

QUINTESSSENCE

DAS WICHTIGSTE ZUM THEMA SELF CARE

2023

Eine Strategie für Self Care:

VISIONEN DER PRÄSIDENTIN S. 4

Visueller Rückblick:

FOTOALBUM VON DER JAHRESTAGUNG S. 8

Jahrestagung 2023:

DIGITAL NOW! SELF CARE-EXPERIENCE INNOVATIV S. 12



EDITORIAL

**SEHR GEEHRTE MITGLIEDER,
SEHR GEEHRTE FREUNDE DER IGEPHA,**



legen Sie mit der IGEPHA wieder Ihren Finger an den Puls der Zeit! Wie immer bieten wir Ihnen Expertise und Unterstützung zu jenen Themen an, die sich aktuell als große Herausforderungen erweisen. So steht in nationalen wie auch europäischen Gremien die Frage im Fokus, welchen Beitrag die Self Care-Industrie zu Klimaschutz und Nachhaltigkeit leisten soll.

Als Interessenvertretung der Self Care-Industrie bezieht die IGEPHA auch in dieser Diskussion klar Stellung und weist auf Schwachstellen entsprechender Verordnungsentwürfe hin. Ein sehr kontrovers diskutiertes Thema ist beispielsweise das in Revision befindliche europäische Arzneimittelrecht. Ein Entwurf birgt unter anderem die Gefahr, dass bewährte antimikrobielle Arzneimittel, etwa gegen Fußpilz oder Lippenherpes, den rezeptfreien Status verlieren. Die IGEPHA setzte sich mit den zuständigen Stellen in Verbindung und brachte gezielt Argumente ein, die auf die Nachteile diese Änderung hinweisen. Nicht umsonst setzen wir uns schon seit Jahren für den Ansatz einer gesamtgesellschaftlichen Self Care-Strategie ein. Sie würde

den Zugang der Bevölkerung zu bewährten OTC-Präparaten sicherstellen und Probleme wie das beschriebene nachhaltig zu lösen.

Sehr stolz bin ich in diesem Zusammenhang auf die Nachhaltigkeitsprojekte, die in den IGEPHA-Mitgliedsbetrieben durchgeführt werden – wir berichteten auf unterschiedlichen Social Media-Kanälen darüber. Die Informations- und Weiterbildungsangebote der IGEPHA zum Thema Nachhaltigkeit werden gut angenommen – eine eigene Rubrik hält Sie im IGEPHA-Newsletter sowie im Membersbereich auf www.igepha.at dazu auf dem Laufenden.

Als wahres Erfolgsmodell hat sich die im Vorjahr beschlossene Flatrate für das IGEPHA-Fortbildungsprogramm erwiesen: So viele Personen wie noch nie nützten die erstklassigen Informationsangebote, virtuell wie auch in Präsenz. So unterstützt die IGEPHA ihre Mitglieder, den Wissensstand im Unternehmen zu heben, regulatorische Änderungen und technologische Umwälzungen besser zu verstehen und von Entwicklungsprozessen zu profitieren.

Weiterbildung wirkt nach innen, Networking-Formate wie die IGEPHA-Kamingespräche nach außen: In entspannter Atmosphäre tauschen sich Manager:innen der Self Care-Industrie mit Politiker:innen und Entscheidungsträger:innen des Gesundheitsbereichs aus. Diskutiert wird dabei zum Beispiel die Stärkung der Gesundheitskompetenz in der Bevölkerung als grundlegende Voraussetzung für aktive und erfolgreiche Self Care.

Welche Vorteile eine nationale Self Care-Strategie bietet und wie sich die Self Care-Industrie in der digitalen Landschaft präsentiert, lesen Sie auf den folgenden Seiten. Danke für Ihr Interesse!

