apothekia® | KYTE-TEC

apothekia® INSIGHTS

Eine KYTE-TEC Couponing-Aktion aus Sicht der Apothekenteams

Ergebnisse aus zwei Befragungen nach Abschluss einer KYTE-TEC® Couponing-Aktion in Verbindung mit einer begleitenden apothekia® OTC-Produktschulung mit integriertem POS-Aktionstraining für Apotheker:innen, PTA und PKA

ERSTELLT VON
apothekia GmbH

STAND
Oktober 2026

apothekia® INSIGHTS

Setup der Aktion

Wie apothekia® diese POS-Aktion begleitet hat.

Ausgangslage

Eine Couponing-Aktion bringt den Coupon in die Apotheke. Ob er eingelöst wird, entscheidet sich am Handverkaufstisch. Dort braucht es ein Team, das die Aktion kennt, das POS-Material richtig einsetzt und den Coupon von sich aus anspricht.

Wie apothekia® die Couponing-Aktion von KYTE-TEC unterstützt hat

apothekia® Training zu OTC-Produktwissen

Wirkprinzip, Zielgruppe und Abgrenzung zum Wettbewerb. Damit trägt die Empfehlung am Handverkaufstisch auch fachlich und unterstützt den Einsatz der KYTE-TEC Coupons über eine gezielt erzeugte Wissensbasis im Apothekenteam.

apothekia® Training zu POS-Aktionswissen

Mechanik des Coupons, Einlösung an der Kasse, Bestellmöglichkeit und Platzierung des POS-Materials.
Realisierung eines Schulungsvideos zum richtigen Einsatz des POS-Materials in der Testapotheke von apothekia® unter Realbedingungen.

apothekia® Promotion über die gesamte Laufzeit der POS-Aktion

Newsletter, Social Media, PopUp im apothekia® Portal und Gewinnspiel halten die Aktion über die verschiedenen HCP-Kanäle von apothekia® während des Aktionszeitraums präsent und erzeugen zusätzliche Touchpoints zum Brand und der Aktion für das Apothekenteam

Der Kern: eine individuelle GROW-Kampagne*.

apothekia® GROW baut Marken-Awareness im Apothekenteam in fünf Stufen auf.
So war die POS- und Trainingsaktion aufgebaut:

STUFE 01

Aufmerksamkeit erzeugen

- Social Media
- Newsletter
- PopUp im Portal

AKTIV

Monat 1 | Monat 2 | Monat 3

STUFE 02

Wissen im OTC-LOFT

- Brand News
- To Go Video
- Quiz mit Bestehensnachweis

AKTIV

Monat 1 | Monat 2 | Monat 3

STUFE 03

Incentivierung von PTA, PKA & Apotheker:innen

- Prämienpunkte je bestandenem Wissens-modul
- Gewinnspiel

AKTIV

Monat 1 | Monat 2 | Monat 3

STUFE 04

POS-Aktivierung von PTA, PKA & Apotheker:innen

- Couponing-Aktion von KYTE-TEC
- POS-Materialien erklärt direkt bestellbar über apothekia®

AKTIV

Monat 1 | Monat 2 | Monat 3

STUFE 05

Empfehlung & Messung

- Empfehlung am HV
- Markendashboard 24/7
- Panel-Befragung

AKTIV

Monat 1 | Monat 2 | Monat 3

***Typischer Einsatz für eine apothekia® GROW-Kampagne:** Normales OTC-Produkttraining · Launch · Relaunch · saisonale Vermarktungs-kampagne · Couponing · POS-Aktion · Sampling · Unterstützung und Verlängerung von Vor-Ort-Schulung durch den Außendienst.

Jede Stufe ist einzeln buchbar. Für diese Aktion wurde das Setup auf die Laufzeit, das Budget und die Aktionsmechanik individuell zugeschnitten.

Quelle: apothekia® GROW-Kampagnenmodell, Belegung in dieser Aktion.

