

Vom Freiverkauf zum Ausverkauf: Der Kater-Weg-Zauber

Wie entstehen Trends und Hypes wie der Hype um Elotrans?

Frank Weißenfeldt

Senior Business Development Manager, INSIGHT Health GmbH

Peter Schäfer

Medical Solutions Manager, intermedix Deutschland GmbH

INSIGHTHEALTH

intermedix

HANDOUT

Die Entstehung von Trends und Hypes und deren Bedeutung für die Marketingstrategie

Was ist ein Trend?

Er ergibt sich, wenn **eine bestimmte Masse** von Unternehmen, Personen oder Meinungsführern (relativ zu ihrer jeweiligen Gesamtzahl) **einer bestimmten Verhaltensweise oder Entwicklung** unterliegt.

Ein Beispiel ist das „sharen“. Wir „sharen“ Inhalte, Autos, Wohnungen oder Boote.

- TREND REPORT -

Was ist ein Hype?

Eine Welle oberflächlicher Begeisterung oder Rummel.

- NETZWELT -

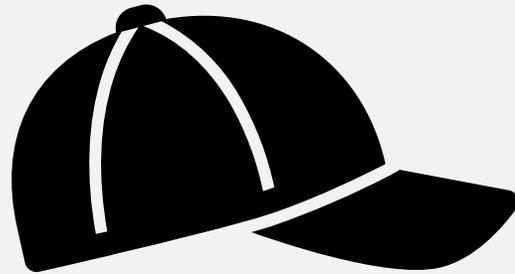
Allgemeine Fragen:

- Wie erkenne ich Trends möglichst schnell?
- Wie entwickeln sie sich?
- Wie lässt sich die Länge beeinflussen?
- Welche Einflussfaktoren gibt es?

Marketingstrategische Fragen:

- Welche Bedeutung haben Trends und Hypes für meine Marketingstrategie?
- Wie nutze ich Trends?
- Wo allokkieren wir unsere Werbespendings?
- Wie digital müssen wir sein?
- Welche Rolle spielen Influencer bzw. Prominente und Testimonials?

Am Anfang steht oft ein Prominenter! Beispielsweise ein Youtuber ...

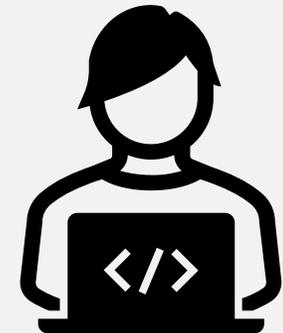
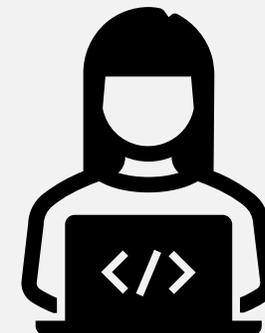
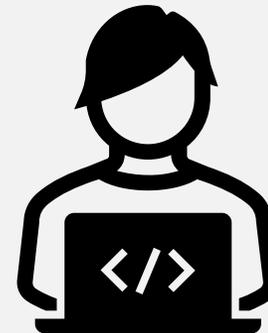
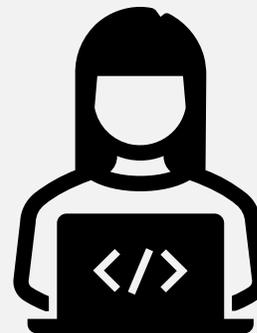


MontanaBlack

... und weitere Influencer ...

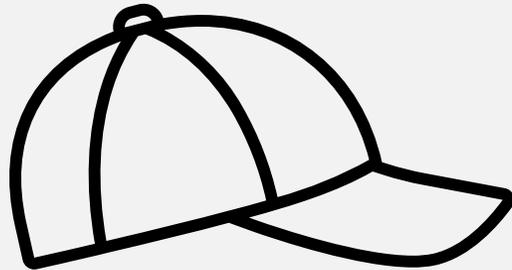
GÖNRGY-HYPE

sowie immer auch Social Media ...



Quellen: [Deutschlands größter Streamer MontanaBlack launcht eigenen Energy-Drink: GÖNRGY - about-drinks.com](#)
[Habe Gönrgy probiert, dass ich jetzt auch endlich ein richtiger Influencer bin | Instagram](#) und INSIGHT Health

... oder ein Rapper wie Capital Bra und dessen 2-jähriger Hype um BraTee



Capital Bra

BraTee-HYPE

Die Evolution von Capital Bra's Produkten im Supermarkt

Abgeflacht ist auch der Hype um den Bratee. Das ebenfalls millionenfach verkaufte Getränk leidet besonders unter dem nachlassenden Interesse an Eistees von Influencern und Musikern. Bratee, unter den Promi-Eistees nach Absatz und Umsatz immer noch der stärkste Vertreter, verzeichnet laut der Lebensmittel Zeitung vorliegenden Nielsen-Daten ein Umsatzminus von rund 70 Prozent in dem übervollen Markt an Influencer- und Rapper-Getränken, in dem sich vor allem noch Dirtea und 4Bro gut halten, steht denn auch eine Marktberreinigung an. Allein die UniBev GmbH, einem deutschen Getränkeunternehmen, das von niemand anderem als Capital Bra und Erwin Dietz gegründet wurde, stehen unter anderem noch Lombi Cola und VitaVate im Portfolio.

Wie sich in dieser Gemengelage der Hype und den jüngsten Coup von Montana Black da halten wird – unklar. ... Lebensmittel Zeitung, 12. Juli 2023

Lebensmittel Zeitung - Getränke: Hype um Influencer-Eistee ebbt ab 27. März 2023

BigFM - Capital Bras „BraTee ist die beste Neueinführung aller ... 23. Februar 2021

sowie immer auch Social Media ...

Quellen: [Von Bratee zu Sneaker-Cleanern: Capital Bra: Die Supermarkt-Hitmaschine läuft weiter \(Izdirekt.de\)](#) [Endlich gibt es die BraTee Limo auch bei @edeka](#) 🍷 ✨ [Taggt die Bratans & Bratinas, die genauso reagieren werden!](#) 🤪 | [Instagram BraTee \(@bratee_official\)](#) Official | [TikTok](#) TikTok bratee_official, Instagram bratee_official, bigFM (23.02.2021) sowie Lebensmittel Zeitung (27.03.2023) und INSIGHT Health

ELOTRANS - vom Durchfall-Mittel ...

