
PRESSEMITTEILUNG

LINDA INTERAKTIONSMANAGEMENT „LIAM“ GEWINNT VISION A AWARD

Köln, 21.03.2019 – Das pharmazeutische Kompetenz-Tool „LINDA Interaktionsmanagement (LIAM)“ der Apothekenkooperation „LINDA Apotheken“ hat den Vision A Award in der Kategorie „Apps & Co Apothekenteams“ für die beste und neuartigste Projektidee gewonnen. Die Preisverleihung fand am 20.03.2019 im Rahmen Deutschlands wichtigster Digitalkonferenz der Apotheken und Pharmabranche, Vision A, im Kühlhaus Berlin statt.

Aus auch in diesem Jahr wieder vielen Einreichungen hat die mit Branchenexperten besetzte, fünfköpfige Jury in sechs Kategorien die besten Werbe- und Kommunikationskampagnen, digitalen Konzepte und Modelle sowie die besten neuen innovative Businesslösungen jeweils mit Gold, Silber und Bronze ausgezeichnet. Das LIAM-Tool der Gemeinschaft der LINDA Apotheken hat sich in der Kategorie „Apps & Co Apothekenteams“ durchgesetzt und die Goldauszeichnung erobert.

LINDA Interaktionsmanagement: Gemeinsam für mehr Arzneimitteltherapiesicherheit.

Der Prozess der Überwachung und des Umgangs mit Wechselwirkungen ist eine Kernleistungen, die inhabergeführte Vor-Ort-Apotheken erbringen. Mit LIAM wird diese Leistung sichtbar gemacht, wissenschaftlich begleitet durch den Lehrstuhl klinische Pharmazie der Universität Bonn unter Leitung von Prof. Dr. Ulrich Jaehde. Es gibt bisher kaum Daten, wie Apotheken mit Interaktionsmeldungen umgehen, die für den Patienten wirklich relevant sind. Durch LIAM werden diese Daten in großer Menge erhoben und sind erstmals wissenschaftlich statistisch auswertbar.

Technisch ist das Tool webbasiert aufgesetzt und warenwirtschaftsunabhängig. Es wird auf die HV-Rechner aufgespielt und ist somit praktisch sowie niederschwellig in den Apothekenalltag integrierbar. Ausgerichtet auf die Devise „customer centricity“ wird dem pharmazeutisch beratenden Personal ermöglicht, direkt im Kundengespräch auftretende Interaktionen zu managen, sprich diese digital zu erfassen, Klärungsvorgänge zu dokumentieren – wie beispielsweise mit dem behandelnden Arzt – sowie dem Kunden unmittelbar Rückmeldung zum weiteren Vorgehen zu geben. Durch einen webbasierten Zugang kann die Apotheke ihre individuellen sowie auch die bundesweit kumulierten Auswertungen und Statistiken an dokumentierten Interaktionen (zum Beispiel zum Schweregrad und Häufigkeiten) einsehen, was insbesondere für eine innerbetriebliche AMTS-Fortbildung nützlich ist.

Pharmazeutische Kompetenz als Differenziator

Das Kooperationskonzept „LINDA Apotheken“ hat die Zielstellung, die lokale Apotheke zu stärken. Es schafft für die Mitgliedsapotheken die erforderlichen Voraussetzungen für kaufmännischen Erfolg. Mit endkundenzentrierter Sichtweise werden strategische Unterstützungstools entwickelt, durch die ein hoher, sich vom Wettbewerb abhebender pharmazeutischer Standard sichergestellt werden kann. Ergänzend dazu sorgen ganzheitlich gedachte Multikanal-Marketing- und Kommunikationsinstrumente der Kooperation dafür, dass die besondere Stärke und Kompetenz der LINDA Apotheken vom Verbraucher wahrgenommen werden können.

„Gerade in Zeiten des wachsenden Onlineversandhandels müssen Apotheken neue Wege gehen, um die Leistungsrelevanz der inhabergeführten Apotheke deutlich herauszustellen. Mit LIAM leisten LINDA Vor-Ort-Apotheken etwas, das der Online-Handel nicht kann: den persönlichen Kundenkontakt mit digitaler Wertschöpfung flankieren. Gerade wenn es um die Sicherheit bei eigenen Gesundheitsfragen geht, ist Kunden der physische Kontakt wichtig – auch wenn sie ansonsten digitalaffin sind“, erklärt Apotheker Dr. Sven Simons, Präsidiumsmitglied und Vorsitzender der Kommission pharmazeutische Kompetenz des MVDA e. V.