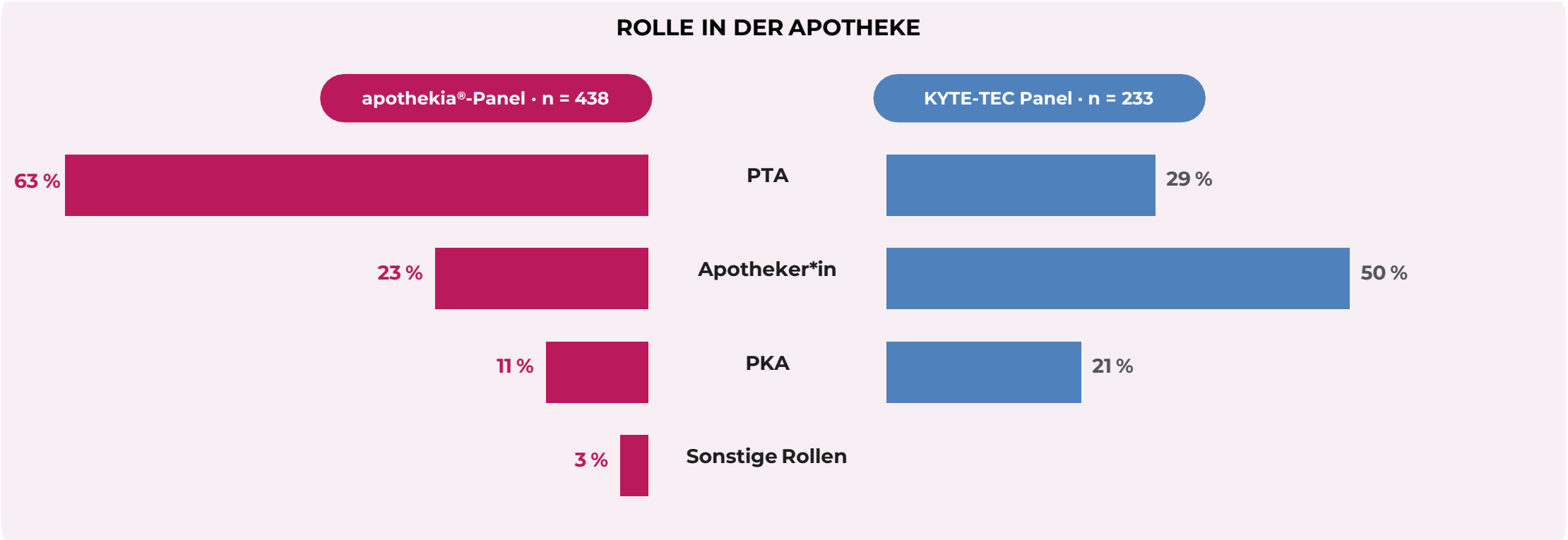
apothekia® INSIGHTS

Ergebnisse

Ziel und Anlage der Auswertung.

Ziel

Nach Abschluss der KYTE-TEC Couponing-Aktion wurde erhoben, wie die Aktion in den Apotheken angekommen ist. Befragt wurden zwei Gruppen: die apothekia® Community, die das Produkt- & POS-Training absolviert hat, und die teilnehmenden KYTE-TEC Apotheken.



Wie die Teams die Aktion bewerten.