› Durchfall-Mittel ELOTRANS benötigte keine prominente Unterstützung

ELOTRANS

ELOTRANS Pulver zur Herstellung einer Lösung zum Einnehmen

Gute Gründe für Elotrans Pulver zur Herstellung einer Lösung zum Einnehmen

- Für Kinder und Erwachsene
- Gleichen Wasser- und Elektrolyseverluste aus
- Verkürzen die Durchfalldauer
- Verbessern rasch das Allgemeinbefinden

Launch:
01.11.1984

ELOTRANS *reload*

ELOTRANS reload

Zur Unterstützung nach dem Sport oder bei Erschöpfung

- Elotrans reload trägt zum Ausgleich des Wasser- und Elektrolythaushalts bei
- Vegan, gluten- und laktosefrei, frei von Konservierungsstoffen
- Fruchtiger Orangen-Geschmack
- Trinkpulver zur Zubereitung isotonischer Getränke
- Enthält Kalium, Chlorid, Magnesium, Natrium, Cholin und Glucose, mit Vitamin B2 und B5

Launch
01.05.2023

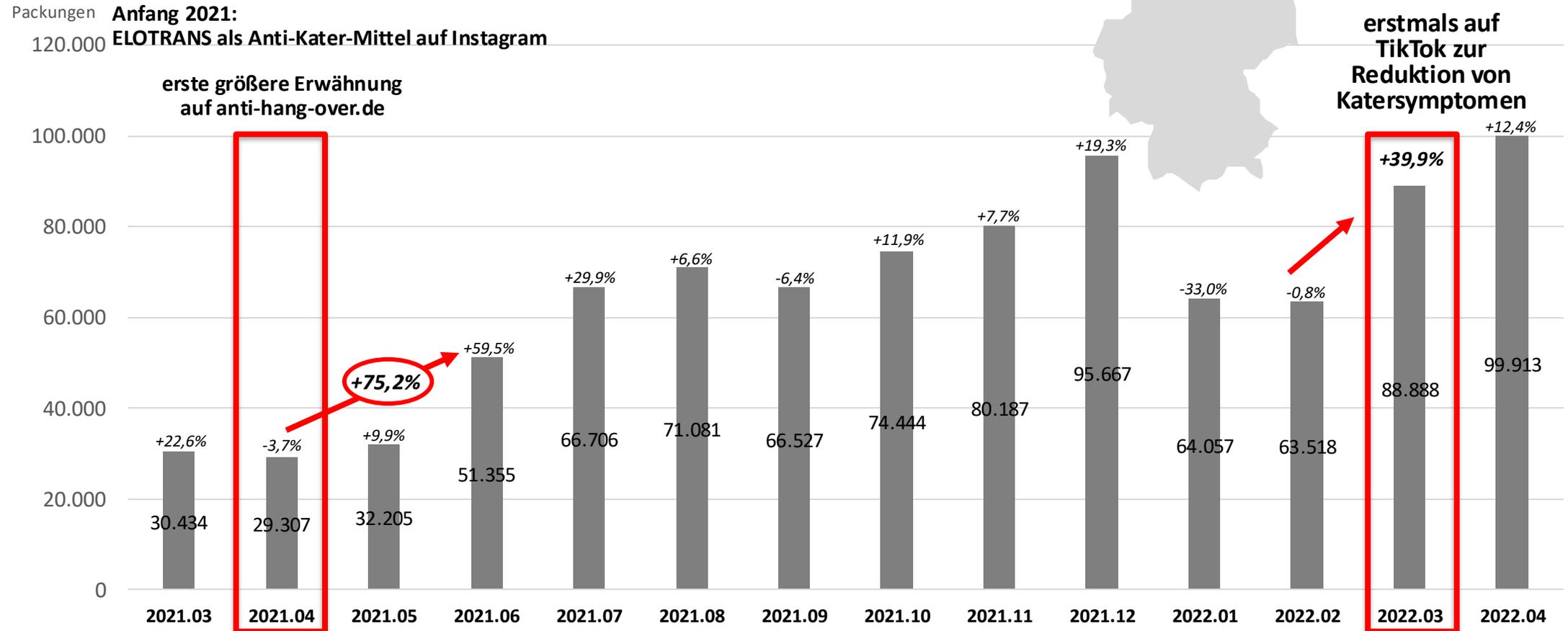
... zum Hype um das „beste Anti-Kater-Mittel“ der Welt

Seit Anfang 2021 ist Elotrans als Anti-Kater-Mittel auf Social-Media (u. a. Instagram und LinkedIn) ein Thema. Der Instagram-Account von Elotrans hat rund 12.500 Followerinnen und Followern. Dort sind beispielsweise Bilder einer Party zu sehen, auf der die Feiernden nach Elotrans-Packungen greifen. Oft sind diese Beiträge mit scherzhaften Kommentaren zu starkem Alkoholkonsum und Partynächten versehen.

Quellen: [Wundermittel gegen Kater? Das steckt hinter dem Hype um Elotrans | BR24](#) sowie INSIGHT Health

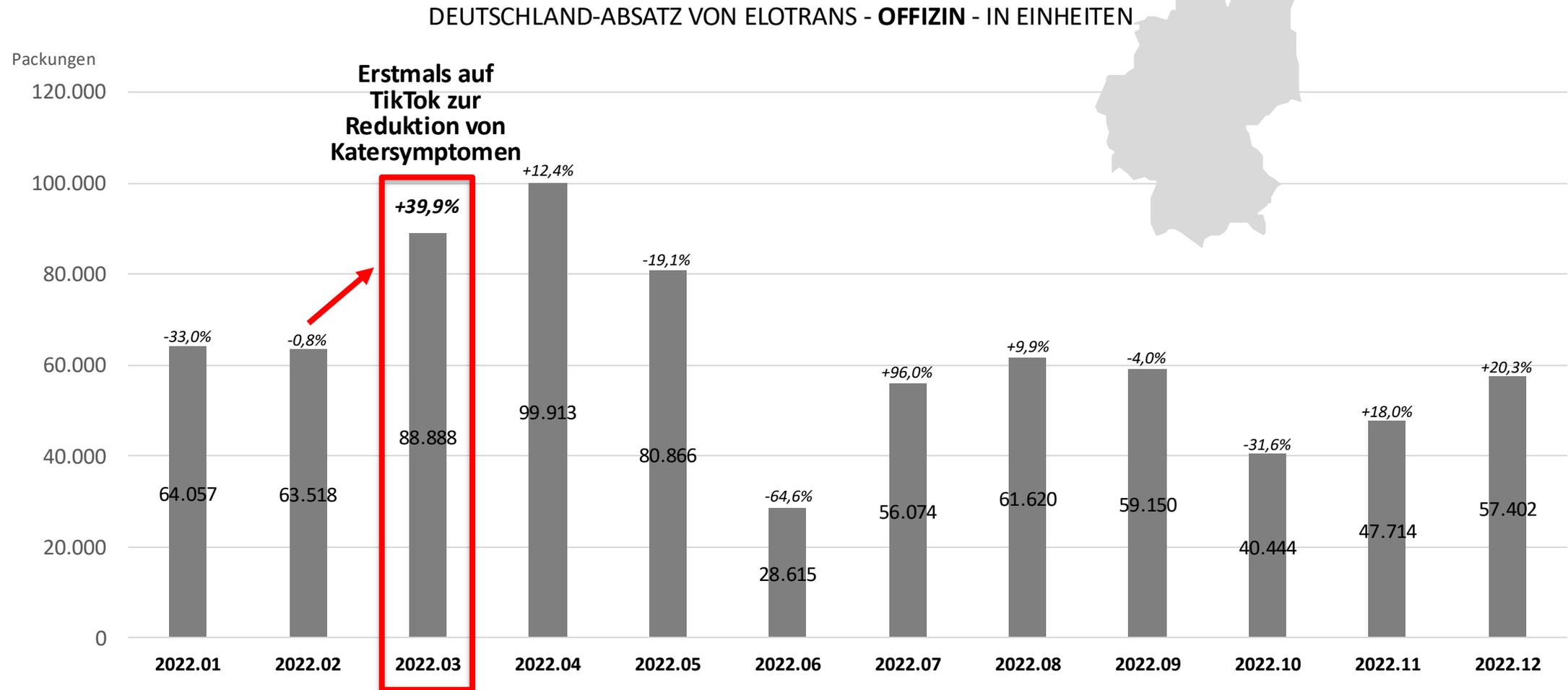
Der Absatz von ELOTRANS geht steil nach oben ...

