

“Private brands separate the quick from the dead”

25.09.2008, 12:25 | Gesundheit & Medizin

Pressemitteilung von: *parmapharm Marktförderungs GmbH & Co KG*

Presseagentur: *public:news GmbH*



parmapharm-Fachsymposium zur ersten OTC-Eigenmarke im deutschen Apothekenmarkt / Fazit: Gut gemachte Arzneimittel-Eigenmarken sorgen für klaren Wettbewerbsvorteil

Bielefeld, im September 2008. Rund einhundert Apotheker und Branchenvertreter folgten am vergangenen Freitag der Einladung zum Fachsymposium „Patientensicherheit und Compliance – die OTC-Eigenmarke der parmapharm“ ins „Haus der Gegenwart“ in München.

“Private brands separate the quick from the dead”, stellte Mark Husson, Analyst von JP Morgan, bereits vor sechs Jahren für große Handelsunternehmen fest. Mit Eigenmarken beschäftigt sich der Handel bereits seit Jahrzehnten und mit ihnen beschäftigt sich nun auch der Apothekenmarkt. Als erste und einzige Apothekenkooperation ist die parmapharm seit Juni 2008 mit den Produkten ihrer OTC-Eigenmarke in nahezu 300 Gesellschafter-Apotheken erfolgreich vertreten. Ziel ist es, die OTC-Eigenmarke in den kommenden Monaten mit rund 20 Produkten als leistungsfähiges Sortiment zu positionieren und mittelfristig auch auf den Rx-Bereich auszuweiten.

Grund genug für die Verantwortlichen der parmapharm, im Rahmen der diesjährigen Expopharm zum hochkarätig besetzten Fachsymposium zu laden. Moderiert von Arnt Tobias Brodtkorb (Managing Partner bei SEMPORA Consulting), diskutierten Hannelore Loskill (stv. Bundesvorsitzende der BAG Selbsthilfe), Ernst Jan Rolloos (Geschäftsführer der Axea), Holger Gehlhar (Geschäftsführer der AxiCorp-Gruppe), Nico Verloop (Geschäftsführer der Validus Technologies B.V.) sowie Dr. Harald Perschbacher (Aufsichtsratsvorsitzender der parmapharm) und Thomas Worch (Geschäftsführer der parmapharm) über das Eigenmarken-Konzept der parmapharm und stellten sich im Anschluss den Fragen des Publikums.

Die Teilnehmer waren sich einig, dass die parmapharm mit ihrer OTC-Eigenmarke ein einmaliges Konzept anbietet, das sich nach den Bedürfnissen der Patienten nach mehr Compliance und Arzneimittelsicherheit richtet und gleichzeitig den teilnehmenden Apothekern einen klaren Wettbewerbsvorteil verschafft und Zusatzerträge sichert. Angesichts der aktuellen Marktveränderungen müssten sich die Apotheker ein stärkeres Markenbewusstsein erarbeiten. Eigenmarken seien ein optimales Instrument, um dem Apotheker neue Wirtschaftspotenziale zu erschließen und zugleich seine Glaubwürdigkeit und das Vertrauen der Patienten zu bestätigen, da er mit der OTC-Eigenmarke seine pharmazeutische

Kernkompetenz unter Beweis stellen könne, so die Symposium-Teilnehmer weiter.

Dr. Harald Perschbacher: „Die Eigenmarke ist ein Alleinstellungsmerkmal und liefert einen wichtigen Beitrag zur Patientensicherheit und Arzneimittelsicherheit. Der Patient profitiert von einem verständlichen Beipackzettel, in dem fast vollständig auf Fremdwörter verzichtet wird. Darüber hinaus helfen ihm Icons mit klaren, verständlichen Einnahmehinweisen. Die Einnahme der Medikamente wird für Patienten sicherer.“

Thomas Worch: „Wir sind die erste Kooperation, die sich an eigene OTC-Produkte herangewagt hat. Es werden Präparate produziert, die dem Gesamtkonzept der Gesund-ist-bunt-Apotheken und ihrem Qualitätsanspruch als Premium-Apotheken entsprechen. Die Positionierung erfolgt nicht ausschließlich über den Preis, sondern über die Qualität und durch die Beratung. Es ist nicht nur eine Schachtel und eine Eigenmarke, es ist ein Konzept, was dahinter steckt.“