„Wie bewertest du den Erfolg der Couponing-Aktion in eurer Apotheke?“

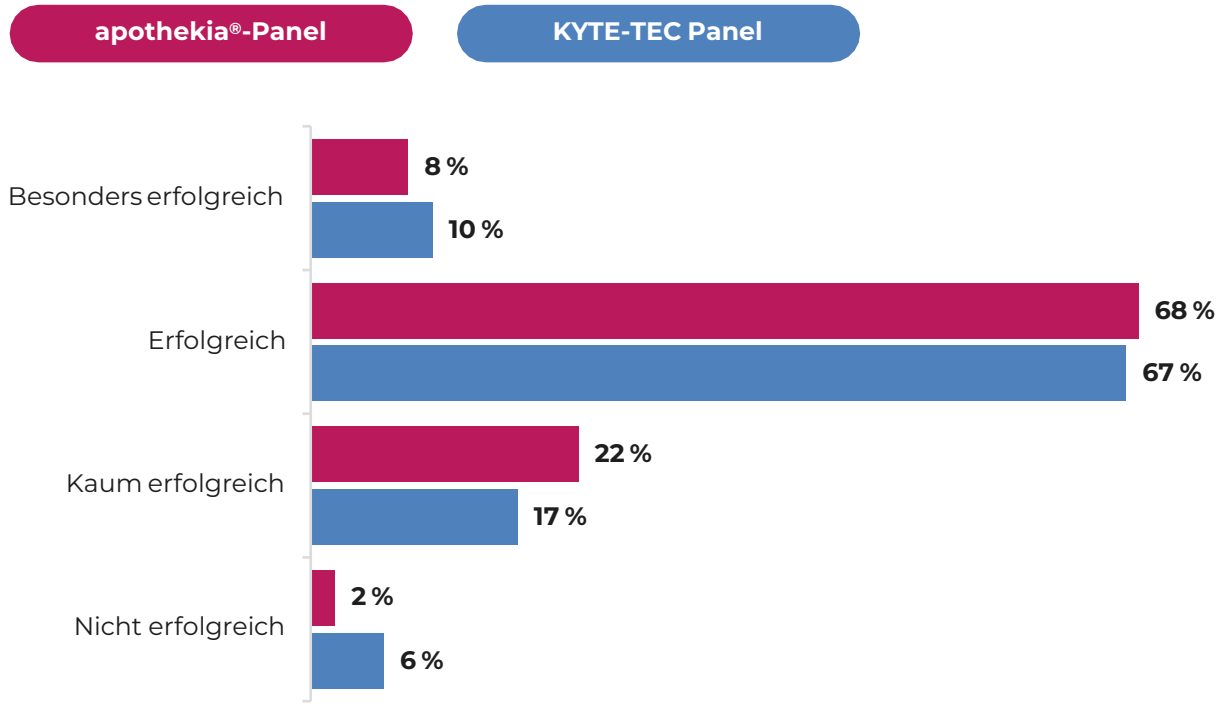
BEWERTEN DIE AKTION ALS ERFOLGREICH ODER BESONDERS ERFOLGREICH

76 %

apothekia®-Panel · Basis 286

77 %

KYTE-TEC Panel · Basis 208



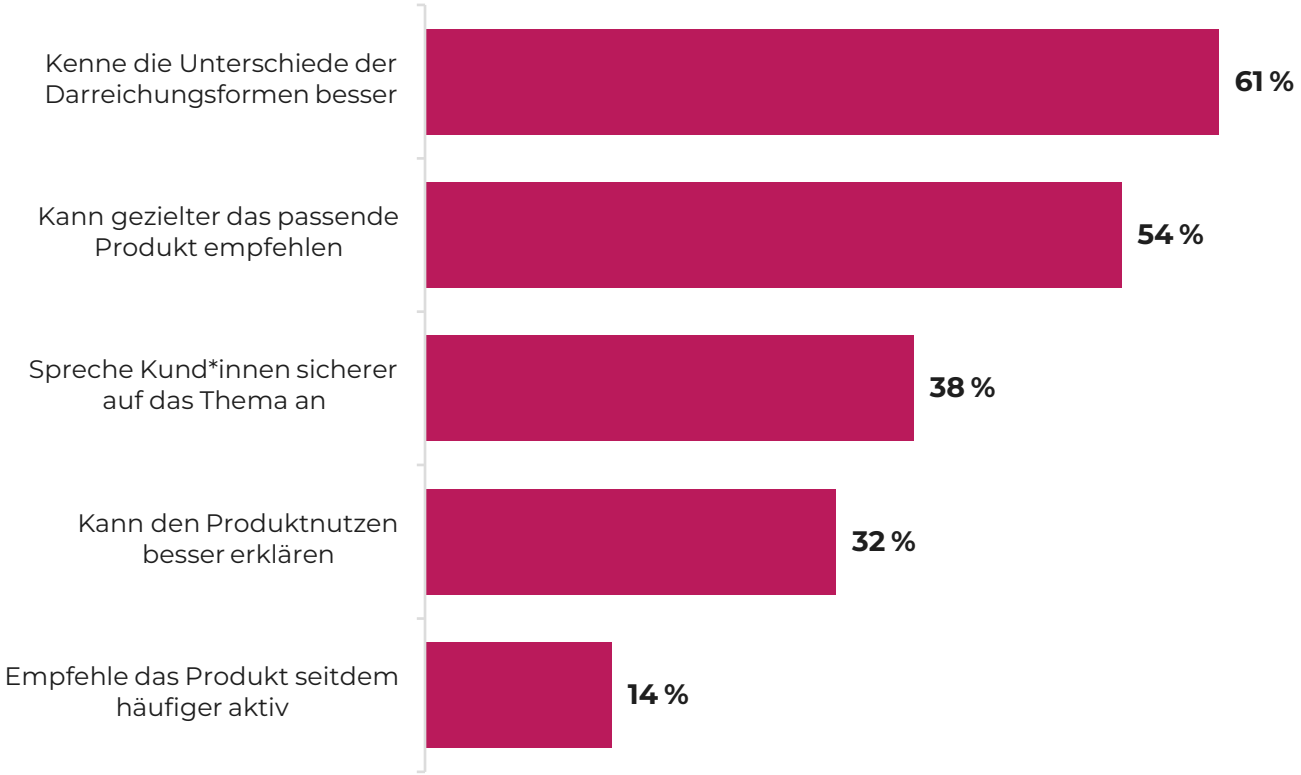
Basis: alle User mit Erfolgseinschätzung. Ohne Erfolgseinschätzung: 22 Teilnehmende bzw. 9 Apotheken – nicht in der Basis.