DEUTSCHLAND-ABSATZ VON ELOTRANS - OFFIZIN - IN EINHEITEN



Quelle: APO-Monitor (INSIGHT Health) - Apothekenabverkauf der Offizin

Während der zweiten Jahreshälfte ebte der Hype ab ...



Quelle: APO-Monitor (INSIGHT Health) - Apothekenabverkauf der Offizin

Mit ELOTRANS RELOAD werden Sportler und Fußballfans adressiert - aber auch die Partyszene ...

ELOTRANS *reload*

Launch
01.05.2023

ELOTRANS reload

Zur Unterstützung nach dem Sport oder bei Erschöpfung

- Elotrans reload trägt zum Ausgleich des Wasser- und Elektrolythaushalts bei
- Vegan, gluten- und laktosefrei, frei von Konservierungsstoffen
- Fruchtiger Orangen-Geschmack
- Trinkpulver zur Zubereitung isotonischer Getränke
- Enthält Kalium, Chlorid, Magnesium, Natrium, Cholin und Glucose, mit Vitamin B2 und B5

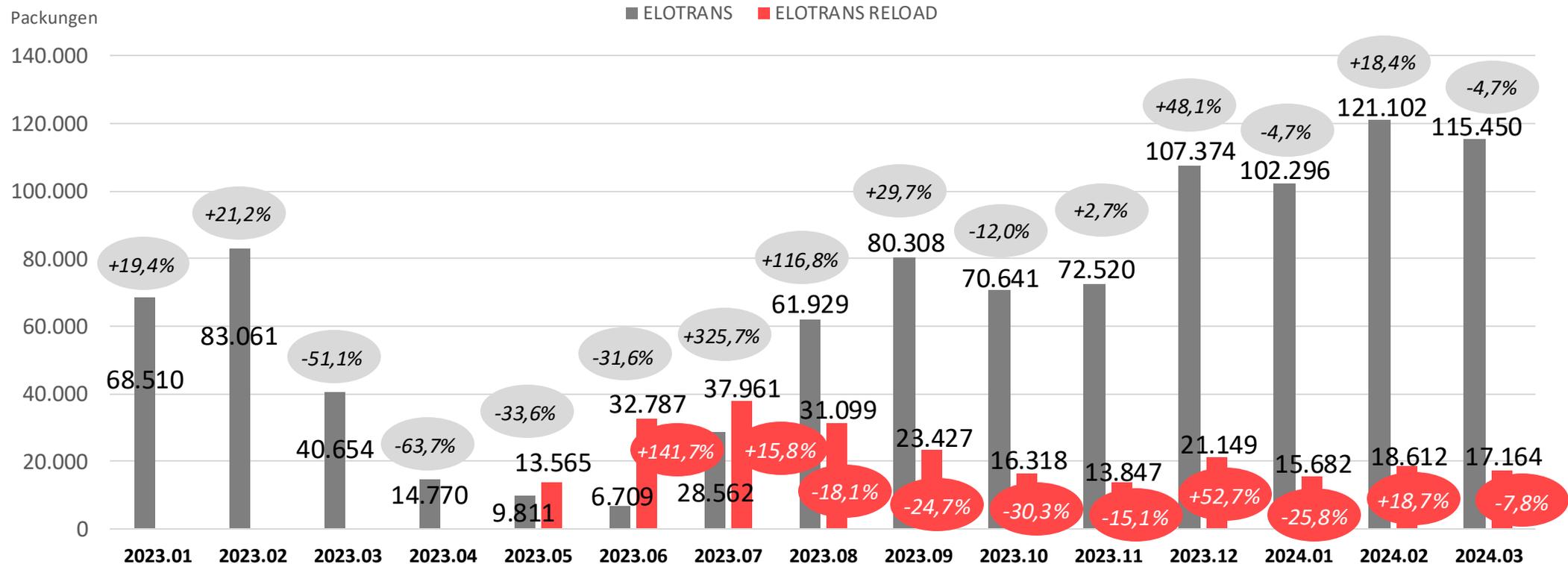
Quellen: Launch-Kampagne: Kater adé mit Elotrans reload (horizont.at) und

Eintracht  Elotrans Reload: Das Bad Vilbeler Unternehmen STADA wird mit Elektrolyteprodukt Elotrans reload neuer Partner der Männer... | Instagram sowie INSIGHT Health

ELOTRANS RELOAD ging bisher aber nicht „durch die Decke“...