Zum Hintergrund:

Die 1994 gegründete parmapharm, die zu einhundert Prozent im Besitz der beteiligten Apotheker ist, vereinigt über 700 Apotheken zu einer der größten unabhängigen Apothekenkooperation in Deutschland. Um die Unabhängigkeit gegenüber Industrie und Wettbewerb noch deutlicher zu demonstrieren, lässt die parmapharm Arzneimittel nach eigenen Vorstellungen bei den etablierten Generikaherstellern AxiCorp und Axia produzieren. Erstmals werden damit die Apotheker direkt an der Wertschöpfungskette beteiligt und partizipieren am Ertrag der Arzneimittelherstellung. Durch das innovative Compliance-Konzept, mit dem die Arzneimittelverpackungen der Eigenmarke ausgestattet sind, werden Falscheinahmen und Verwechslungen verhindert. Alles ist darauf ausgerichtet, dass der Patient bestmögliche Therapieerfolge erzielen kann: leicht verständliche Begriffe sowie selbsterklärende Icons mit den wichtigsten Einnahmehinweisen zu den jeweiligen Wirkstoffen finden sich auf jeder Packung.

Bildunterschrift:

Fachsymposium "Patientensicherheit und Compliance - die OTC-Eigenmarke der parmapharm", am 19.09.2008, im Haus der Gegenwart, München; im Bild (von links nach rechts): Ernst Jan Rolloos, Geschäftsführer von Axia; Hannelore Loskill, Stv. Bundesvorsitzende der BAG Selbsthilfe e.V.; Patientenvertreterin Gemeinsamer Bundesausschuss der Ärzte und Krankenkassen; Holger Gehlhar, Geschäftsführer AxiCorp-Gruppe; Nico Verloop, Geschäftsführer Validus Technologies B.V.; Dr. Harald Perschbacher, Apotheker und Aufsichtsratsvorsitzender der parmapharm; Arnt Tobias Brotkorb, Managing Partner bei SEMPORA Consulting; Thomas Worch, Geschäftsführer parmapharm.

Portrait

parmapharm Marktförderungs GmbH & Co. KG

Die 1994 gegründete parmapharm, die zu 100 Prozent im Besitz der beteiligten Apotheker ist, vereinigt über 700 Apotheken zu einer der größten unabhängigen Apothekenkooperationen in Deutschland. Seit 2003 präsentieren sich die Mitgliedsapotheken unter der gemeinsamen Marke „Gesund ist bunt“. Die angeschlossenen Apotheken erzielten im Jahr 2007 mit insgesamt circa 6.400 Mitarbeitern einen Gesamtjahresumsatz von rund 1,5 Milliarden Euro.

Hauptfunktion der parmapharm ist die Koordination und Organisation zentraler Aufgaben der Mitgliedsapotheken mit dem Ziel der Optimierung und Erzielung von Kostenersparnissen für die Gesellschafter. Die parmapharm unterstützt ihre Gesellschafter insbesondere in den Bereichen Einkauf, Vertrieb, Marketing, EDV und Weiterbildung. Das Grundverständnis der parmapharm als starker Partner ist geprägt durch das Prinzip des gemeinsamen, verbindlichen Handelns gegenüber der Industrie und anderen Marktteilnehmern bei gleichzeitiger Wahrung der Unabhängigkeit der Mitgliedsapotheken.

Geschäftsführer der parmapharm sind Thomas Worch und Frank Stuhldreier. Thomas Worch verantwortet die Bereiche Marketing, Vertrieb und Gesellschafterbetreuung. Frank Stuhldreier ist für EDV und Einkauf verantwortlich. Vorsitzender des Aufsichtsrats ist Dr. Harald Perschbacher.

News-ID: 245541 • Views: 1842 (Stand: 01.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/245541/Private-brands-separate-the-quick-from-the-dead.html>