

# Apotheke vor Ort

Ein Praxisleitfaden für mehr Wirtschaftlichkeit durch **smartes Kundenmarketing**.

## Praxisbericht

Vom Risiko zur stabilen Apotheke (Seite 6)

## Ihre Apotheke. Ihre Zukunft.

Mehr Umsatz. Mehr Kunden.  
Mehr Sicherheit.

**Zwischen Versorgungsauftrag und Wirtschaftlichkeit:**  
Apotheken unter Druck wie nie zuvor

**Das „Leck“ in der Kasse:**  
Warum Kunden abwandern und wie Sie gegensteuern

**Maximale Sichtbarkeit:**  
Warum Print und Online Hand in Hand gehen



*Erfahren Sie, wie Vor-Ort-Apotheken heute messbar wachsen.*



# Zwischen Versorgungsauftrag und Wirtschaftlichkeit:

## Apotheken unter Druck wie nie zuvor

**Die Vor-Ort-Apotheken sind das Rückgrat der lokalen Gesundheitsversorgung. Doch das Marktumfeld hat sich in den letzten Jahren drastisch gewandelt.**

Wer heute eine Apotheke führt, muss nicht nur pharmazeutische Expertise beweisen, sondern auch als vorausschauender Unternehmer handeln. Wachsende Kosten, neue Wettbewerber und Fachkräftemangel stellen viele Betriebe vor die existenziell wichtige Frage, wie sich die Apotheke auch morgen noch finanziell lohnt.

### Die vier größten Ertragsbremsen:

- **Der immense Margendruck:**  
Steigende Personal-, Energie- und Betriebskosten sowie die Inflation belasten die Apotheken. 26 Prozent der Apotheken haben 2024 mit einem Betriebsergebnis unter 75.000 Euro abgeschlossen. Die Gewinnmarge liegt mit rund 4,4% auf einem der historisch tiefsten Werte.
- **Ausbleibende Anpassung der Honorare:**  
Die Packungshonorare sind seit Jahren weitgehend unverändert und gleichen die Kostensteigerungen nicht aus.
- **Der spürbare Personalmangel:**  
Der Fachkräftemangel führt zu Überlastung und lässt Stellen oft monatelang unbesetzt.
- **Der verschärfte Wettbewerb:**  
Ausländische Versandapotheken und regional starke Drogeriemärkte greifen gezielt die margenstarken OTC- und Freiwahl-Sortimente an und werben mit aggressiven Preisstrategien.

Der Handlungsspielraum scheint auf den ersten Blick begrenzt. Während politische Rahmenbedingungen kaum alleine beeinflussbar sind, bleibt ein entscheidender Hebel in Ihrer Hand: Regionale Sichtbarkeit und loyale Stammkunden. Wer Frequenz und Warenkorb gezielt steuert, sichert seine Existenz aktiv ab.

# Das „Leck“ in der Kasse:

## Warum Kunden abwandern und wie Sie gegensteuern

Viele Apotheken verlieren täglich wertvollen Ertrag, oft unbemerkt. Der Grund ist meist nicht mangelnde pharmazeutische Qualität, sondern fehlende strategische Sichtbarkeit und handwerkliche Fehler im Marketing.



### Die drei größten Hebel für mehr Ertrag:

#### 1. Die OTC-Abwanderung stoppen:

Versandhandel und Drogerien gewinnen, weil sie permanent präsent sind. Wer nur auf Rezepte wartet, verliert das margenstarke Zusatzgeschäft.

**Die Lösung:** Regelmäßige Sichtbarkeit über alle Kanäle hinweg. Nutzen Sie starke „Ankerangebote“, die Frequenz in die Apotheke bringen.

#### 2. Vom Passanten zum Stammkunden:

Ein gewonnener Kunde ist erst rentabel, wenn er nicht nur einmalig ein Schnäppchen kauft.

**Die Lösung:** Nutzen Sie die Frequenz vor Ort für gezielte Zusatzverkäufe und überführen Sie Neukunden sofort in ein Bindungssystem. Nur die Wiederkaufsrate sichert langfristig den Ertrag.

