

# eCouponing

## Einfach scannen und fertig!

Das Wichtigste zuerst: Das eCouponing startet im Dezember 2021 in über 7.500 Apotheken. Es entfällt damit für die Apotheken der manuelle Aufwand der Couponabrechnung komplett. Die Hersteller können den Verkauf ihrer Produkte gezielt in der lokalen Apotheke pushen und haben somit mit dem eCouponing ein wichtiges Marketinginstrument digitalisiert.

Kunden bekommen attraktive Angebote, die sie in der Apotheke nebenan einlösen. Die Kundenbindung wird gestärkt, und das alles ist für die Apotheke kostenlos.

Als erste Apothekensoftwarehäuser bieten NOVENTI und PHARMATECHNIK diesen Service für über 3.500 PROKAS- und über 4.000 PHARMATECHNIK-IXOS-Apothekenkunden an. Die NOVENTI-Produktlinien INFOPHARM und awintaONE sowie die Softwarehäuser CGM LAUER, ADG, aposoft und CIDA werden demnächst folgen.

### Deutlich weniger Aufwand für Apotheken

Für die Apotheke entfällt mit dem eCouponing der nervige Aufwand, der bisher mit der Couponingabwicklung verbunden war. Es gibt kein Sammeln von Kassensbons und Papierschnipseln mehr, die Apotheke muss kein Coupon-Clearing-Formular ausfüllen und einschicken,

um die Rabattbeträge wiederzuerhalten. Sie muss sich nicht einmal informieren, denn es reicht aus, den Coupon einfach zu scannen. Die Rabattwerte werden in der Kasse angezeigt und verrechnet, auch die Erstattung erfolgt automatisch. Zum Monatsende erhält die Apotheke die gegebenen Rabattwerte per Überweisung auf ihr Bankkonto gutgeschrieben.

### eCouponing für Hersteller immer wichtiger

eCouponing ist aber nicht nur ein Tool für die Abwicklung, sondern es ermöglicht eine Vielzahl von innovativen Marketingservices für die Industrie. Zentral im Mittelpunkt stehen dabei die lokalen Apotheken als Dreh- und Angelpunkt für die Endkunden. Je mehr Apotheken mitmachen, desto stärker entfalten die Marketingservices ihre Wirkung. KYTE-TEC bietet eine ganze Reihe an Services und hat bereits zum Start namhafte Partner mit an Bord. Zum Beispiel hat KYTE-TEC in seiner Plattform den Großhändler AEP gewonnen, der unter anderem den teilnehmenden Apotheken Couponflyer zur Verfügung stellt und diese Coupons im Umkreis der Apotheken auf Social Media bewirbt.

Neu ist auch das Magazin APOTHEKENCOUPONS, das es ab Frühling 2022 geben wird. Das durch Apotheken verteilte Magazin enthält neben redaktionellen Inhalten Werbeanzeigen für OTC- und Pflegeprodukte



Abb.: Ablauf eCouponing

mit Coupons. Jedes Magazin ist personalisiert mit der ausgebenden Apotheke und für die Kunden sind die Coupons bequem zum Heraustrennen integriert. Das erste Magazin ist begrenzt auf 3.000 Apotheken, ab April 2022 wird es quartalsweise erscheinen.

Die Lösung kommt zum richtigen Zeitpunkt, jetzt müssen die Hersteller die OTC-Umsätze ankurbeln, denn durch die Pandemie hat vor allem der Versandhandel massiv zugelegt. Kunden müssen also für die lokale Apotheke zurückgewonnen werden.

