

Wissen, was läuft ...

In unserer Rubrik erfahren Sie, wie deutsche Unternehmen ihre Produkte am Markt kommunizieren. Die Bedeutung und Entwicklung des Marketing erläutert in diesem Monat Olaf Hirsch, Geschäftsführer der Firma **Siemens & CO.**

VITA

Olaf Hirsch studierte von 1990 bis 1995 Betriebswirtschaftslehre an der Universität Mannheim. Ein frühes Steckenpferd dabei: Aspekte des Pharmamarketings. Von 1995 an war er im In- und Ausland für die Hexal AG tätig, bis er im Jahr 2000 zum Unternehmen Siemens & CO wechselte. Zunächst verantwortlich für den Bereich Marketing & Vertrieb, vertritt er das Unternehmen, welches sich seit 1997 im Besitz der Pharmainvestoren Thomas und Andreas Strüngmann befindet, seit 2005 als Geschäftsführer. Für ihn immer im Mittelpunkt: Der Service für die Apotheke – zum Beispiel in Form der Betreuung durch einen eigenen Außendienst.



© Siemens & Co.

► **Neben dem pharmazeutischen Fachpersonal in der Apotheke sprechen Sie im Rahmen Ihres Marketingmix auch den Endverbraucher an. Welche Kommunikationskanäle nutzen Sie hierfür?**

Tatsächlich gehen wir hier ganz unterschiedliche Wege – je nachdem, um welches Bedürfnis es auf Seiten unserer Kunden geht. Alle Emser-Produkte haben etwas gemeinsam: Sie basieren auf dem Wirkstoff Natürliches Emser Salz. Und trotzdem unterscheiden sie sich teilweise deutlich in Bezug auf ihre Einsatzgebiete in der Atemwegstherapie. Deshalb liegt es nahe, auch in der Kommunikation ganz verschiedene Wege zu gehen, um die Patienten optimal abzuholen: Von der klassischen Anzeigenstrecke in bekannten Frauenzeitschriften und Mutter- und Kind-

Titeln, über Online-Aktivitäten bis zum TV ist alles dabei!

► **Favorisieren Sie für ausgewählte Produkte Ihres Unternehmens bestimmte Medien?**

Auf jeden Fall! Am liebsten wäre es uns, jeden Kunden persönlich zu überzeugen. Deshalb arbeiten wir zum Beispiel immer wieder gerne mit Samplingaktionen. Der Vorteil: Die Kunden können die Produktmuster sofort ausprobieren. Die Emser Pastillen® zum Beispiel bei der Chorprobe – oder die Emser Nasensalbe sensitiv® auf der Geschäftsreise an Bord des klimatisierten Flugzeuges. Seit Herbst dieses Jahres präsentiert sich Emser auch im TV – diesen Schritt sind wir ganz bewusst gegangen. Mit diesem TV-Spot über Emser Salz® wollen wir erreichen, dass der Verbraucher nicht mehr

denkt „Salz ist gleich Salz“. Natürliches Emser Salz ist ein Wirkstoff – und seine Wirkungen haben wir mithilfe einer Animation in unserem TV-Spot veranschaulicht. Ein klarer Vorteil des Mediums TV!

► **Wie bringen Sie das Apothekenpersonal bezüglich Ihrer Produktkampagnen auf den aktuellen Stand?**

Hier spielt unser Außendienst die zentrale Rolle: Seit über drei Jahren betreuen wir, zusammen mit unserem Schwesterunternehmen Sidroga, alle Apotheken in Deutschland persönlich über unseren eigenen Außendienst und unser Apothekenserviceteam. Rechtzeitig vor Kampagnenstart informieren die Außendienstkollegen in der Apotheke über die geplanten Schwerpunkte. Zum Start der TV-Kampagne im Herbst

haben wir so zum Beispiel auch ein spezielles Warenpaket für die Bevorratung geschnürt, mit dem die Apotheken ihre Platzierung optimieren können und ideal auf die Nachfragepeaks vorbereitet sind. Denn eines steht fest: Alle unsere Marketingaktivitäten gehen am Ziel vorbei, wenn sie nicht immer auch die konkreten

keine Rolle. Unser Credo dabei ist: Informationen im Internet müssen einen Nutzen bieten. Ansonsten sind sie schnell nervig und produzieren eine Abwehrhaltung. Deshalb überlegen wir sehr genau, zu welchen Punkten wir im Internet aktiv werden. Im Herbst 2011 haben wir unseren Internetauftritt **www.emser.de**

► Welche Produkte forcieren Sie zurzeit im Markt?