Beide Erhebungen kommen zum gleichen Ergebnis.
Rund drei Viertel bewerten die Aktion als erfolgreich – unabhängig vom befragten Panel.

Quellen: apothekia® Nutzerbefragung, n = 438 (27.08.–06.09.2026) · Befragung der Aktionsapotheken über KYTE-TEC, n = 233 (10.–18.09.2026). Selbstauskunft.

Was das Training in der Beratung verändert.

„Welche Aussagen treffen auf dich zu, seit du das Training absolviert hast?“ (Mehrfachnennung)



93 %

berichten mindestens einen konkreten Beratungseffekt

Gegenwert zu „Keine der Aussagen trifft zu“: 7 %

71 %

bewerten das apothekia® Produkt & POS-Training als hilfreich für die Umsetzung der POS-Couponing-Aktion

Frage: „Wie hilfreich war das Training?“ (n = 438)

apothekia®-Panel · n = 438

Quelle: apothekia® Nutzerbefragung zur Couponing-Aktion, n = 438, Feldzeit 27.08.–06.09.2026 (Selbstauskunft).

Was am Handverkaufstisch passiert ist.

Das Verhalten der Teams im Aktionszeitraum – jeweils mit der vollständigen Antwortverteilung.

UMSETZUNG IM VERGLEICH ZU COUPONING-AKTIONEN OHNE TRAINING · BASIS n = 308 TEILNEHMENDE

56 %

haben die Aktion aktiver umgesetzt

AKTIVE KUNDENANSPRACHE IM AKTIONSZEITRAUM · BASIS n = 308 TEILNEHMENDE

92 %

haben Kund*innen von sich aus angesprochen

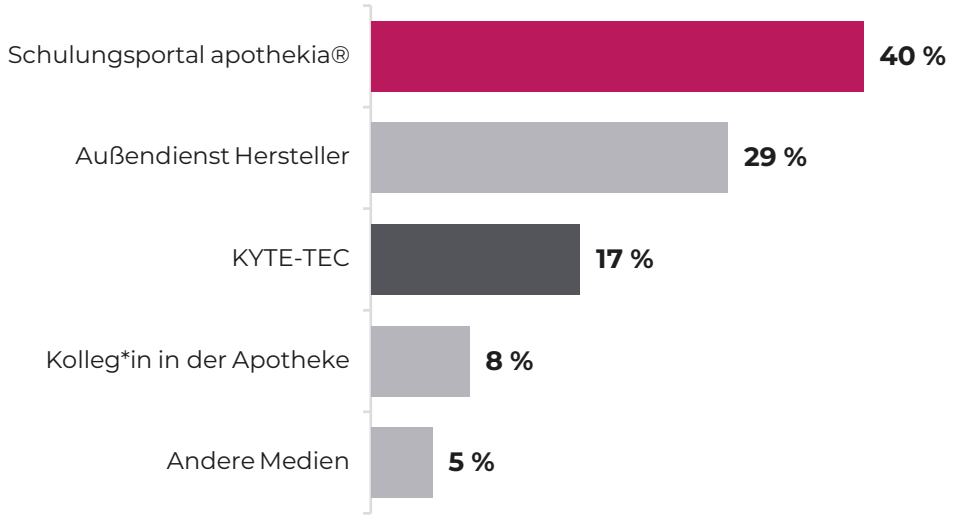
apothekia®-Panel · n = 438