Herzlichst, Ihre

Mag. Christina Nageler
Geschäftsführerin der IGEPHA

INHALT

4 **VISIONEN FÜR DEN
SELF CARE-MARKT**
IGEPHA-Präsidentin Mirjana
Mayerhofer zu den Vorteilen einer
Self Care-Strategie

8 **DAS WAR DIE
JAHRESTAGUNG 2023**
Visuelle Erinnerungen an das
Networking-Highlight

10 **HIGHLIGHTS AUS DER IGEPHA-
GENERALVERSAMMLUNG**
Die wichtigsten Themen im
Überblick

12 **VERÄNDERTE WELT -
NEUES VERHALTEN?**
Analysen von Gudrun Auinger
und Markus Zimmer

14 **KLIMA BESCHÄFTIGT DIE
SELF CARE-INDUSTRIE**
IGEPHA setzt sich für
Anliegen der Mitglieder ein

15 **SAVE THE DATE!**
Veranstaltungen 2024

VISIONEN FÜR DEN SELF CARE-MARKT

SELF CARE KOSTET DAS GESUNDHEITSSYSTEM NICHTS, BRINGT ABER JEDER UND JEDEM EINZELNEN VIEL. DAS IST GANZ KLAR EINE WIN-WIN-SITUATION! AUS SICHT DER IGEPHA IST ES LÄNGST AN DER ZEIT, SELF CARE STRATEGISCH IM ÖSTERREICHISCHEN GESUNDHEITSSYSTEM ZU IMPLEMENTIEREN.

Self Care hat eine private Seite, aber auch eine gesamtgesellschaftliche. So konnten die Wissenschaftler Cosima Bauer, M.A., und Prof. Dr. Uwe May in einer wissenschaftlichen Studie berechnen, welche enormen sozialen und ökonomischen Effekte die Self Care in Österreich hat.

Dieser Studie¹ zufolge sparen Krankenkassensysteme pro Fall, in dem ein Patient Self Care anwendet, statt eine ärztliche Behandlung in Anspruch zu nehmen, gut 25 Euro. Diese Einsparungen umfassen Arzneimittelkosten sowie Kosten für die ärztliche Honorierung. So werden wertvolle Ressourcen für schwerwiegendere Fälle geschont.

Auch die nationale Volkswirtschaft profitiert von der Self Care: Durch ihre Anwendung können durchschnittlich pro Fall rund 23 Minuten Arbeitszeitausfall vermieden werden, die sonst aufgrund von Krankheitszeit und durch Arztbesuche während der Arbeitszeit anfallen. Monetär entspricht dies einem Wert von ca. 12,50 Euro pro Behandlungsfall!

Self Care findet in Österreich tagtäglich und

ganz selbstverständlich statt. May und Bauer berechneten, dass es bereits jetzt rund 28,6 Millionen Fälle leichterer Erkrankungen jährlich gibt, in denen ein Arztbesuch durch Self Care substituiert werden kann – wertvolle ärztliche Kapazität, die so für ernste Krankheitsfälle freigespielt würde.

Die österreichische Bevölkerung insgesamt betreibt heute schon mehr als 78 000 mal pro Tag Self Care. Die bewährten oder auch innovativen, auf jeden Fall aber immer qualitativ hochwertigen und wirksamen Self Care-Produkte hierzu erwerben sie selbst. Da hierbei auch keine Rezeptzuzahlungen in Anspruch genommen werden, ersparen die Konsument:innen dem Gesundheitssystem so jährlich insgesamt über 48 Millionen Euro.

Schauplatzwechsel: Die Arztordinationen

¹ May, U., Bauer, C., et al.: Self-Medication in Europe: Economic and Social Impact on Individuals and Society. In: Gesundheitsökonomie und Qualitätsmanagement. Abrufbar unter: https://eref.thieme.de/ejournals/1439-4049_efirst?contaxt=ejournal&contaxtld=1439-4049_efirst#/10.1055-a-2089-5142



„Aus Perspektive der Krankenversicherungen werden jährlich Ressourcen von über 717 Millionen Euro durch Self Care freigesetzt.“

sind überlastet, in etlichen Gemeinden können Hausarztstellen nach Pensionierungen gar nicht mehr besetzt werden. Gäbe es keine Self Care, würde das System wohl nahezu zusammenbrechen. Denn der Wegfall der eigenverantwortlichen Behandlung mit hochwertigen Self Care-Produkten würde bedeuten, dass rund 2700 ärztliche Vollarbeitskräfte zusätzlich zur Verfügung stehen müssten.

