDA Inhalten in der Apotheken Umschau sowie zahlreiche aktivierende POS-Werbemittel sorgen für zusätzliche Kaufanreize und eine höhere Reichweite der LINDA Aktion.

Der menschliche Körper besteht zu 60 Prozent* aus Wasser – kommt der Feuchtigkeitshaushalt durcheinander, gerät das Wohlbefinden aus dem Gleichgewicht. Trockene Augen und gereizte Haut sind nur einige Folgen von einem durch Kälte und trockener Heizungsluft in Mitleidenschaft gezogenen Feuchtigkeitshaushalt des Körpers. Um auf die konkreten Kundenbedürfnisse zu diesem Thema einzugehen, steht den Apothekenkunden im Rahmen der LINDA Aktion „Körperwohl! Balance statt Trockenheit!“ eine gezielte Produktauswahl in Form von zehn hochwertigen Markenprodukten renommierter Partner zur Verfügung. Mit der ersten von sechs LINDA Aktionen im Jahr 2018 bieten alle teilnehmenden LINDA Apotheken professionelle und kundenorientierte Unterstützung zum saisonal relevanten Thema Trockenheit an. Unterstützt wird dies durch die bewährte 360° Marketingunterstützung der LINDA AG in Form von gezielter Bewerbung in der Offizin sowie professioneller PR-Unterstützung via On- und Offlinekanälen. „Mit dem Start in das neue Jahr ist das zentrale POS Marketingtool, die beliebten LINDA Aktionen, überarbeitet und optimiert worden – für eine effektivere Kundenansprache und eine einfachere Organisation in der Offizin“, erklärt Vanessa Bandke, Leitung Marketing & Kommunikation der LINDA AG. „Eine der contentbasierten Neuerungen ist die Implementierung von LINDA Inhalten im redaktionellen und fest integrierten Beihefter in der neuen Apotheken Umschau.“

Gezielte Produktauswahl für eine optimale Aktionsumsetzung

Mir prominent platzierten Kooperationspartnerprodukten am POS bieten LINDA Apotheken zielgerichtet saisonal passende Arzneimittel an. Dazu gehören eine Reihe von Produkten, die bei trockener Haut Linderung versprechen: Dazu gehören die Bepanthol Körperlotion Plus und Lippencreme (Bayer Vital GmbH), Cetaphil Feuchtigkeitscreme (Galderma Laboratorium GmbH) sowie die sebamed TROCKENE HAAR PARFUMFREI Lotion Urea Akut 10 % (Sebapharma GmbH & CO. KG) und die frei öl HYDROLIPID HandCreme (Apotheker Walter Bouhon GmbH). Bei trockener Kopfhaut ist das milde Shampoo PHYSIOGEL SCALP CARE (GlaxoSmithKline Consumer Healthcare GmbH & Co. KG) zu empfehlen; für Kunden, die über trockene Augen klagen sind die Augentropfen HYLO-COMOD (URSAPHARM Arzneimittel GmbH) eine passende Wahl. Für schnelle Hilfe bei Schnupfen bietet sich das Produkt EMSER NASENSPRAY (SIEMENS & CO – Heilwasser und Quellenprodukte des Staatsbades Bad Ems GmbH & Co. KG) im Rahmen der Aktion an; bei trockenheitsbedingten Intimbeschwerden hilft das KadeFungin Befeuchtungsgel (DR. KADE Pharmazeutische Fabrik GmbH). Aus den greenLINDA Reihen der alternativen Heilmittel ist DHU Schüßler-Lotio Nr. 11 Silicea (Deutsche Homöopathie-Union) das Aktionsprodukt für festes Bindegewebe sowie das Wachstum von Haut, Haaren und Nägeln.

Das Thema „Körperwohl!“ erfolgreich am POS positionieren

In den entsprechenden Kampagnenunterlagen, die alle bundesweit rund 1.100 LINDA Apotheken erhalten, sind zwei Aktionsplakate, ein Schaufensteraufkleber für den Innen- oder Außenbereich, 50 Gewinnspielflyer, 200 Postkarten mit einem 15 Prozent Rabattcoupon und einem neuen Marketingaufsteller aus robuster Pappe für das Schaufenster oder die Offizin enthalten. In der exklusiv ab Januar 2018 erscheinenden Apotheken Umschau erscheint zudem ein fest integrierter LINDA Beihefter, in dem die Aktionsinhalte redaktionell und zielgerichtet an die Endkunden kommuniziert werden. Ab der Ausgabe 1. Januar 2018 wird der beliebte PAYBACK Coupon zum Start einer jeden Aktion im implementierten LINDA Beihefter der Apotheken Umschau zu finden sein – dieses Mal soll die Aussicht auf 250 Extrapunkte** den Kaufanreiz steigern.

Im Rahmen der Aktion „Körperwohl!“ generiert das große Gewinnspiel zusätzliches Interesse der Kunden: Hier gibt es die Chance auf eine achttägige Flusskreuzfahrt (Passau – Budapest – Passau) für zwei Personen mit nickoVision, Vorformulierte Kleinanzeigen, Facebook-Postings sowie PR-Texte runden das gewohnt professionelle 360 Grad Kommunikationskonzept von LINDA ab.

* Anteil als chemische Substanzklasse am menschlichen Körper nach Körpergewicht (2014). Quelle: Statista 2017/ FU Berlin.

** Ab einem Einkaufswert von 20 Euro für nichtrezeptpflichtige Aktionsprodukte.

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 Segment¹. Dies bestätigen die Ergebnisse verschiedener unabhängiger, repräsentativer Studien renommierter Institutionen: Mehr als 60 Prozent der Bevölkerung kennt die LINDA Apotheken². LINDA Apotheken verfügen über die beste Beratung³, einen ausgezeichneten Service^{3,4} und den besten Markenauftritt^{5,6,7}, das höchste Vertrauen⁸ und das beste Kundenmarketing⁹. 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 aus¹⁰. In der Favoritenstudie der Sempora Consulting GmbH belegt LINDA zudem den ersten Platz in der Kategorie 'Freiwahlkonzepte'¹¹. 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.

¹Platz 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“; ²Marktforschungsergebnis unter Verbrauchern 2015; targeted! Marketing Research & Consulting, Frankfurt a.M.; ³Testsieger "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; ⁴Nr. 1 der Apotheken-Kooperationen, Studie "Service-Champions" 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016 und 2017, Service Value GmbH und DIE WELT; ⁵Sempora-Studie 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016; Sempora Consulting GmbH; ⁶Goldmedaille 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; ⁷„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; ⁸Nr. 1 der Apothekenkooperationen, Auszeichnung "Höchstes Kundenvertrauen" 2014, 2015, 2016 & 2017, Service Value GmbH, WirtschaftsWoche Ausgabe 40/2014, 47/2015, 48/2016 & 41/2017; ⁹Auszeichnung für das "Beste Kundenmarketing", Inspirato Pharma Marketing Award 2015; ¹⁰Branchensieger „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; ¹¹Platz 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 ersten LINDA Aktion ‚Körperwohl! Balance statt Trockenheit!‘ dreht sich alles um das persönliche Wohlbefinden.“

Bildquelle Bildmaterial 1: mycola/Wavebreakmedia/iStock.com; Thaut Images/Fotolia (Montage: Markenritter GmbH)/LINDA AG

Bildmaterial 2:



Bildunterschrift 2: „In den LINDA Apotheken vor Ort erwartet Kunden ein professioneller Marketingauftritt rund um das Aktionsthema ‚Körperwohl!‘.“

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.