



---

## Category Management in Apotheken: „Zeit, dass sich was dreht!“

---

Ein Stimmungsbild in deutschen  
Apotheken

---

## Zielsetzung und Methodik der Studie

---

Der Schwerpunkt der unabhängigen, repräsentativen Grundlagenstudie liegt auf der Untersuchung, welche **Bedeutung** Category Management für Apotheken hat und inwieweit Category Management bereits von Apothekern implementiert wird. Ferner wird betrachtet, welche **Unternehmen** Apotheken derzeit unterstützen und in welchem Umfang Category Management zur **Umsetzung** kommt.

Der Fragebogen, der den Interviews zugrunde lag, sollte Antworten u.a. auf folgende Fragen geben:

- *Welche Relevanz haben Category Management Maßnahmen bei Apothekern?*
- *In welchem Ausmaß wird Category Management derzeit durchgeführt?*
- *Mit welchem Unternehmen und mit welchem Erfolg werden zurzeit Category Management Maßnahmen in den Apotheken durchgeführt?*
- *Welche Kriterien entscheiden normalerweise über die Platzierung von Produkten in der Sichtwahl?*
- *Wer entscheidet in der Apotheke über die Platzierung von Produkten in der Offizin?*
- *Mit welchen Unternehmen würden die Inhaber der Apotheken am liebsten im Bereich Category Management zusammenarbeiten?*
- *Wie verbindlich sind vorgegebene Planogramme?*
- *Was würde ein Apotheker für eine Category Management Dienstleistung bezahlen?*
- *Welche Bedeutung hat künftig das Thema Category Management in den Apotheken?*
- **Ergänzend: Aktuelle Fragestellungen von Herstellern und Dienstleistern in einer zusätzlichen ad hoc Befragung**

In der vorliegenden Untersuchung wurden 153 Apothekeninhaber aus ganz Deutschland per Zufallsauswahl befragt. Die Interviews wurden in Form einer Online-Befragung durchgeführt. Die Feldzeit der Befragung war im Oktober 2013.

Um Repräsentativität zu gewährleisten, wurden die teilnehmenden Apotheken nach Gebiet und nach ihrer Größe (Anzahl der Mitarbeiter) quotiert.

## **Weiterführung der Studie aus dem Jahr 2007, 2009 und 2011**

Bereits 2007, 2009 und 2011 wurde von Bonsai eine Grundlagenstudie zu diesem Thema durchgeführt, somit ist es nun möglich, die Ergebnisse durch den Längsschnitt zu vergleichen.

---

*Die Studie richtet sich an Entscheider der Pharmaindustrie, des pharmazeutischen Großhandels und an apothekenaffine Dienstleistungsunternehmen.*

---

Bonsai möchte mit der Weiterführung der Grundlagenstudie im Jahr 2013 dazu beitragen, den aktuellen Apothekenmarkt aus der Perspektive des Apothekeninhabers betrachten und besser verstehen zu können. Außerdem soll die Studie Hinweise, Anregungen und Empfehlungen für bedarfsgerechte Platzierung und Kommunikation von Produkten in der Offizin liefern.

Die Studie richtet sich an Entscheider der Pharmaindustrie, des pharmazeutischen Großhandels und an apothekenaffine Dienstleistungsunternehmen.



## Angaben zur Studie

---



### Der Verfasser der Studie

DR. TIMM HARDER ist Geschäftsführer bei der Bonsai GmbH. Der promovierte Chemiker betätigte sich zuvor als Marketing- und Vertriebsspezialist in der Pharmabranche und war maßgeblich am Aufbau des Apothekentestmarktes in Bremen beteiligt.

### Über Bonsai

Bonsai ist ein Tochterunternehmen von TNS Infratest. Neben dem einzigartigen Apothekentestmarkt verfügt Bonsai über ein überzeugendes Alleinstellungsmerkmal im Medienbereich: der medial voll integrierbare reale Testmarkt in Bremen. Im Testmarkt Bremen werden meistens Fragestellungen mit Medieneinsatz (TV- und/oder Print-Werbekampagnen) beantwortet.

Weitere national sowie international aufgestellte Geschäftsfelder sind POS-Research, Modelling, die Datenlieferung und -analyse.

Zum Kundenstamm gehören überwiegend Hersteller und Dienstleistungsunternehmen aus der Pharma- und Konsumgüterindustrie.

### Preise

Die komplette Grundlagenstudie **Category Management in Apotheken: „Zeit, dass sich was dreht!“** können Sie für eine Schutzgebühr von € 590,- als PDF-Dokument (€ 640,- Handout) zzgl. MwSt. bei Bonsai bestellen.

Wenn Sie eine ausführliche Präsentation der kompletten Studie mit Hintergründen, Analysen und Interpretationen im Rahmen einer Veranstaltung, eines Workshops oder Seminars wünschen, steht Ihnen unser Pharmamarktexperte Dr. Timm Harder für eine Pauschale von € 2.200,- inkl. Reisekosten und Spesen zzgl. MwSt. gerne zur Verfügung.

### Herausgeber

Bonsai GmbH, Obernstr. 1, 28195 Bremen,

Tel: + 49 421 460 22 0 / Fax: + 49 421 460 22 99 / email: [harder@bonsai-research.com](mailto:harder@bonsai-research.com)

Internet: [www.bonsai-research.com](http://www.bonsai-research.com)



### **Urheberrechte**

Diese Studie unterliegt den geltenden Urheberrechtsgesetzen. Die ganze oder teilweise Vervielfältigung sowie jede Weitergabe an Dritte ist nur mit ausdrücklicher Genehmigung der Bonsai GmbH gestattet.

Alle Rechte vorbehalten, auch die der fotomechanischen Wiedergabe und der Speicherung in elektronischen Medien.

### **Haftungsausschluss**

Diese Grundlagenstudie wurde von Bonsai GmbH mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt. Bonsai GmbH übernimmt trotzdem keinerlei Gewähr für die Aktualität, Korrektheit, Vollständigkeit oder Richtigkeit der bereitgestellten Informationen, Bewertungen oder Schlussfolgerungen. Haftungsansprüche gegen die Bonsai GmbH und/oder die Verfasser, welche sich auf Schäden materieller oder ideeller Art beziehen, die durch die Nutzung oder Nichtnutzung der dargebotenen Informationen, Bewertungen oder Schlussfolgerungen bzw. durch die Nutzung ggf. fehlerhafter oder unvollständiger Informationen verursacht wurden, sind grundsätzlich ausgeschlossen, sofern seitens der Verfasser kein nachweislich vorsätzlich oder grob fahrlässiges Verschulden vorliegt.

### **Gestaltung, Satz und Korrektur**

Bonsai GmbH

### **Stand**

Dezember 2013