Aus Perspektive der Krankenversicherung werden jährlich Ressourcen von über 717 Millionen Euro durch Self Care freigesetzt. Die nationale Volkswirtschaft erspart sich insgesamt 359 Millionen Euro, wenn Arbeitnehmer:innen eben nicht während ihrer Arbeitszeit zum Arzt bzw. zur Ärztin gehen müssen und zudem mithilfe der Self Care generell wieder schneller gesund und fit für die Arbeit sind.

Diese wissenschaftlich fundierte Analyse zeigt, wie wertvoll Self Care für das Gesundheitssystem und die Volkswirtschaft ist. Daher engagiert sich die IGEPHA für eine nationale Self Care-Strategie.

Erklärte Ziele hierbei sind:

- **Self Care als tragende Säule des Gesundheitssystems in alle Bereiche des öffentlichen Lebens zu implementieren,**
- **Self Care in alle Gesundheitskampagnen einfließen zu lassen,**
- **Gesundheitsdienstleister:innen zu Self Care-Expert:innen auszubilden und schließlich**
- **die Gesundheitskompetenz aller Menschen zu stärken.**

Ganz wichtig ist hierbei, dass alle am Gesundheitssystem Beteiligten Self Care stets präsent haben, wenn es um die Frage nach den besten Lösungen für die Gesundheit der Bevölkerung geht. Der rote Faden: Möglichst viel Eigenverantwortung für ein gesundes Leben – mit maximaler Unterstützung durch die politisch Verantwortlichen!

Mag. Mirjana Mayerhofer
IGEPHA-Präsidentin

SELF CARE-STRATEGIE: WORAUF KOMMT ES AN?

Auf dem Weg zu einer nationalen Self Care-Strategie macht es Sinn, immer wieder einmal über den eigenen Tellerrand zu blicken: Welchen Stellenwert hat Self Care in anderen Ländern? Welche Konzepte haben sich als erfolgreich erwiesen?

IGEPHA-Präsidentin Mag. Mirjana Mayerhofer hat sich international umgeschaut.

Welche Fortschritte haben andere Länder bei der Implementierung einer Self Care-Strategie erzielt? Positives hört man dazu ja aus Großbritannien ...