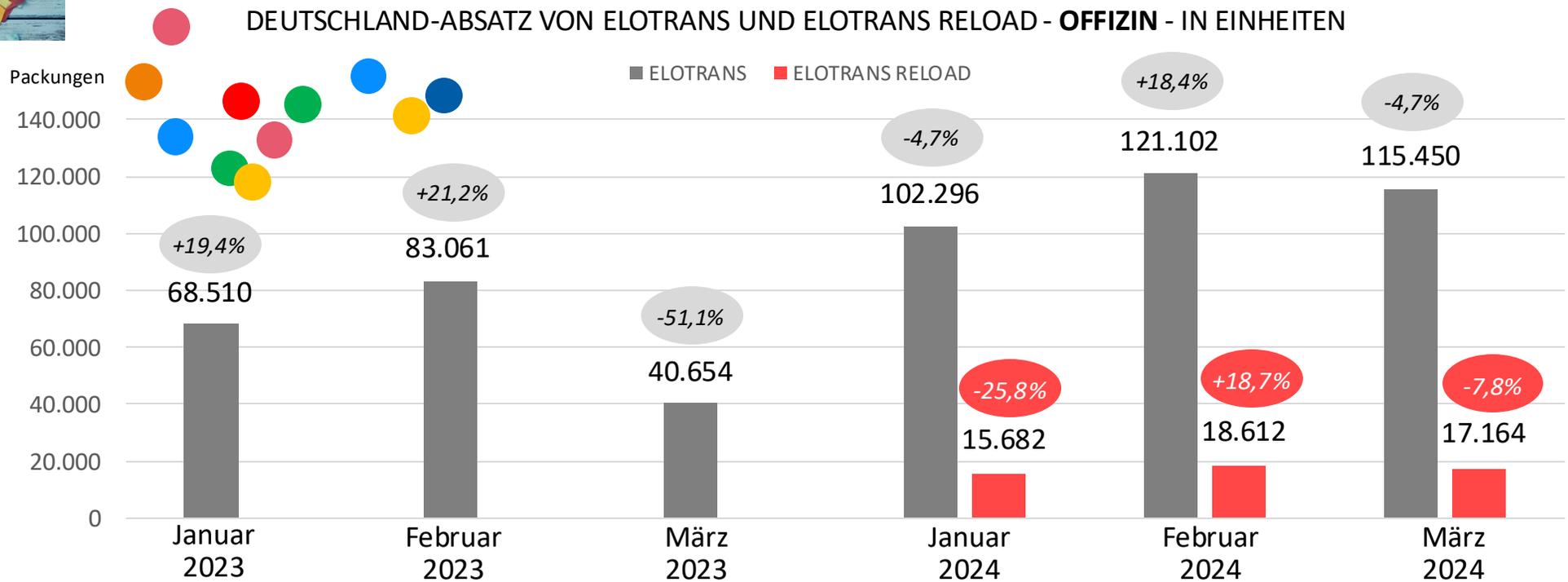
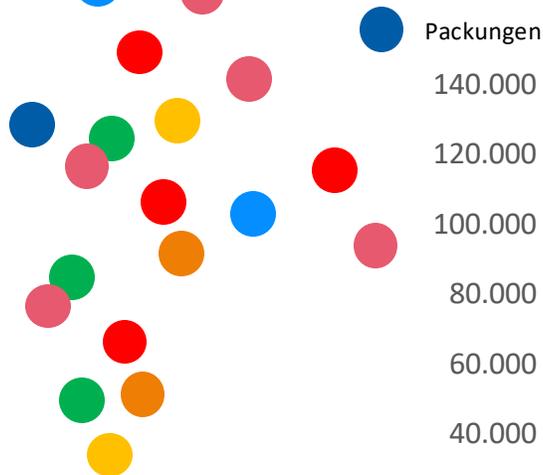
Launch
01.05.2023

DEUTSCHLAND-ABSATZ VON ELOTRANS UND ELOTRANS RELOAD - OFFIZIN - IN EINHEITEN



Quelle: APO-Monitor (INSIGHT Health) – Apothekenabverkauf der Offizin

Während der fünften Jahreszeit steigt der Absatz von ELOTRANS und ELOTRANS RELOAD



Quellen: MS Power Point | Bilder | Karneval sowie APO-Monitor (INSIGHT Health) – Apothekenabverkauf der Offizin

Ähnlich wie bei BraTee oder GÖNRGY bildet sich eine Fanbase rund um ELOTRANS

FAN-MARKETING

Der Hype ist echt: Wie Fans ihre Lieblingsmarken zum Kult machen

von HORIZONT Content Studio
Montag, 11. Dezember 2023

Vom Kunden zum Freund: Marken-Fans verhelfen ihren Lieblingsunternehmen zum Erfolg. Denn überzeugte und enthusiastische Anhänger einer Marke sind glaubwürdige Multiplikatoren. Das geht aus einer kürzlich veröffentlichten Studie von Amazon Ads und Twitch Ads hervor. Hier finden Marketer alles, was sie wissen müssen, um aus Kunden leidenschaftliche Markenbefürworter zu machen.

...

Quellen: [Fan-Marketing: Der Hype ist echt: Wie Fans ihre Lieblingsmarken zum Kult machen](#) - HORIZONT

[Das Fan-Prinzip: Wie Sie aus Kunden wirklich Fans machen und wie Sie davon profitieren](#) von Roman Becker ([medimops.de](#))

[Kundenliebe: Von der Kraft der Weiterempfehlung durch zufriedene Kunden](#) - Ferri Abolhassan (Hg.) - [Amazon.de](#): Bücher sowie INSIGHT Health



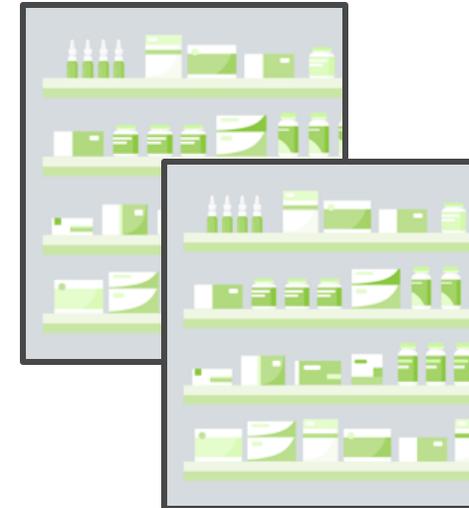
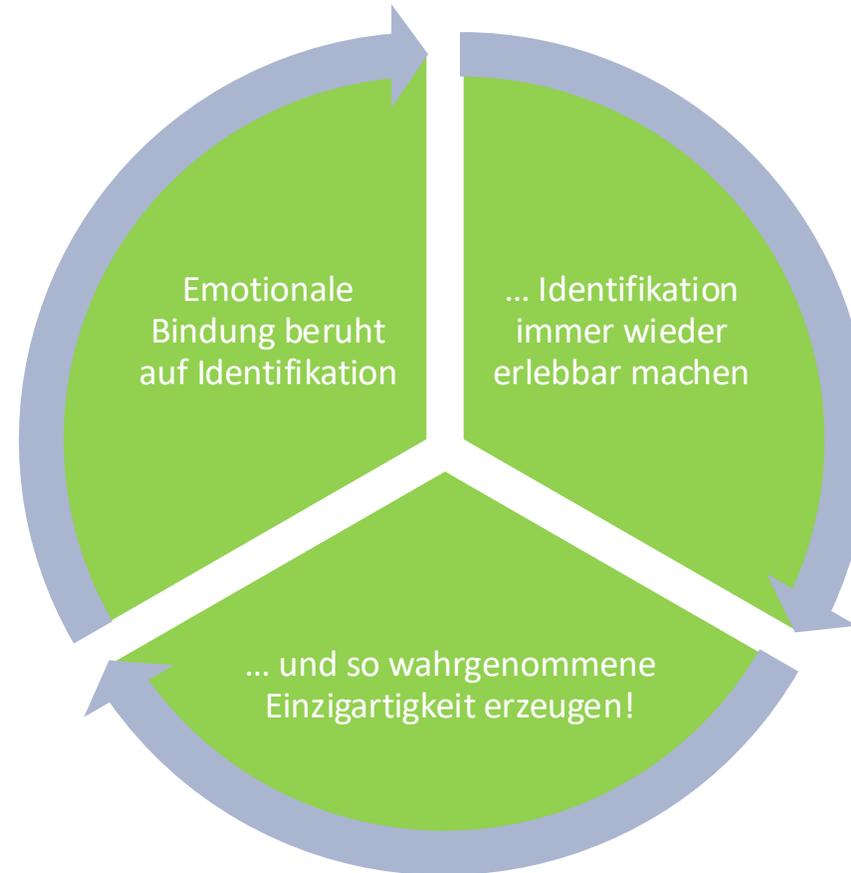
Fans entwickeln Trends und Hypes und machen Marken zum Kult