Quelle: apothekia® Nutzerbefragung zur Couponing-Aktion, n = 438, Feldzeit 27.08.–06.09.2026 (Selbstauskunft).

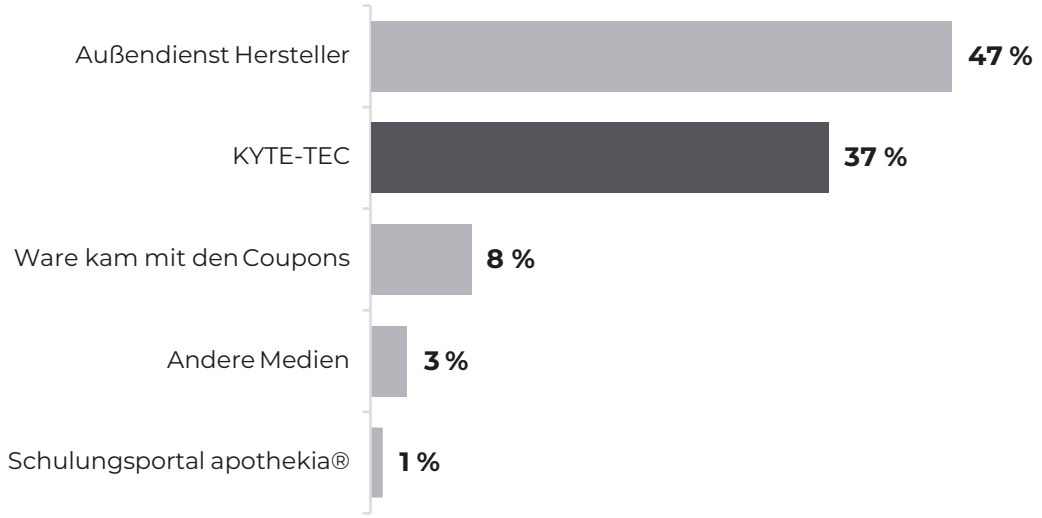
Wie die Apotheken von der Aktion erfahren.

„Über welchen Weg haben Sie zuerst von der Couponing-Aktion erfahren?“

apothekia®-Panel · n = 438



KYTE-TEC Panel · n = 233



Die Kanäle konkurrieren nicht, sie ergänzen sich. Jeder Kanal erreicht zuerst sein eigenes Publikum – im apothekia®-Panel das Schulungsportal, bei den Aktionsapotheken Außendienst und KYTE-TEC.

Und die Information bleibt nicht bei einer Person: **51 %** der Befragten im apothekia®-Panel geben die Inhalte aktiv im Team weiter.

Quellen: apothekia® Nutzerbefragung, n = 438 (27.08.–06.09.2026) · Befragung der Aktionsapotheken über KYTE-TEC, n = 233 (10.–18.09.2026). Selbstauskunft.

Erster Abgleich mit den Einlösungsdaten.

Eine zweite, unabhängige Messung – nicht Selbstauskunft, sondern Transaktionsdaten.

+ 19,5 %

mehr Coupon-Einlösungen im Durchschnitt in den apothekia® geschulten Apotheken im Vergleich zu an der Couponing-Aktion teilnehmenden Apotheken ohne apothekia® Produkt- & POS-Schulung

Zwei unabhängige Messwege, dieselbe Richtung

56 % der Geschulten geben in der Befragung an, aktiver umgesetzt zu haben als bei Aktionen ohne Training – die Einlösungsdaten zeigen denselben Zusammenhang.