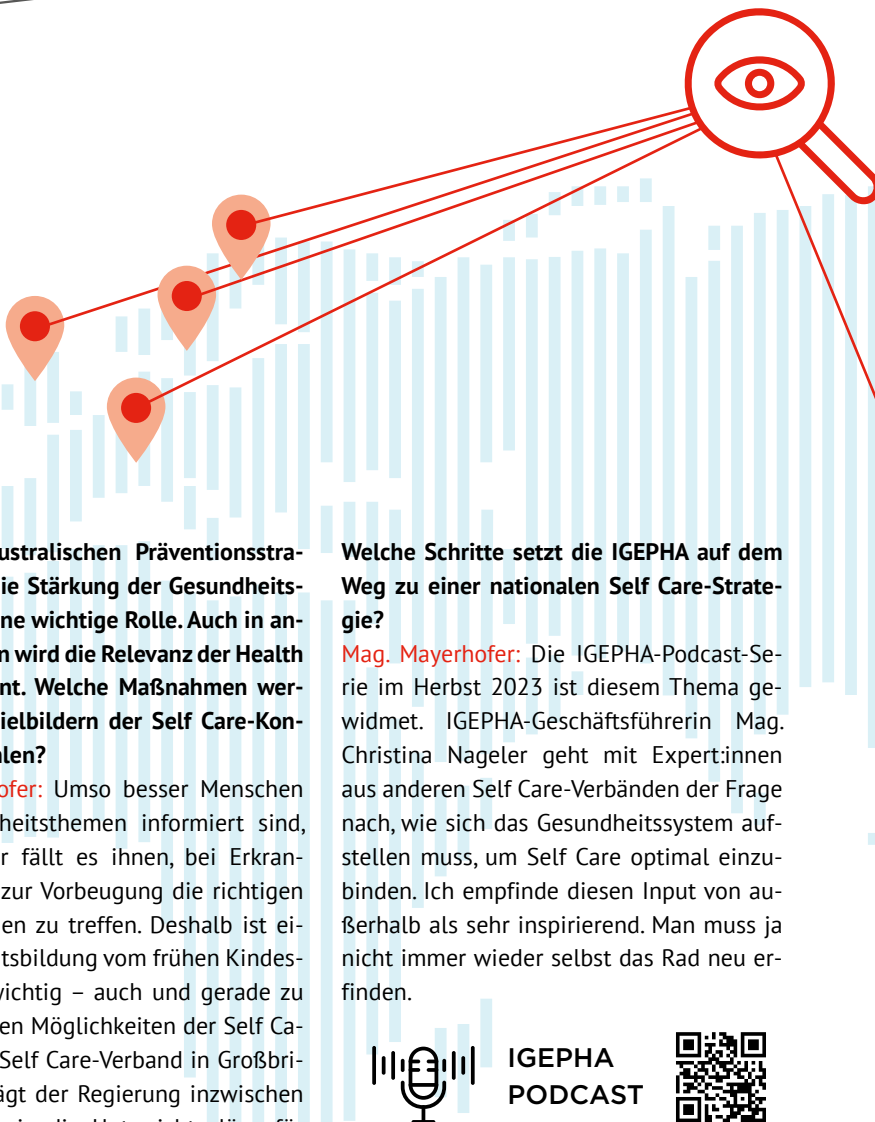
Mag. Mayerhofer: Das britische Gesundheitssystem steht vor massiven Herausforderungen. Da wurde in der Vergangenheit sicherlich nicht alles richtig gemacht. Bei Maßnahmen zur Stärkung der Self Care ist der National Health Service (NHS) allerdings weit fortgeschritten. PAGB, die Schwesterorganisation der IGEPHA, hat einen Entwurf für eine Self Care-Strategie entwickelt, aus dem ein Großteil der Ideen in ein neues Programm des NHS übernommen wurde. Geplant ist zum Beispiel ein Liberalisierungsschritt bei der Abgabe von bislang rezeptpflichtigen Arzneimitteln bei sieben häufig auftretenden Indikationen, wie Nasennebenhöhlenentzündung oder auch unkomplizierten Harnwegsinfektionen. Bei diesen Erkrankungen sollen künftig britische Apotheker:innen, die entsprechend dafür ausgebildet wurden, die Option erhalten, über die Abgabe von bestimmten, von der Regierung dafür vorgesehenen Rx-Präparaten zu entscheiden.

Aus welchen anderen Ländern gibt es positive Beispiele?

Mag. Mayerhofer: In der Schweiz wurde das Franchising Modell netCare etabliert. Dabei führen Apotheker:innen bei mehr als 31 Indikationen von A wie Akne bis Z wie Zeckenstich nach einem wissenschaftlich fundierten Leitfaden die Erstabklärung und mithilfe einer Webapplikation weiterführende Beratungen durch. Dabei findet eine Triage statt: Die Apothekerin bzw. der Apotheker entscheidet, ob die Patientin bzw. der Patient an eine ärztliche Ordination überwiesen werden sollte. Laut einer Studie spart der netCare-Triage-Ansatz 13 % an Kosten ein.

In Finnland setzt sich der Gesundheitsminister für eine Stärkung der Rolle der Patient:innen bei der Behandlung von leichten Erkrankungen ein und unterstützt die Integration von Self Care ins Gesundheitssystem.

In Schweden arbeitet man an einem Unterstützungssystem für die Selbstversorgungsberatung in der Apotheke. Und Australien hat zwar keine nationale Self Care-Strategie, dafür aber eine nationale Präventionsstrategie.