› Marken-Fans verhelfen ihren Lieblingsunternehmen zum Erfolg und fungieren als glaubwürdige Multiplikatoren

Kult und Begeisterung beruht auf Identifikation!

Quellen: INSIGHT Health | Solvena | Becker | „Vom Fan-Prinzip profitieren und die Zeitenwende gestalten“ | 15. BVDK-Kooperationsgipfel im Pharmamarkt | 3./4. Mai 2023 in München | Fanomics | 2HMForum - Für beste Beziehungen sowie [Fan-Marketing: Der Hype ist echt: Wie Fans ihre Lieblingsmarken zum Kult machen - HORIZONT](#)

Der Fan als dauerhafter Kunde ...



Quellen: INSIGHT Health | Solvena | Becker | „Vom Fan-Prinzip profitieren und die Zeitenwende gestalten“
| 15. BVDK-Kooperationsgipfel im Pharmamarkt | 3./4. Mai 2023 in München | Fanomics | ZHMForum – Für beste Beziehungen

Die Zukunft der Apotheke ist digital und lokal

„Welche **Vorbereitungen** hat Ihr Unternehmen vor kurzem getroffen oder sind **in naher Zukunft geplant**, um sich auf die **veränderten Strukturen des Marktes** einzustellen?“



Quelle: SEMPORA Apothekenmarktstudie 2023 | Seite 18 Basis: 60 Hersteller

- › Kontinuierlich steigt die Bedeutung von **Social Media**
- › Switch to **Digital Marketing**
- › **Kundenzufriedenheit** reicht nicht
- › Von der Kundschaft zur **Fanbase**
- › Die Apotheke als **Local Hero**

Unterstützen Sie Apothekerinnen und Apotheker bei der **Digitalisierung** und **beim Marketing am POS**.

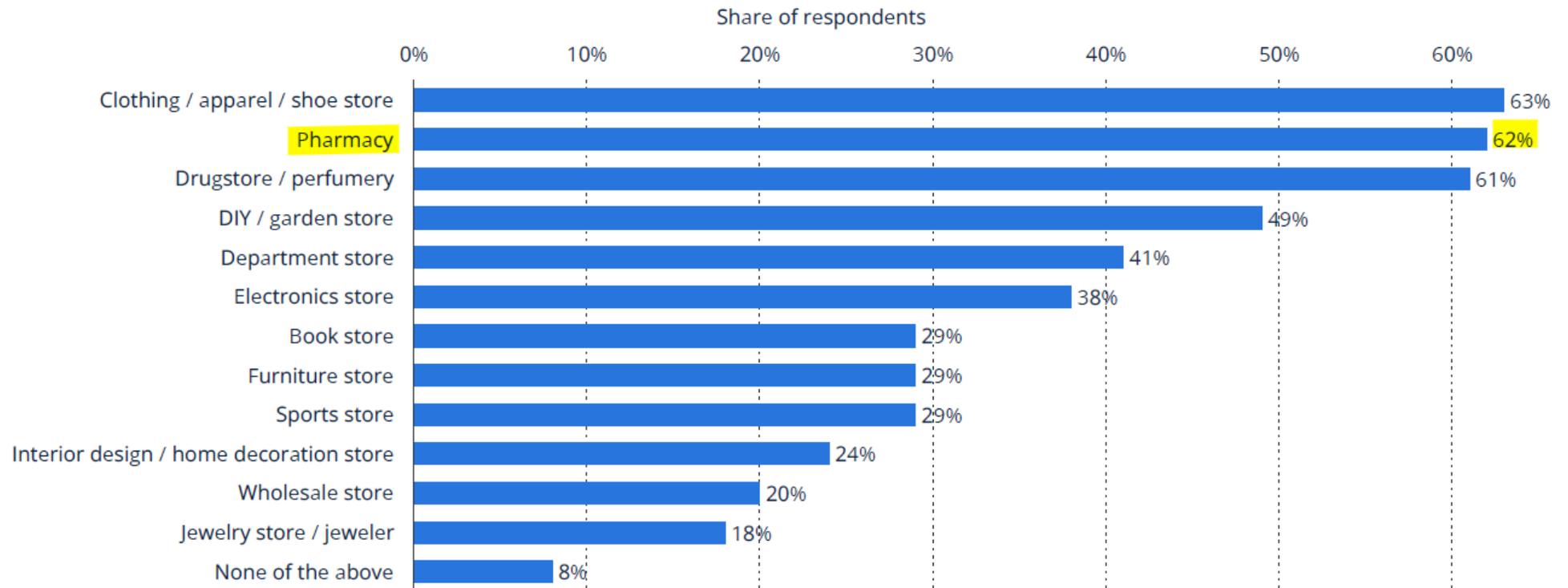
Die Apotheke als lokale Marke! Unterstützen Sie Ihre Kundinnen und Kunden

... be a
LOCAL HERO



Die Apotheke ist der zentrale Ort für die Kaufentscheidung der Kunden

Meiste Offline-Verkäufe in Deutschland 2023



Description: "Clothing / apparel / shoe store" and "Pharmacy" are the top two answers among German consumers in our survey on the subject of "Most common offline purchases by type". [Read more](#)
Note(s): Germany; January to December 2023; 5984 respondents; 18-64 years
Source(s): Statista Consumer Insights