#### 3. Die Marketing-Falle vermeiden:

Viel Geld wird in Maßnahmen investiert, die keinen Kunden bewegen:

- **Unregelmäßigkeit:** „Eintagsfliegen“-Aktionen ohne Wiederholungseffekt bauen kein Vertrauen und keine Bekanntheit auf.
- **Relevanz-Lücke:** Flyer, die Produkte ohne Bekanntheitsgrad oder saisonalen Bedarf abbilden, locken niemanden in die Offizin.

**Die Lösung:** Fokus auf bekannte Bedarfsprodukte und eine verlässliche Werbefrequenz.

**Das Ziel:** Marketing muss ein Kreislauf sein.





# Präsenz zeigen:

## Warum Print ein essenzieller Frequenzbringer bleibt

Trotz fortschreitender Digitalisierung bleibt das gedruckte Prospekt das reichweitenstärkste Instrument für die lokale Kundenaktivierung. Damit das funktioniert, kommt es auf zwei Dinge an: die Verteilung direkt in die Haushalte und die nötige Ausdauer.

### 1. Der Faktor Zeit:

#### Den „gelernten Gang“ etablieren

Ein häufiger Fehler im Marketing ist ein zu früher Abbruch. Vertrauen und neue Gewohnheiten brauchen Zeit, um sich im Kopf der Kunden zu festigen.

- **Die 12-Monats-Regel:**  
Eine kurze Testphase reicht meist nicht aus. Erst durch die regelmäßige Präsenz über mindestens ein Jahr wird Ihre Apotheke als erste Anlaufstelle wahrgenommen und Sie können sehen, was Ihre Maßnahmen bringen. Auch darüber hinaus ist es wichtig weiterhin mit regelmäßigem, durchdachten Marketing sichtbar zu bleiben, um die Frequenz zu halten.
- **Vom Angebot zum Vertrauen:**  
Ein Kunde kommt vielleicht beim ersten Mal wegen eines guten Angebots. Damit er zum Stammkunden wird, muss die Erinnerung an Ihre Apotheke durch wiederkehrende Impulse zur Gewohnheit werden.

### 2. Neue Kunden gewinnen durch Haushaltsverteilung

Wer Flyer nur in der Apotheke ausgibt, erreicht nur die Kunden, die ohnehin schon da sind. Echtes Wachstum entsteht jedoch erst, wenn Sie aktiv auf die Menschen in Ihrem Einzugsgebiet zugehen.

- **Hohe Reichweite:**  
Mit einer flächendeckenden Verteilung erreichen Sie jene 70 % der Bevölkerung, die gedruckte Prospekte als wichtigste Informationsquelle für lokale Angebote nutzen\*.

- **Hohe Aufmerksamkeit:** Ein gedruckter Flyer hat Gewicht. Er liegt auf dem Küchentisch, wird durchgeblättert und als glaubwürdige Information wahrgenommen\*\*.

### 3. Zahlen aus der Praxis: Die 3%-Marke

In der Praxis zeigt sich: Bei einer gut gemachten Haushaltsverteilung ist ein Rücklauf von ca. 3 % ein realistischer Wert. Das bedeutet: Bei 10.000 verteilten Flyern gewinnen Sie 300 zusätzliche Kundenkontakte. Der wirtschaftliche Erfolg entscheidet sich dann an der Kasse – durch gute Beratung und gezielte Zusatzverkäufe.

#### Fakten-Check: Print und Umweltschutz

Oft wird behauptet, digitale Werbung sei umweltfreundlicher. Wissenschaftliche Studien zeigen jedoch ein anderes Bild:

- Nachhaltiger Rohstoff: Papier basiert auf Holz aus nachhaltiger Forstwirtschaft und hat mit über 80 % eine der höchsten Recyclingquoten in Europa\*\*\*.
- CO<sub>2</sub>-Bilanz: Onlinewerbung verbraucht durch Rechenzentren und Endgeräte permanent Energie. Das Treibhausgaspotenzial eines gedruckten Prospekts liegt bei fachgerechter Produktion oft deutlich unter dem digitaler Werbung\*\*\*.

Quellen: \* Leserakzeptanzstudie 2022 (IFD Allensbach / BVDA)  
\*\* ELMA Sonderstudie 2025 / Prospektmonitor 2025 (IFH Media Analytics) \*\*\* LCA-Studie des Öko-Instituts Freiburg 2025

# Wertschätzung schafft Bindung:

## Wie Sie Gelegenheitskunden zu echten Stammkunden machen

Ein Flyer bringt die Menschen in Ihre Apotheke. Doch was passiert am HV-Tisch? Damit ein Kunde nicht nur wegen eines Sonderangebots kommt, sondern dauerhaft bei Ihnen bleibt, braucht es ein Belohnungssystem, das im Alltag funktioniert – für den Kunden und für Ihr Team.