Bei dieser australischen Präventionsstrategie spielt die Stärkung der Gesundheitskompetenz eine wichtige Rolle. Auch in anderen Ländern wird die Relevanz der Health Literacy betont. Welche Maßnahmen werden in den Zielbildern der Self Care-Konzepte empfohlen?

Mag. Mayerhofer: Umso besser Menschen über Gesundheitsthemen informiert sind, umso leichter fällt es ihnen, bei Erkrankungen oder zur Vorbeugung die richtigen Entscheidungen zu treffen. Deshalb ist eine Gesundheitsbildung vom frühen Kindesalter an so wichtig – auch und gerade zu den vielfältigen Möglichkeiten der Self Care. PAGB, der Self Care-Verband in Großbritannien, schlägt der Regierung inzwischen vor, Self Care in die Unterrichtspläne für die Primär- und Sekundärstufen der Schulen einzubeziehen. Darüber hinaus sollten die Potenziale der Digitalisierung genutzt werden, um die Gesundheitskompetenz zu stärken. In Irland enthält der Health Services Healthy Ireland Implementation-Plan 2023–2027 neben vielen anderen Maßnahmen die Empfehlung, die Vermittlung von Gesundheitswissen in die Unterrichtspläne zu integrieren und in Schulen und Universitäten ein Umfeld zu schaffen, das Gesundheit und Wohlbefinden propagiert.

Welche Schritte setzt die IGEPHA auf dem Weg zu einer nationalen Self Care-Strategie?

Mag. Mayerhofer: Die IGEPHA-Podcast-Serie im Herbst 2023 ist diesem Thema gewidmet. IGEPHA-Geschäftsführerin Mag. Christina Nageler geht mit Expert:innen aus anderen Self Care-Verbänden der Frage nach, wie sich das Gesundheitssystem aufstellen muss, um Self Care optimal einzubinden. Ich empfinde diesen Input von außerhalb als sehr inspirierend. Man muss ja nicht immer wieder selbst das Rad neu erfinden.



**IGEPHA
PODCAST**



Als Self Care-Organisation bieten wir weiters der österreichischen Regierung, dem Gesundheitsministerium und den im Gesundheitssystem tätigen Institutionen unser Fachwissen und unsere Unterstützung an, wenn es um die wissenschaftlich fundierte Konzeption einer modernen Self Care-Strategie geht. Unsere Tür steht offen!

DAS WAR DIE JAHRESTAGUNG 2023





HIGHLIGHTS AUS DER IGEPHA-GENERAL- VERSAMMLUNG

Am 5. Oktober 2023 fand in Wien die jährliche Generalversammlung der IGEPHA statt. Neben der formalen vereinsrechtlichen Agenda standen die Projekte und Arbeitsfortschritte sowie die Weiterentwicklung der IGEPHA im Mittelpunkt.

Besonders erfreulich: Die IGEPHA ist seit der letzten Generalversammlung im Herbst 2022 wieder deutlich gewachsen. Elf Firmen aus der Self Care-Branche sind der Interessengemeinschaft seither neu beigetreten. Der Mitgliederstand betrug per Anfang Oktober 2023 121. Das ist eine Zunahme von 10 % im Vergleich zum Vorjahr!

„FLATRATE“ BEIM IGEPHA-FORTBILDUNGSPROGRAMM

Die seit Jahresbeginn geltende Neuregelung bei den Teilnahmegebühren für IGEPHA-Fortbildungsveranstaltungen hat sich bewährt: Die Teilnahme ist jetzt im IGEPHA-Mitgliedsbeitrag inkludiert. Alle Beschäftigten aus IGEPHA-Mitgliedsbetrieben haben seither die Möglichkeit, ohne weitere Kosten an den vielfältigen Seminaren und Workshops zu aktuellen Self Care-Themen teilzunehmen. Der Effekt war sehr positiv: So viele Teilnehmende wie noch nie profitierten bislang von den Wissensangeboten.

