

# 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 Susanne Caspar, Geschäftsführerin bei **Schaper & Brümmer**.

## VITA

**Susanne Caspar** ist seit November 2012 Geschäftsführerin bei Schaper & Brümmer, einem anerkannten und weltweit vertretenen Phytopharma Unternehmen in Deutschland. Die Diplom-Biologin mit Zusatzstudiengang Wirtschaft und Management arbeitet seit über 20 Jahren in der pharmazeutischen Industrie, vorwiegend im Selbstmedikationsbereich. Sie startete ihre Karriere bei Whitehall Much, leitete die Bereiche Marketing/Med.Wiss. bei Merck Selbstmedikation und Marketing/Export bei Lindopharm und war zuletzt Geschäftsführerin bei Steiner Arzneimittel. Nebenberuflich ist sie im Beirat der Healthcare Frauen und im Netzwerk Kinderarzneimittel tätig.



© Schaper & Brümmer

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

Da wir uns mit unserer Produktpalette von pflanzlichen Arzneimitteln ausschließlich in der Selbstmedikation befinden und wir daher auf eine fundierte Beratung in der Apotheke setzen, konzentrieren wir uns in der Tat auf Maßnahmen für die Fachkreise. Wir haben einen eigenen Außendienst, über den wir Ärzte und Apotheken betreuen.

Den Endverbraucher sprechen wir für ausgewählte Produkte direkt an. Je nach Saison und Marktsituation greifen wir dabei neben Below-the-Line-Maßnahmen auch zu klassischer Werbung, beispielsweise durch

Printanzeigen in Publikumszeitschriften. Auch Online-Marketing spielt eine große Rolle, um den Endverbraucher zu erreichen: Dem Verbraucher stehen stets aktuelle Webseiten zu unseren Produkten zur Verfügung. Für diese betreiben wir Suchmaschinenoptimierung und nutzen auch Google Ads.

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

Da Schaper & Brümmer sich auf die Herstellung von pflanzlichen OTC-Arzneimitteln spezialisiert hat, ist der Apotheker für uns der wichtigste Geschäftspartner. Die fundierte fachliche Beratung und Empfehlung unserer Präparate in der Apotheke ist für unseren wirtschaftlichen Erfolg äußerst wichtig. Daher bewerben wir die meisten unserer Produkte ziel-

gerichtet in Fachmedien für Ärzte und Apothekenfachpersonal. Als forschendes Unternehmen sind wir sehr stolz auf die zahlreichen Studien zu unseren Präparaten und nutzen die Fachmedien, um ausführlich darüber zu informieren. Hier sind Sonderwerbeformen eine gute Gelegenheit bestimmte Indikationen und Präparate in den Fokus zu stellen. Weiterhin bieten wir immer wieder spezielle Apothekentrainings zur Weiterbildung an, beispielsweise für PTA.

► **Kontrollieren Sie den Erfolg Ihrer Endverbraucheransprache und wie fließen die Ergebnisse in Ihre Marketingstrategien ein?**

Selbstverständlich arbeiten wir regelmäßig mit renommierten Marktforschungsinstituten zusammen, um die Kommunikation und Ansprache für den Endverbraucher zu überprüfen.

Ein Beispiel: Zum 15. August werden wir Esberitox® COMPACT neu in der Apotheke einführen. Um hier ein optimales Ergebnis zu erzielen, wurde beispielsweise das Packungsdesign bereits während der Entwicklung beim Endverbraucher getestet. Auch das Feedback der Apotheken wird regelmäßig bei der Weiterent-

sierte Materialien wie Flyer, Broschüren und Online-Schulungen speziell für die Fachkreise. Ergänzt werden diese Informationen durch Veröffentlichungen wissenschaftlicher Erkenntnisse und Studien in den gängigen Fachmedien. Da wir seit einigen Jahren vermehrt auf den heimischen Anbau setzen, können

aber auch den Weg für neue Ansätze: Unter [www.wechselweiber.de](http://www.wechselweiber.de) haben wir einen Blog für Frauen in den Wechseljahren initiiert.

Zukünftig werden wir noch mehr Wert auf eine stärkere Einbindung von Social Media Maßnahmen legen, auch im Bereich Arbeitnehmergewinnung.

## UNTERNEHMEN

Schaper & Brümmer, mit Sitz in Salzgitter-Ringelheim, wurde 1923 von Albert Brümmer und Erich Schaper gegründet. Die Firma präsentiert sich als modernes Hightech-Unternehmen mit Tradition, das sich mit seinen Phytotherapeutika zu einem wichtigen OTC-Partner der Apotheken entwickelt hat. Zu den bekanntesten Marken zählen Esberitox®, Remifemin® und Cystinol®.

## ZITAT

»Die fundierte fachliche Beratung und Empfehlung unserer Präparate in der Apotheke ist für unseren wirtschaftlichen Erfolg äußerst wichtig.«

## Homepage

ANZEIGE

**Phytotherapeutika**

Code mit Smartphone scannen!



WEBCODE: D8Q03

wicklung unserer Werbemittel berücksichtigt. Im Gespräch mit unserem Außendienst fließen viele Erfahrungen und Empfehlungen der Apotheken in unsere Überlegungen mit ein. Wer sonst könnte die Bedürfnisse der Patienten besser schildern und beurteilen?

### ► Wie bringen Sie das Apothekenpersonal bezüglich Ihrer Produktkampagnen (TV, Print, Online) auf einen aktuellen Stand?

Die ausführliche Information über unsere Produktkampagnen übernimmt hauptsächlich unser Apothekenaußendienst, der im direkten Gespräch mit dem Apothekenpersonal unsere Kommunikationsmaßnahmen am besten erläutern kann. Um dem Außendienst dies zu erleichtern, erstellen wir stets aktualisi-

wir mit der herausragenden Qualität unserer Wirkstoffe bei den Apothekern punkten.

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

Online-Kommunikation gehört heutzutage zu einem ausgewogenen Marketingmix dazu. Immer mehr Menschen informieren sich insbesondere über Gesundheitsthemen zuerst im Internet. Dies betrifft sowohl Endverbraucher als auch die Fachkreise. Aus diesem Grund informieren wir beide Zielgruppen ausführlich auf unserer Firmenwebsite [www.schaper-bruemmer.de](http://www.schaper-bruemmer.de). Für bestimmte Indikationen bieten wir weiterführende Informationen an, zum Beispiel unter [www.remifemin.de](http://www.remifemin.de) oder [www.cystinol.de](http://www.cystinol.de). Online-Kommunikation ebnet

### ► Welche Produkte forcieren Sie zurzeit im Markt?

Zuletzt haben wir einen Großteil unserer Energie in die Neueinführung von Esberitox® COMPACT gesteckt. Da bald die Erkältungssaison beginnt, war eine Einführung zum Herbstanfang besonders wichtig. Dabei ist es uns gelungen, die bewährte Wirkstoffkombination aus Sonnenhut, Lebensbaum und Färberhülse des Klassikers Esberitox® Tabletten in einer 5-fach höheren Dosierung pro Tablette zu konzentrieren. Das reduziert die Einnahmemenge und fördert damit die Compliance beim Patienten. Zudem haben wir das Produkt geschmacklich noch verbessert, sodass es auch angenehm als Kautablette angewendet werden kann. ■

Das Interview führte  
Dr. Petra Kreuter, Redaktion