DIGITALISIERUNG/ digitale VERNETZUNG/KOMMUNIKATION

Apotheker

= 24/7 hochverfügbarer Gesundheitsexperte/Coach

Terminbuchung, Video, mobile Work, OMS,
Communication

Polymedikation



65- BIS 74-JÄHRIGE

Senioren kaufen öfter im Internet

GESUNDHEITZENTRUM APOTHEKE
für Krankheit und Gesundheit
vor Ort, digital, effizient, stylisch,
attraktiv, interaktiv, personalisiert,
übergreifend

VERBRAUCHER KOMFORT
mobile Payment, Communication

DATENNUTZUNG/ GESCHÄFT/ KI

RX-KUNDEN SIND ZEHNMAL ATTRAKTIVER
E-Rezept: DocMorris wittert fette Beute

schneller, flexibler, moderner auf Veränderungen
reagieren = technisch state of the art, agile,
modulare Entwicklung

grenzüberschreitend

Kurz ePA, eRx

LOGISTIK Kosten, Zeit
Backofficeorga

ZENTRIERUNG im Verbund / PLATTFORM-Ökonomie

☆ WETTLAUF MIT DEN VERSENDERN

Gesund.de: Im Mai CardLink für Apotheken



Wir empfehlen...

Allergie

Haut & Haar

Aus der Natur

Naturh...