Pharmazie und Digitalisierung – das geht!

Gesellschaft im kulturellen und technologischen Umbruch. Diversifiziertes Kundenverhalten. Neue Geschäftsmodelle, die direkt auf die Kunden zugreifen wollen – an der Distributionsrolle der Apotheke vorbei. Dies macht ein immer schnelleres Handeln erforderlich. „Inhabergeführte Apotheken brauchen einen Sparringspartner, der sich unter Wahrung ihrer Interessen darum kümmert, diese Entwicklungen zu antizipieren, zu bewerten und fertige Tools zu entwickeln“, erläutert Volker Karg, Vorstand der LINDA AG. „Wir als Kooperation nehmen die Belange der Endkunden auf und überführen sie in unsere Serviceangebote. Unsere Mitglieder müssen dann nur noch `machen`,“ so Karg. Ein Beispiel dafür ist das Digitalangebot „LINDA 24/7“, eine in seiner Form einzigartigen Symbiose aus Apotheken-Onlineshop und Apotheken App mit integriertem Kundenbindungsprogrammen, flankiert durch die bei 60 Prozent liegenden Bekanntheit der Marke LINDA sowie einer Customer Journey ausgerichteten Vermarktung.

LIAM – erste Erfolge

LIAM ist maßgeblich unter apothekerlicher Begleitung entwickelt worden und wurde im Januar 2019 gelauncht. Aktuell nehmen 150 Apotheken teil. Momentan können LINDA Mitglieder mit bestimmten ADG- und Awinta-Warenwirtschaftssystemen partizipieren. Über den gesamten Entwicklungsprozess hinweg wurde LIAM sowie erste daraus gewonnene wissenschaftliche Erkenntnisse durch die Universität Bonn auf nationalen und internationalen Kongressen im Rahmen von Posterbeiträgen oder Kurzvorträgen präsentiert und mit der Fachöffentlichkeit diskutiert.



Bildunterschrift:

LINDA Apotheken Kooperation gewinnt mit LIAM Vision A Award Gold in der Kategorie „Apps & Co Apothekenteams“

v.l.n.r.: Apotheker Dirk Vongehr, Präsidiumsmitglied MVDA e. V; Carsten Morgens-
stern, LINDA AG; Vanessa Bandke, LINDA AG; Apotheker Dr. Sven Simons, Prä-
sidiumsmitglied MVDA e. V.; Apotheker Klaus Lieske, Präsidiumsmitglied MVDA e.
V.; Ingo Hofmann, LINDA AG

Das Bildmaterial ist unter Angabe der Quelle „LINDA Apotheken/LINDA AG“ kostenfrei nutzbar.

Zu LINDA Apotheken / LINDA AG

Die LINDA Apotheken sind ein qualitätsorientierter Zusammenschluss eigenständiger Apotheker, die den kommunikativen Vorteil der Dachmarke LINDA im Dialog mit der Öffentlichkeit und den Kunden nutzen. Die LINDA Apotheken stehen für Qualität, verbraucherorientiertes Marketing und besondere Kundennähe. Mit rund 1.000 angeschlossenen Apotheken ist LINDA die deutschlandweit größte und bekannteste Premium-Apothekendachmarke selbstständiger Apotheker und Marktführer in ihrem Segment¹. Dies bestätigen die Ergebnisse verschiedener unabhängiger, repräsentativer Studien renommierter Institutionen: Mehr als 60 Prozent der Bevölkerung kennt die LINDA Apotheken². LINDA Apotheken verfügen über die beste Beratung³, einen ausgezeichneten Service^{3,4} und den besten Markenauftritt^{5,6,7}, das höchste Vertrauen⁸ und das beste Kundenmarketing⁹. Die Qualitätsdachmarke LINDA wurde 2017 mit dem 1. Platz/Gold des German Brand Awards ausgezeichnet. Darüber hinaus zeichnete die Zeitschrift FOCUS-MONEY die LINDA Apotheken für die „höchste Weiterempfehlung“ von Kunden aus¹⁰. In der Favoritenstudie der Sempora Consulting GmbH belegt LINDA zudem den ersten Platz in der Kategorie 'Freiwahlkonzepte'¹¹. Die LINDA AG ist Eigentümerin der Apothekendachmarke LINDA Apotheken. Sie setzt sich für eine zukunftsorientierte Positionierung der selbstständigen inhabergeführten Apotheken, unter besonderer Wahrung derer Eigenständigkeit und Unabhängigkeit, ein. Sitz der LINDA AG ist Köln.