DISKUSSION ÜBER EU-PHARMA LAW

Die EU diskutiert über ein neues Arzneimittelrecht und löste damit kontroverse Reaktionen aus. In der Kritik zu einzelnen Teilen des Entwurfs wird davor gewarnt, dass durch die Änderungen der Zugang der Bevölkerung zu verschiedenen Arzneimitteln eingeschränkt werden könnte. Für die Self Care-Industrie könnten einige Änderungen mit neuen aufwendigen Verpflichtungen verbunden sein. Die IGEPHA arbeitet eng mit der europäischen Dachorganisation AESGP und ihren Partnerverbänden zusammen, um die Interessen der Herstellenden von OTC-Präparaten nachdrücklich zu artikulieren.

EINBLICK IN DIE WARENVERZEICHNISSE

In enger Zusammenarbeit mit Datacare und Apothekerverlag hat sich die IGEPHA



2023 dem Thema „Warenverzeichnisse“ gewidmet. Im Fokus stand die Klärung administrativer und organisatorischer Abläufe. In einem weiteren Schritt wurde dann nach praxistauglichen Adaptierungen sowie Optimierungen bei Datenerfassung und Informationsweitergabe gesucht. Vereinbart wurde die Durchführung eines Workshops für IGEPHA-Mitglieder am 7. November 2023 mit dem Titel „Was, wann, wo? – Wie die Waren ins Verzeichnis kommen“, um das Verständnis hinsichtlich der Prozesse zu verbessern. Es wird sich um eine Hybridveranstaltung handeln, sodass Interessierte wahlweise vor Ort oder online teilnehmen können.

OTC-ERSTATTUNG FÜR KINDER

IGEPHA-Präsidentin Mag. Mirjana Mayerhofer berichtete über die Entwicklung des IGEPHA-Projekts „OTC-Erstattung für Kinder“. Die Apothekerkammer steht dem Vor-

schlag, rezeptfreie Arzneimittel für Kinder unter zwölf Jahren durch die Gesundheitskasse zu erstatten, grundsätzlich zustimmend gegenüber. Die rechtliche Umsetzbarkeit wird derzeit juristisch geprüft.

LEITFADEN FÜR DATENSCHUTZKONFORME KOMMUNIKATION

IGEPHA-Vizepräsidentin Mag. Susanne Eibegger stellte die Projekte aus den Arbeitsgruppen im Fachausschuss „Kommunikation und Wirtschaft“ vor. Unter anderem verwies sie auf den von Rechtsanwalt Dr. Gerald Trieb verfassten Leitfaden zur datenschutzkonformen Kommunikation im Internet. Er steht IGEPHA-Mitgliedern exklusiv zur Verfügung.

Im Bereich „Marketing“ erfuhren die Awareness-Kampagnen der IGEPHA zum Weltgesundheitstag 2023 und zum Self Care-Day am 24. Juli viel Zustimmung.

REGULATORISCHES UND PERSONELLES

IGEPHA-Vorstandsmitglied Dr. Fritz Gamerith informierte über die wichtigsten Themen im regulatorischen Bereich, insbesondere über die Auswirkungen im EU-Pharma Law und die positive Resonanz auf die Verlängerung der Übergangsfristen für die Medical Device Regulation.

Bei der Generalversammlung kam es zu folgenden personellen Änderungen: Jochen Lander, Mag. Aleks Jovanovic und Mag. Beatrice Pistoja beendeten ihre Tätigkeit im IGEPHA-Vorstand. Ihnen wurde herzlich für die konstruktive Mitarbeit gedankt.

Mag. Wolfgang Wacek folgte Mag. Aleks Jovanovic als Vizepräsident der IGEPHA nach, Dr. Fritz Gamerith übernahm das Amt des Kassiers von Beatrice Pistoja.

VERÄNDERTE WELT - NEUES VERHALTEN?