### 1. Die Psychologie der Belohnung: Warum Bonussysteme wirken

Kundenbindung ist kein Zufall, sondern das Ergebnis gelernter Mechanismen. Sammelsysteme – ob physisch oder digital – nutzen psychologische Anreize:

- **Wertschätzung:**  
Ein Bonus signalisiert dem Kunden, dass seine Treue einen messbaren Wert hat.
- **Sammelleidenschaft:**  
Kleine Ziele (z.B. eine bestimmte Prämie) motivieren zur Rückkehr in dieselbe Apotheke, statt zur Konkurrenz zu gehen.
- **Das Taler-Prinzip:**  
Der klassische Apotheken-Taler ist ein Vertrauenssymbol. Es ist die Weiterentwicklung des Punktesystems, da er noch wertiger und präsenter vom Kunden wahrgenommen wird und damit deutlich besser funktioniert.

### 2. Was wir vom Handel lernen können: Die Erwartungshaltung der Kunden

Der Blick in den Lebensmitteleinzelhandel zeigt: Apps mit integrierten Bindungssystemen sind heute Standard.

- **Gelerntes Verhalten:**  
Kunden sind es gewohnt, Vorteile per Smartphone zu verwalten. Studien belegen, dass Nutzer von Händler-Apps eine signifikant höhere Bindung und größere Warenkörbe aufweisen als Gelegenheitskäufer\*.
- **Der Komfort-Faktor:**  
Eine App, die Bonusprogramm, Vorbestellung und Kommunikation vereint, macht es dem Kunden so einfach wie möglich, der Vor-Ort-Apotheke treu zu bleiben.

### 3. Erfolgsfaktor Mensch: Das Team als Bindungsmotor

Jedes System ist nur so gut wie das Team, das es empfiehlt. Inhaber stehen oft vor der Herausforderung, ihre Mitarbeiter für „neue Aufgaben“ zu gewinnen.

- **Vorteile für das Team:**  
Eine App, die Vorbestellungen und Kommunikation bündelt, entlastet das Telefon und reduziert Stress im Alltag.
- **Spielerisch zum Ziel:**  
Nutzen Sie interne Wettbewerbe oder Prämienmodelle (z. B. für die meisten App-Aktivierungen), um den Erfolg für das ganze Team spürbar zu machen. Wenn das Team den Nutzen sieht, wird die Empfehlung am Kunden zum Selbstläufer.

Quellen: \* IFH Köln / Prospektmonitor: App-Nutzer im LEH zeigen eine signifikant höhere Loyalität und Besuchsfrequenz als der Durchschnitt.

### Eine individuelle App für Ihre Apotheke: Die DigiTaler® App

Die DigiTaler® App übersetzt das bewährte Sammelprinzip in die digitale Welt von heute. Sie bietet alles, was moderne Kundenbindung braucht, in einer Hand:

- **Integriertes Bonussystem:**  
Digital sammeln und vor Ort einlösen.
- **Direkt-Kommunikation:**  
Kunden über Angebote und Neuigkeiten informieren via Chat und Pushnachrichten.
- **Einfache Vorbestellung:**  
Rezepte und OTC-Produkte bequem per Klick und CardLink sichern.
- **Einfacher Start:**  
Einfacher Download Ihrer individuellen App in den AppStores.



**DigiTaler®**  
Kundentreue leicht gemacht



Mehr erfahren und  
Muster-App testen

# Maximale Sichtbarkeit: Warum Print und Online Hand in Hand gehen

Wer heute lokal Erfolg haben will, muss „omnipräsent“ sein. Eine moderne, SEO-optimierte Website und ein gepflegtes Google-Unternehmensprofil sorgen dafür, dass Sie bei Suchanfragen (SEA/SEO) ganz oben stehen. Ergänzt durch gezielte Meta Ads (Facebook/Instagram), erreichen Sie auch jene Zielgruppen, die klassische Medien seltener nutzen. So wird aus einem einfachen Flyer-Kontakt ein digital begleiteter Kunde.