Quelle: Abgleich Trainingsteilnahme × Coupon-Einlösung auf Apothekenebene (BGA-Nummer).

Was künftig hilft – aus beiden Perspektiven.

Die Frage nach der künftigen Unterstützung wurde in beiden Erhebungen gestellt. (Mehrfachnennung)

apothekia®-Panel · n = 438

Nichts – die Unterstützung war ausreichend	**32 %**
Mehr bzw. frühere Informationen zur Aktion	**25 %**
Erinnerungen während des Aktionszeitraums	**22 %**
Auffälligere Materialien für Sichtwahl/HV	**21 %**
Zusätzliche Beratungstipps	**17 %**

KYTE-TEC Panel · n = 233

Frühere Ankündigung der Aktionen	**36 %**
Attraktivere Konditionen	**35 %**
Weniger parallel laufende Aktionen	**31 %**
Produkt- und Aktionsschulung fürs Team	**23 %**
Erinnerungen während des Aktionszeitraums	**20 %**

Der gemeinsame Nenner: mehr Vorlauf.

Frühere Information zur Aktion ist in beiden Erhebungen der meistgenannte inhaltliche Wunsch – 25 % im apothekia®-Panel, 36 % bei den Aktionsapotheken. Erinnerungen während der Laufzeit folgen mit 22 % bzw. 20 %.

Quellen: apothekia® Nutzerbefragung, n = 438 (27.08.–06.09.2026) · Befragung der Aktionsapotheken über KYTE-TEC, n = 233 (10.–18.09.2026). Selbstauskunft.

apothekia® INSIGHTS

Fazit

Fazit der Auswertung.

Die Aktion hat in den Apothekenteams funktioniert – und beide Befragungen zeigen dasselbe Bild.

+ 19,5 %

mehr Coupon-Einlösungen je geschulter Apotheke · Zwischenstand

56 %

haben die Aktion aktiver umgesetzt als Aktionen ohne Training

76 % / 77 %

bewerten die Aktion als erfolgreich – in beiden Panels nahezu identisch

92 %

haben Kund*innen von sich aus auf den Coupon angesprochen

Die Kanäle von apothekia® und KYTE-TEC® konkurrieren nicht – sie ergänzen sich über die Laufzeit.

Außendienst und KYTE-TEC stoßen die Aktion an und bringen Coupons und POS-Material in die Apotheke. **apothekia® verlängert die POS-Aktion über den gesamten Kampagnenzeitraum:** Das Training steht ab Aktionsstart bereit, dazu kommen wiederkehrende Impulse über die Laufzeit, bestehend aus Social-Media-, E-Mail-Marketing- und weiteren Aktivierungsbausteinen.
So bleibt die Coupon-Aktion über drei Monate im Team präsent und liefert viele zusätzliche Touchpoints mit der OTC-Marke und der POS-Aktion.

Quellen: apothekia® Nutzerbefragung, n = 438 (27.08.–06.09.2026) · Befragung der Aktionsapotheken über KYTE-TEC, n = 233 (10.–18.09.2026). Selbstauskunft.

KONTAKT apothekia

Wir freuen uns auf Sie.

KONTAKTINFO

T 0221 168877-42
F 0221 168877-10
sales@apothekia.de

Termin vereinbaren

ANSCHRIFT

apothekia GmbH
Venloer Str. 25
50672 Köln

Marcus Kroll
Geschäftsführender
Gesellschafter

Fabian Schultes
Sales-Manager

Jonathan Wiese
Junior Projektmanager

apothekia

KONTAKT KYTE-TEC

Wir freuen uns auf Sie.

Kyte-Tec GmbH
Kirchstr. 7
61462 Königstein

Fabian Zink
Geschäftsführer
+49 162 254 1940
f.zink@kyte-tec.com

Termin vereinbaren

Anika Franke
Geschäftsleitung
+49 151 550 600 56
a.franke@kyte-tec.com

Termin vereinbaren

KYTE-TEC