¹Platz 1 "Beste Apothekenkooperation", u.a. Kategorie überregionale, GH-orientierte Kooperationen, Kooperations-Award PharmaRundschau 2012, 2013, 2014, 2015; inspirato Industry Award 2017, Platz 1 Apothekenkooperationen, „Zukunft Apotheke 2017“; ²Marktforschungsergebnis unter Verbrauchern 2015; targeted! Marketing Research & Consulting, Frankfurt a.M.; ³Testsieger "Apothekenkooperationen Beratung & Service" 9/2012 & 09/2014 und 10/2016, DtGV (Deutsche Gesellschaft für Verbraucherstudien mbH) und N24; DtGV-Service-Award 2017, „Beratung vor Ort“ im Segment Gesundheit, DtGV (Deutsche Gesellschaft für Verbraucherstudien mbH) und N24; Platz 2 „Beste Servicequalität“ 2016/2017 in der Kategorie Lebensmittel & Gesundheit, stat. Einzelhandel: Apotheke, Platz 3 „Beste Servicequalität“ 2017/2018 in der Kategorie Apotheke, stat. Einzelhandel, TEST Bild; ⁴Nr. 1 der Apotheken-Kooperationen, Studie "Service-Champions" 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017 und 2018, Service Value GmbH und DIE WELT; ⁵Sempora-Studie 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016; Sempora Consulting GmbH; ⁶Goldmedaille in der Kategorie "Marketing", coop-Studie 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, Apotheken Management-Institut; Platz 1 "Beste Marketingunterstützung" & "Zukunftsfähigkeit", Apotheken Management Institut, Coop Study 2017, Platz 1 "Innovationskraft", "Beste Marketingunterstützung" & "Beste Gewinnorientierung" Coop Study 2018; Platz 1 "Beste Marketingunterstützung" & "Bestes Category Management" Coop Study 2019; ⁷„Gold“-Auszeichnung für „LINDA“ sowie Prädikat „Special Mention“ für „greenLINDA“, German Brand Award 2017; Auszeichnung zur "Marke des Jahrhunderts" in der Produktgattung Apotheke, Markenpreis des Verlags Deutsche Standards Editionen GmbH, 2012, 2015 & 2016; ⁸Nr. 1 der Apothekenkooperationen, Auszeichnung "Höchstes Kundenvertrauen" 2014, 2015, 2016 & 2017, Service Value GmbH, WirtschaftsWoche Ausgabe 40/2014, 47/2015, 48/2016 & 41/2017; ⁹Auszeichnung für das "Beste Kundenmarketing", Inspirato Pharma Marketing Award 2015; ¹⁰Branchensieger „Von Kunden empfohlen, höchste Weiterempfehlung“ FOCUS-MONEY in Zusammenarbeit mit der Service Value GmbH, Ausgabe 27/17; Gesamtwertung "sehr gut"/Auszeichnung "Fairster Apothekenverbund", 2014, 2015, 2016, FOCUS-MONEY in Zusammenarbeit mit der Service Value GmbH, Ausgabe 36/2014, im Test 11 Apothekenverbünde, Ausgabe 36/2015, im Test 11 Apothekenverbünde; Ausgabe 36/2016, im Test 10 Apothekenverbünde; Ausgabe 27/2018 ¹¹Platz eins für das beste Freiwahlkonzept, Favoritenstudie der Sempora Consulting GmbH, 2016.

KONTAKT

LINDA Aktiengesellschaft

Vanessa Bandke

Leitung Marketing & Kommunikation

Emil-Hoffmann-Straße 1a

50996 Köln

t +49 (0) 2236 84878-74

f +49 (0) 2236 84878-40

bandke@linda-ag.de

www.linda-ag.de

www.facebook.com/LINDA.Apotheken

app.linda.de