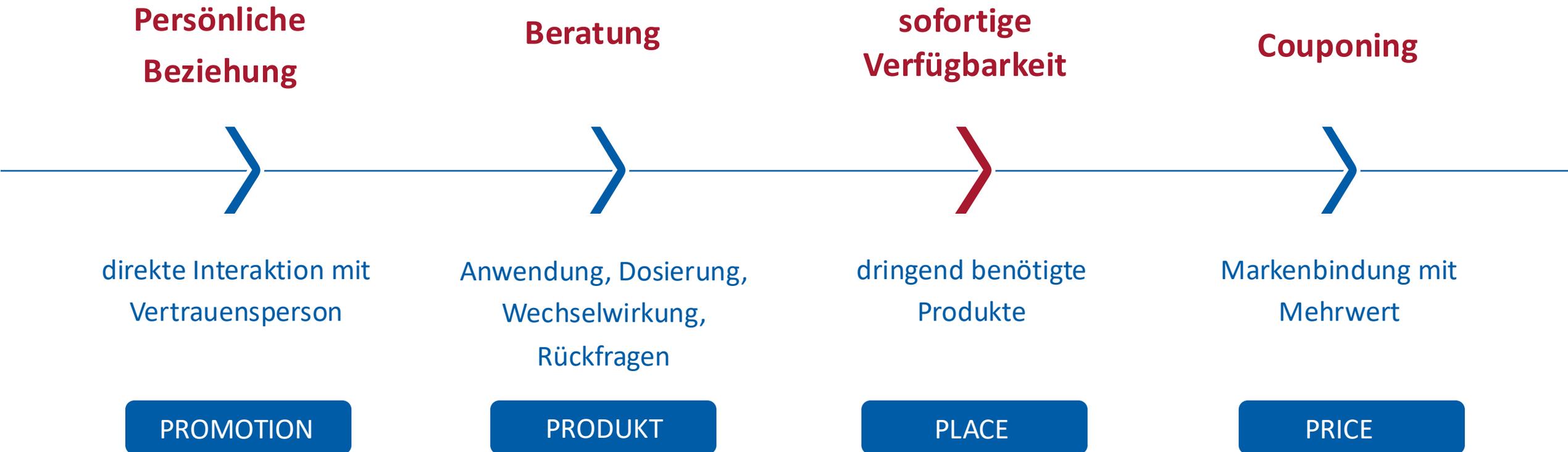
AI

WICK

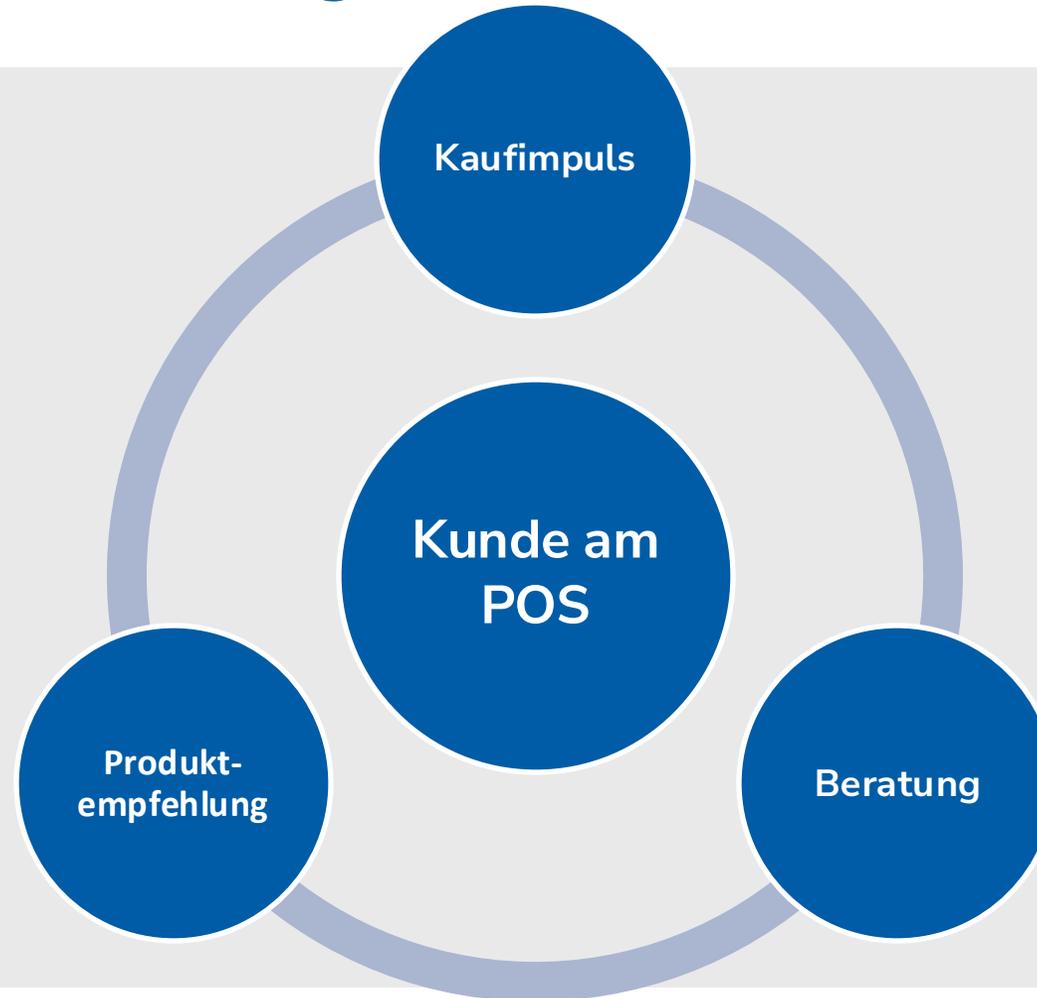
VapoRub

Essigölzsaibe

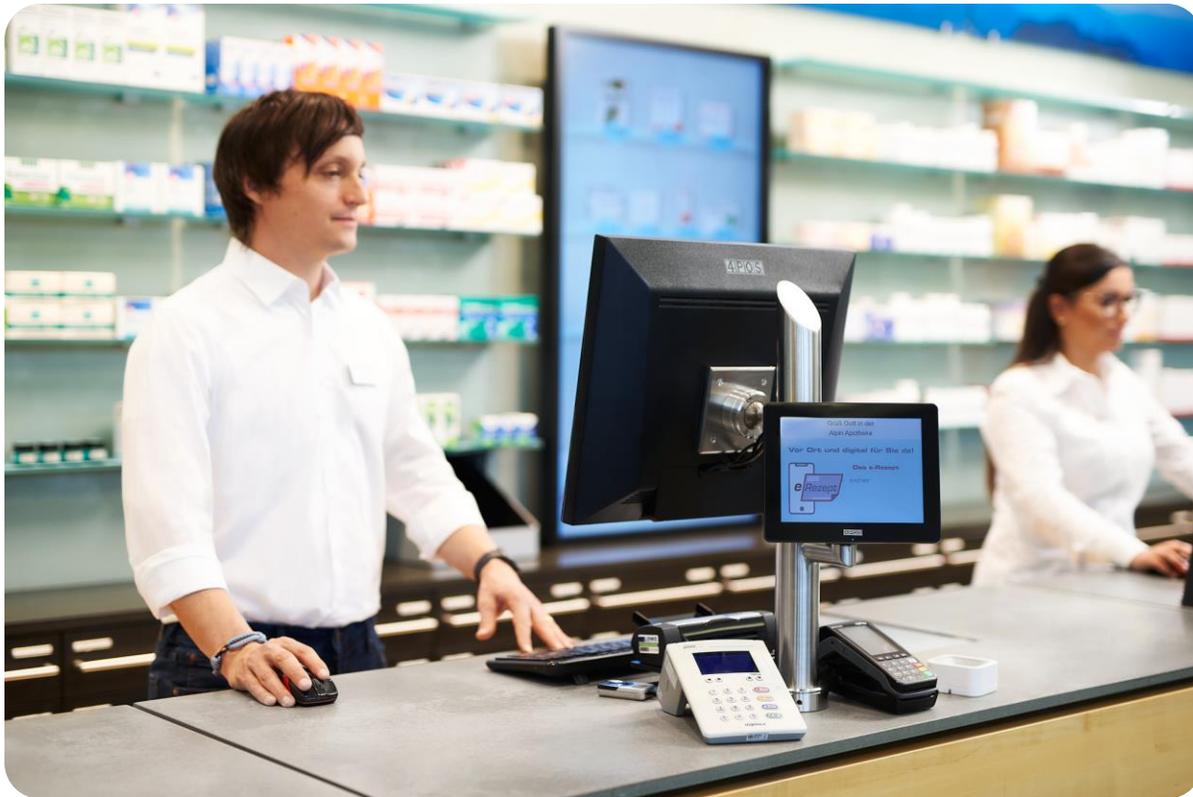
Warum ist der POS in der vor-Ort Apotheke ideal für das Verkaufserlebnis? Oder warum wird auch in Zukunft mehr vor Ort gekauft und nicht im Internet?



Erfolgreiches POS Marketing



Lösung:



TV-Spot + Cross Selling + eCouponing

- › TV-Spot am HV zur Verlängerung der TV-Werbung + Generierung von Impulskäufen
- › Cross Selling im passenden Kontext
- › eCouponing seit Ende 2023 im deutschen Apothekenmarkt nahezu vollständig verfügbar



**starke Kundenbindung
vor Ort**

Apotheken-TV

Bis zu 7.000 TV-Apotheken *

- › Sendeschleifendauer: 5 Minuten
- › Gesponsorte Spots pro Schleife: maximal 8
- › Spotlänge: ca. 20 Sekunden
- › Häufigkeit: mind. 12x pro Stunde

Bis zu 1.496.000 erreichte Kunden / Tag

rund 35.904.000 Millionen Kundenkontakte/ Monat



Zum Video 

„Marketing-Kanal“ Display

- › auf Einzelapotheken oder Apothekengruppen abgestimmter Content
- › Flexible Konfiguration mit integrierter Sichtwahl
- › Mixed-Mode: Kombination aus Hersteller- und Apothekenspezifischen Inhalt
- › Screens im Schaufenster, über der Sichtwahl, im Bereich der Freiwahl, am HV-Tisch



Cross-Selling – Zusatzempfehlungen werden in fast jeder 2. Apotheke nicht regelmäßig angewendet → mehr Support erwünscht

Wenden Sie Cross-Selling in der Apotheke aktiv zur Umsatzsteigerung und Kundenbindung an?

„Nein, wir halten das für überflüssig.“

11,1 %

„Noch nicht regelmäßig, wir würden es aber gerne intensivieren, wünschen uns dazu aber Unterstützung.“

45,9 %

„Ja, regelmäßig, aber mit mittelmäßigem Erfolg.“

28,4 %

„Ja, regelmäßig und erfolgreich.“

14,7 %

Laufzeit: 28.08.2023 – 03.09.2023 | 1112 Teilnehmer | © 2023 DAP Networks GmbH

Cross-Selling

Vorgang erfassen
Nr. 87911 / 1 Packung

A BAR

S	ai	Anz	FM	LB	Artikelname
		1		++	NASENSPR Verfall: 15.06

[neue Zeile]

Produkt-Hinweis

hysan® Pflegespray

URSAPHARM Arzneimittel GmbH
hysan® Pflegespray
PZN 13946948

hysan® Besser für Ihre Nase

URSAPHARM Arzneimittel GmbH

hysan® Pflegespray - Gereizte, wunde Nase? Die schnelle Hilfe mit hochwertiger Hyaluronsäure und Dexpanthenol.