Welch wichtige Rolle das eCouponing spielt, zeigen bereits die Anbieter von Onlinebestellservices wie Ad2collect, ApoNow und PX reach. Hier geht es darum, den Internet-Traffic der Hersteller, den diese zweifellos haben, in Bestellungen für lokale Apotheken umzuwandeln. Attraktive Preise spielen dabei die zentrale Rolle, um Kunden zur Bestellung zu aktivieren. Das funktioniert nur mit eCouponing. Wie wichtig das Thema für Hersteller ist, zeigt auch die Verbreitung auf Herstellerseite: Schon weit über 100 Unternehmen haben auf unterschiedliche Art und Weise Onlinebestellservices

auf ihren Webseiten integriert. Für die Apotheken ist es durch das eCouponing nun denkbar einfach, eine reibungslose Kaufabwicklung dieser Bestellungen zu gewährleisten: einfach scannen und fertig.

Die verschiedensten neuen Marketingwerkzeuge können somit von den Apotheken genutzt werden und ermöglichen es der Apotheke vor Ort, mehr Kunden zu gewinnen und mehr Umsätze zu generieren. Der Clou: Die Abwicklung ist nun Dank eCouponing denkbar einfach, die Apotheken müssen sich nur einmalig registrieren und nichts dafür investieren, denn für die Apotheken ist dieser Service kostenlos.

*Fabian Zink, KYTE-TEC GmbH*

## Impressum

**DAP DIALOG** Das Magazin des Deutschen ApothekenPortals

**Ausgabe:** 66 (Dezember 2021)  
**ISSN:** 2193-0449

**Verlag:** DeutschesApothekenPortal, DAP Networks GmbH

**Geschäftsführung:** Dr. Dagmar Engels  
Agrippinawerft 22, 50678 Köln  
Tel.: 0221/222 83-0, Fax: 0221/222 83-322  
E-Mail: info@deutschesapothekenportal.de

**Chefredaktion:** Christina Dunkel, Dr. Dagmar Engels  
(verantwortlich)  
Agrippinawerft 22, 50678 Köln

**Redaktionsleitung:** Nicolas Schutzius  
**Redaktion:** Dominique Demuhs, Nadine Friederich,  
Nadine Graf, Verena Kirsch, Thomas Noll, Nina Thiele,  
Heike Warmers

**Anzeigenleitung:** Gabriele H. Steinhauer

**Gestaltungskonzept:** Wessinger und Peng GmbH  
**Gestaltung:** FAI Healthcare, DAP Networks GmbH  
**Druck:** BC Direct Group GmbH, Rigrstr. 9, 12277 Berlin  
**Vertrieb:** G3 Worldwide Mail GmbH

### Urheber- und Verlagsrecht

Die Zeitschrift und alle in ihr enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Mit Annahme des Manuskripts gehen das Recht zur Veröffentlichung sowie die Rechte zur Übersetzung, zur Vergabe von Nachdruckrechten, zur elektronischen Speicherung in Datenbanken, zur Herstellung von Sonderdrucken, Fotokopien und Mikrokopien an den Verlag über. Jede Verwertung außerhalb der durch das Urheberrechtsgesetz festgelegten Grenzen ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig. In der unaufgeforderten Zusendung von Beiträgen und Informationen an den Verlag liegt das jederzeit widerrufliche Einverständnis, die zugesandten Beiträge bzw. Informationen in Datenbanken einzustellen, die vom Verlag oder von mit diesem kooperierenden Dritten geführt werden. Die Rechte für die Nutzung von Artikeln für elektronische Pressespiegel erhalten Sie über den Verlag.

### Gebrauchsnamen

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen und dgl. in dieser Zeitschrift berechtigt nicht zu der Annahme, dass solche Namen ohne weiteres von jedermann benutzt werden dürfen; oft handelt es sich um gesetzlich geschützte eingetragene Warenzeichen, auch wenn sie nicht als solche gekennzeichnet sind.

### Haftungsausschluss

Der DAP Dialog ist eine Arbeitshilfe für Fachkreise. Trotz größter Sorgfalt und Expertise kann für die Richtigkeit der Inhalte keine Haftung übernommen werden.



Der DAP DIALOG ist IWV-geprüft.

**VDZ** Verband Deutscher  
Zeitschriftenverleger