DIE WELT STEHT UNTER DEM EINFLUSS VON KRISEN, KLIMAWANDEL, INFLATION UND EINES ATEMBERAUBENDEN TECHNOLOGISCHEN FORTSCHRITTS. UNSICHERHEIT PRÄGT DEN BLICK IN DIE ZUKUNFT. GLEICHZEITIG ERWEIST SICH DAS THEMA „GESUNDHEIT“ ALS STABILER MEGATREND. WAS LÄSST SICH AUS DIESEN SZENARIEN FÜR DIE SELF CARE-INDUSTRIE ABLEITEN?

Unter dem Motto „Digital now! Self Care-Experience in Zeiten von Social Media, Online-Shopping & Co.“ präsentierten **Dr. Gudrun Auinger**, Senior Research Director bei Spectra Marktforschung, und **Mag. (FH) Markus Zimmer**, Geschäftsführer von BuzzValue New Media Research, bei der Jahrestagung der IGEPHA am 5. Oktober 2023 aktuelle Trends, Zahlen und Fakten.

In einer unsicheren und fragilen Welt sind Konsument:innen auf der Suche nach den besten Lösungen für ihre Bedürfnisse häufig mit mehrdeutigen und bisweilen auch widersprüchlichen Botschaften konfrontiert. Gefragt sind daher Informationen, die eine zuverlässige Orientierung bieten. Dabei gilt das Internet mittlerweile als wichtigste Informationsquelle bei gesundheitlichen Beschwerden.

ALLE ALTERSGRUPPEN KONSULTIEREN DR. GOOGLE

„65 % der Österreicher:innen informieren sich im Internet über Symptome und Beschwerden“, berichtete Gudrun Auinger bei der IGEPHA-Jahrestagung. In der Altersgruppe der 18- bis 29-Jährigen sind es sogar 74 %. Stark zugenommen hat die Online-Informationssuche zu Gesundheits-

fragen aber auch bei den älteren Personen während der Corona-Pandemie.

KÄUFERTYPEN UND IHRE ARGUMENTE

Um Konsument:innen zielgruppengerecht ansprechen zu können, sollte man über ihre Wertvorstellungen und generelle Lebenshaltung Bescheid wissen. Gudrun Auinger stellte fünf unterschiedliche Käufertypen vor:

- Die rational Orientierten: Das Motto dieser Gruppe lautet: „Ich treffe Entscheidungen nur auf der Basis von Informationen.“ Für diese Gruppe sind Expertentipps, Produktbewertungen und Vergleichsübersichten interessant.
- Die Preisorientierten: Für diese Gruppe gilt: „Wenn es etwas Günstiges gibt, weiß ich davon.“ Diese Gruppe lässt sich durch Werbeaktionen, Preisvergleichsseiten und Flugblätter inspirieren.
- Die sozial Orientierten: Diese Gruppe sucht nach Bestätigung in der Community und sagt: „Wenn vertraute Personen dieser Meinung sind, dann stimmt das.“ Mitglieder dieser Gruppe orientieren sich an Influencer:innen, Rezensionen und Empfehlungen.

- Die an Innovationen Orientierten: Für diese early Adopters lautet der Slogan: „Wenn es etwas Neues gibt, weiß ich davon.“ Sie checken Blogs, Foren und Social Media, um immer auf dem neuesten Stand zu sein.
- Die emotional Orientierten: Wichtig für diese Gruppe ist: „Ich fühle mich super mit meiner Entscheidung!“ Im Leben dieser Gruppe zählen Kundenerlebnisse, Markengeschichten und Social Media.

SELF CARE AUF SOCIAL MEDIA

Als Informationsquelle über Self Care gewinnt Social Media immer mehr an Bedeutung. Marktforscherin Gudrun Auinger erläuterte den statistischen Stellenwert der Social Media-Kommunikation anhand aktueller Zahlen.

- 53 % der Österreicher:innen konsumieren täglich Social Media, 74 % tun dies zumindest wöchentlich und 88 % hin und wieder.
- 87 % der IGEPHA-Mitglieder sind mit ihren Marken auf Social Media vertreten.
- 59 % der Apotheken sind auf Social Media-Plattformen aktiv.