Bitte weisen Sie Ihre Kunden auf folgendes hin:

- Befeuchtet, pflegt und unterstützt die Regeneration der Nasenschleimhaut
- Erhöht die Widerstandskraft der Nasenschleimhaut
- Ohne Konservierungsmittel für optimale Verträglichkeit
- 6 Monate nach Anbruch haltbar dank innovativem 3K-System
- Auch für die Anwendung nach der nasalen Covid-Testung

Das heilungsfördernde und pflegende Nasenspray ist

- ohne Altersbeschränkung anwendbar
- auch für Schwangere und Stillende geeignet
- über einen längeren Zeitraum anwendbar

Beratungstext für Kundinnen und Kunden (Kundendisplay)

hysan® Pflegespray in Kasse übernehmen

Startseite | Folgesseite | Factsheet Kons.Mittelfreiheit | Produktübersicht | HNO-Folder | Patienteninformation | Übersicht

4,75 €

Convenience

4,75 €

Infobereich >

4,75 € Patient Safety Check

Zu zahlen 4,75

Mail & Sale

Vorgang verbuchen
Es gibt 3 offene Tilgungen

Benachrichtigung

62 Infos vorhanden
Im Startcenter ansehen

Drucken >

Nachträglicher Bondruck

Bestellzeile suchen

Verfügbarkeit abfragen

4,75 €

Schließen

Kunde schnell | Krankenkasse | Substitution | Beratungs-Assistent | Arzneiform-Charakteristik | Zum Gegensecan markieren | Kompletten Vorgang bestätigen

Ende 2023 ist Couponing im deutschen Apothekenmarkt nahezu vollständig digital

APOTHEKENCOUPONS der Werbewirkungsturbo



Während klassische Werbung primär folgende Marketingziele erzielt....

1. Bekanntheit und Aufmerksamkeit
2. Imagebildung und Markenpositionierung
3. Informationsvermittlung
4. Kundenakquise und Absatzsteigerung
5. Kundenbindung und Wiederholungskäufe



...hat Couponing eine positive Werbewirkung,
da es Kunden motiviert, ein bestimmtes Produkt zu kaufen.

1. Steigert die Aufmerksamkeit
2. Steigert Bekanntheit
3. Steigert messbar den Absatz
4. Steigert messbar die Distribution
5. Steigert Kundenbindung und Wiederholungskäufe

Erfolgsmessung mit Insight Health

Apotheken-TV

Cross-Selling

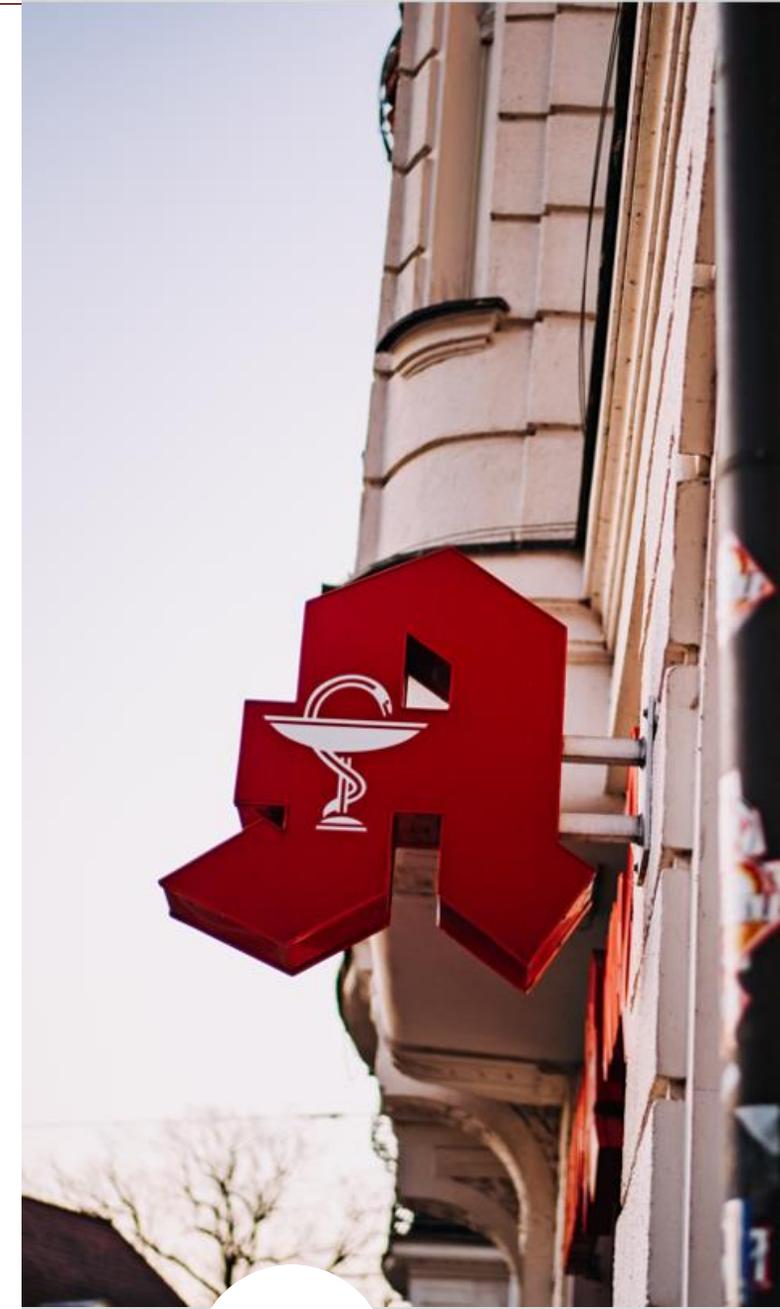
Couponing

PHARMACY PANEL MIT ÜBER 7.000 APOTHEKEN

DATEN FÜR DEN ZIELGERICHTETEN APOTHEKENVERTRIEB

- apothekenspezifische Merkmale
- lokale Merkmale
- soziodemografische Merkmale
- Rx-Daten
- OTC-Daten
- Paneldaten
- Umsatzgrößenklassen
- Kundenbewertungen

- A-B Testing Campaign-Apotheken vs. NON-Campaign-Apotheken
- Longitudinale Analyse
- Verkaufende Distribution (abverk. Apotheken vs. Gesamt-Panel)



Kommunikation im entscheidenden Moment – Kundendialog

Helpen Sie dem Apothekenpersonal die richtige Entscheidung zu treffen.



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

Peter Schäfer

Medical Solutions Manager
intermedix Deutschland GmbH

+49 89 89 744 540 /Peter.Schaefer@intermedix.de

Frank Weißenfeldt

Senior Business Development Manager
INSIGHT Health GmbH

+49 151 29281 866 /fweissenfeldt@insight-health.de