Im Mittelpunkt stehen für uns ganz klar die Arzneimittel. Wie gesagt: Natürliches Emser Salz ist keine Natriumchloridverbindung, sondern ein Mineralstoffkomplex, der aus einem Heilwasser gewonnen wird. Aufgrund seiner Wirkungen verfü-

UNTERNEHMEN

1858 pressten ein Kurarzt, ein Apotheker und ein Hausverwalter der Bad Emser Kurbetriebe die ersten Emser Pastillen, 100 Jahre später übernahmen die Erben des Industriellen Friedrich Siemens die Produktion. Das war die Geburtsstunde der Firma Siemens & CO. Heute fertigt das Unternehmen mithilfe neuester Verfahren hochwertige Arzneimittel und Medizinprodukte für die Atemwegstherapie.

ZITAT

»Wir wollen erreichen, dass der Verbraucher nicht mehr denkt, Salz ist gleich Salz.«

TV-SPOT

ANZEIGE

Making of

Code mit Smartphone scannen und Video ansehen!



Oder surfen Sie online zu www.pta-aktuell.de und geben Sie auf der Startseite den Webcode ein!



WEBCODE: C1071

Bedürfnisse des Abverkaufsortes Apotheke berücksichtigen. Und da geht es bei weitem nicht nur um Konditionen, sondern darum, die Apothekenteams in allen Belangen aktiv zu unterstützen.

Regelmäßige Mailings und die telefonische Betreuung runden die Informationsabläufe ab. Und ein besonderer Termin ist für uns natürlich die Expopharm, an der wir auch vertreten sind. Auf dem Messestand erwachen die Themen rund um die Emser- und Sidroga-Produkte so richtig zum Leben, können optisch, haptisch und sensorisch ausprobiert werden.

► Ein Blick in die Zukunft: Welchen Stellenwert hat die Online-Kommunikation heute und morgen für Ihr Unternehmen?

Ich denke, heute kann niemand mehr sagen, Online-Kommunikation spiele

komplett überarbeitet. Das ist eine richtige Informationsplattform für Verbraucher und darüber hinaus auch ein Servicetool für Apotheken und Ärzte geworden. Oder nehmen wir das Thema „Nasenspülungen bei Kindern“: Hier besteht ein besonderer Informationsbedarf und gerade junge Eltern recherchieren zu Gesundheitsfragen ja primär im Internet. Deshalb haben wir zu diesem Thema unter **www.kindernasendusche.de** sogar eine eigene Homepage entwickelt. Diese Portale verstärken wir durch Informationen an unserem Langzeitdisplay. Dort platzieren wir Informationen mit integriertem QR-Code, sodass man sich mithilfe eines Smartphones schon direkt in der Apotheke einen Anwendungsfilm oder auch die Wirkanimation zum Emser Salz® anschauen kann.

gen wir über voll zugelassene Arzneimittel in Deutschland – Emser Salz®, Emser Nasenspray® und Emser Nasentropfen® gehören dazu. In Zeiten, in denen sich der Markt für saline Produkte in die Drogeriemärkte und in den Discounter verabschiedet, bietet Emser eine perfekte Möglichkeit, sich den Markt für saline Nasalia wieder zurück in die Apotheke zu holen. In unserem TV-Spot zum Emser Salz® zeigen wir den Abverkaufsort Apotheke – ein klares Signal auch für alle Endverbraucher: Wer auf Wirkung und Beratung setzt, ist nur dort an der richtigen Adresse! ■

Das Interview führte
Dr. Petra Kreuter, Redaktion