## Praxiscase: Titelstory: Vom Risiko zur stabilen Apotheke

Christopher Kiesow übernahm in Heilbronn eine Apotheke, deren Zukunft laut Branchenberichten von APOTHEKE ADHOC als unternehmerisches Wagnis galt\*. Heute ist die Apotheke Frankenbach ein Paradebeispiel dafür, wie die Verzahnung von traditioneller Bindung und moderner Omnichannel-Sichtbarkeit den wirtschaftlichen Turnaround schafft.



### Der Hebel: Sichtbarkeit auf allen Kanälen

Kiesow setzte nicht auf eine Einzelmaßnahme, sondern auf Präsenz. Während der Top-Preise-Flyer die regionale Frequenz im Briefkasten sicherte, wurde die digitale Flanke durch eine neue, SEO-optimierte Website und ein gepflegtes Google-Unternehmensprofil gestärkt. Das Ziel: Wer lokal nach einer Apotheke sucht, muss in Frankenbach landen – ob analog oder digital. Das „Taler-Comeback“ schuf sofort Vertrauen vor Ort\*\*.

Doch die eigentliche Stärke liegt in der Digitalisierung dieses Systems. Die DigiTaler® App ist heute der zentrale Knotenpunkt für Rezepte und Kommunikation.

*„Die App wird inzwischen deutlich stärker genutzt als WhatsApp oder andere Kanäle. Die regelmäßige Nutzung führt dazu, dass auch E-Rezepte häufiger direkt über diesen Weg bei uns eingehen.“ Christopher Kiesow, Inhaber*

## Case Study Frankenbach: Vom Risiko zur Resilienz

Herausforderung	Strategische Lösung (MAK-Konzept)	Ergebnis
Personalnot & Risiko	Recruiting via Social Media und moderne Vision	Team stabil: alle Stellen besetzt
Geringe Kundenfrequenz	Strategische Flyer-Verteilung (Haushaltswerbung)	Frequenz-Plus: deutlich mehr Kundenkontakte
Digitale Unsichtbarkeit	Neue Website & Google-Optimierung (SEO/SEA)	Top-Ranking: digitale Marktführerschaft vor Ort
Fehlende Kundenbindung	Taler-System & DigiTaler® App als Hauptkanal	Loyalität: hohe E-Rezept-Quote via App

Quellenbelege: \* APOTHEKE ADHOC: „Jung-Inhaber traut sich an Risiko-Apotheke“ \*\* APOTHEKE ADHOC: „Apotheke feiert Taler-Comeback“ \*\*\* Pressemitteilung Apotheke Frankenbach, März 2026

# Ihr Fahrplan zur „Apotheke, die sich lohnt“

## Vom Wissen ins Handeln: So starten Sie Ihre Ertragsoffensive



Marketing wirkt am besten, wenn alle Rädchen ineinandergreifen. Nutzen Sie diesen Fahrplan, um Ihre Apotheke für die Zukunft aufzustellen.

### Checkliste:

#### Ist Ihre Apotheke bereit für mehr Frequenz?

- Print-Impuls:**  
Erreichen Ihre Flyer monatlich die Haushalte im Einzugsgebiet, um kontinuierlich Neukunden zu gewinnen?
- Digital-Fundament:**  
Ist Ihre Website modern und SEO-optimiert, damit Sie bei Google vor den Versendern erscheinen?
- Online-Präsenz:**  
Nutzen Sie Meta Ads (Facebook/Instagram-Werbeanzeigen) oder SEA, um Ihre Angebote gezielt in der Region auszusteuern?
- Kundenbindung:**  
Bieten Sie eine App Ihrer Apotheke an, die E-Rezept-Übertragung mit Kundenbindung vereint?
- Team-Motivation:**  
Ist Ihr Team geschult, um aus Gelegenheitskunden Stammkunden zu machen?

### Die Abkürzung:

#### Das MAK Webinar-Flyer-Special

Theorie ist gut, Praxis ist besser. Um Ihnen den Start so einfach wie möglich zu machen, haben wir ein Paket geschnürt, das Fachwissen mit sofortiger Sichtbarkeit kombiniert.

- 7 Experten-Webinare:**  
Von kundenzentriertem Marketing über Mitarbeiter-Prämienmodelle bis hin zu rechtlichen Grundlagen. Wir machen Sie und Ihr Team fit für die Apotheke von morgen.
- 3 Monate volle Sichtbarkeit:**  
Testen Sie Deutschlands auflagenstärksten Apothekenflyer (10.000 Stück/Monat) inklusive Haushaltsverteilung in Ihrem Schutzgebiet.
- Völlige Kostentransparenz:**  
Keine versteckten Gebühren – ein Paketpreis für den kompletten Start in ein professionelles Marketing.

**Der Vorteil:** Sie müssen das Rad nicht neu erfinden. Wir liefern die bewährten Vorlagen und das nötige Know-how für Ihr Team, während die Flyer bereits für neue Kunden in Ihrer Apotheke sorgen.

### Sichern Sie sich jetzt Ihren Standort-Vorteil!

Warten Sie nicht darauf, dass Kunden zufällig zu Ihnen finden. Nehmen Sie Ihre lokale Marktführerschaft selbst in die Hand.



Jetzt beraten lassen:  
☎ **03601-85 10 0** oder  
QR-Code scannen und  
direkt Anfrage senden.





Jetzt  
Beratungs-  
termin  
vereinbaren

# Damit sich Apotheke wieder lohnt

## Wir sind mehr als eine Marketingagentur.

Gegründet aus der Praxis für die Praxis, begleiten wir seit über 25 Jahren Vor-Ort-Apotheken dabei, ihre wirtschaftliche Unabhängigkeit zu sichern.

### Was uns unterscheidet

- **Erfahrung aus eigenen Apotheken:**  
Wir betreiben selbst Apotheken. Alles, was wir Ihnen empfehlen, vom Flyer bis zur App, haben wir in unseren eigenen Betrieben bereits erfolgreich getestet und optimiert.
- **Beratung auf Augenhöhe:**  
Bei MAK werden Sie nicht mit einem fertigen Produkt allein gelassen. Wir verstehen uns als strategischer Partner, der Sie von der ersten Analyse bis zur täglichen Umsetzung begleitet. Wir berichten nicht nur aus der Theorie, sondern teilen wertvolle Erfahrungen von tausenden Kunden aus ganz Deutschland.
- **Das MAK-Versprechen – Erfolgsgarantie:**  
Wir analysieren Ihre Apotheke individuell und entwickeln darauf basierend die passenden Maßnahmen – abgestimmt auf Ihre Ziele, Ihr Umfeld und Ihre Kunden.

### Alles aus einer Hand: Unsere Vielseitigkeit ist Ihre Stärke

- **Reichweite & Frequenz:**  
Deutschlands auflagenstärkste Apothekenflyer, weitere bewährte Flyer sowie Kataloge
- **Digitale Innovation:**  
DigiTaler App® für modernes Bonusmanagement, E-Rezept-Übertragung und Chat, I-Win-Apotheken-Gewinnspiel sowie professionelles digitales Marketing (Website, SEO, Google-Profil)
- **Loyalität & Saisonalität:**  
Bewährtes Taler-System (physisch & digital), passende Prämienprospekte und -kataloge, sowie der beliebte Apotheken-Adventskalender.
- **Social Media & Personal:**  
Betreuung Ihrer Kanäle (Facebook/Instagram) sowie gezielte Unterstützung bei der Personalsuche.



Starten Sie jetzt Ihren persönlichen Test: Überzeugen Sie sich selbst von der Wirkung unserer Systeme. Scannen Sie den QR-Code oder rufen Sie uns für ein unverbindliches Beratungsgespräch direkt an:

☎ 03601-85 10 0 · [www.mak.de](http://www.mak.de)

Digital & Print-Marketing – vom Apotheker für Apotheken

# MAK

Marketing für aktive Kollegen



„Ich empfehle die MAK nicht aus eigenem kommerziellem Interesse. Ich bin von ihrem Konzept überzeugt. Ich lebe es seit Jahren und es funktioniert wirklich. Ich gebe lediglich das Feedback weiter welches ich durch die Zusammenarbeit mit der MAK erfahren habe. Je mehr Apotheken bei Ihnen mitmachen umso schwerer hat es der ausländische Versender uns die Kunden zu stehlen.“

Beerster Apotheke, Geestland – Apotheker André Koelbel

Google  
Rezensionen



4,9 von 5