- Jede Generation hat offensichtlich ihre Lieblings-Social Media-Plattform: Nützen die über 30-Jährigen vorzugsweise Facebook, so liegt bei den Jungen eher Instagram im Trend.

SOCIAL MEDIA: WO SIND DIE FANS UND FREUND:INNEN?

5,4 Millionen Österreicher:innen nützen Facebook, 3,9 Millionen sind auf Instagram aktiv, berichtete daran anknüpfend Social Media-Experte Markus Zimmer bei der IGEPHA-Jahrestagung. Auch TikTok gewinnt an Reichweite: 2,3 Millionen Österreicher:innen nützen inzwischen das Kurzvideo-Portal. Knapp 700 000 Follower spricht die Self Care-Industrie laut einer aktuellen Studie des Forschers auf Social Media an; davon ist die größte Gruppe, nämlich knapp 470 000 Menschen, auf Facebook aktiv. Mit rund 131 400 Followern treten Self Care-Unternehmen auf Instagram in Kontakt, mit 68 000 auf YouTube. Von (noch) geringer Bedeutung in der Social Media-Kommunikation über Self Care-Marken sind TikTok und Pinterest.

SOCIAL MEDIA: WIE VERBESSERT MAN DIE SICHTBARKEIT?

Aussagekräftiger als die Zahl der Follower sind längst Views und Reichweiten. Wie viele Personen erreicht ein Posting? Er-

hält die Message Likes, wird sie geteilt und kommentiert?

Der Tipp des Profis lautet: Geschickt investiertes Marketingbudget kann viel zusätzliche Reichweite und Interaktion generieren! Virale Effekte haben an Bedeutung verloren. Umso wichtiger ist es, Beiträge budgetär zu stützen, damit sie in der Timeline der User:innen angezeigt werden, erklärte der Experte.

INFLUENCER:INNEN ALS MARKENBOTSCHAFTER

Bei der Zusammenarbeit mit Influencer:innen sollten Self Care-Unternehmen insbesondere die Markensichtbarkeit im Auge behalten. „Wichtig ist, dass die Self Care-Marke aktiv in den Mittelpunkt der Influencer:innen-Kampagne gestellt wird“, empfiehlt Markus Zimmer. Rückt die Marke auffällig ins Bild, so reagieren die User:innen nachweislich häufiger darauf. Wer mit Influencer:innen kooperieren

möchte, sollte folgende Aspekte berücksichtigen:

- Nicht jede bzw. jeder ist geeignet: Die Auswahl der richtigen Influencerin bzw. des richtigen Influencers ist eine wichtige Basis für den Erfolg.
- Ein detailliertes Briefing sorgt für Klarheit: Präzise definierte Vorgaben und Ziele setzen den Rahmen für die Kampagne.
- Auftraggeber:innen stehen im Fokus: Im Mittelpunkt der Kampagne soll das Unternehmen bzw. das Produkt stehen, nicht die Influencerin bzw. der Influencer.
- Kennzahlen machen Erfolg messbar: Reichweite und Interaktionen sollen in Reports und Analysen erfasst werden.

ONLINE UND OFFLINE: SELF CARE-PRODUKTE IM BLICK

Laut einer aktuellen Spectra-Marktforschungsstudie haben 89 % der Österreicher:innen im letzten Jahr OTC-Arzneimittel und/oder Gesundheitsprodukte zumindest einmal in einer Apotheke vor Ort gekauft. Immerhin 53 % haben dies im Internet getan.

Grund genug für Self Care-Unternehmen, über den Auftritt ihrer Marken online wie offline nachzudenken!



KLIMA BESCHÄFTIGT DIE SELF CARE-INDUSTRIE

NACHHALTIGKEIT IST EIN THEMA - GANZ SPEZIELL FÜR DIE SELF CARE-INDUSTRIE, DIE SICH DIE STÄRKUNG DER GESUNDHEIT DER MENSCHEN ZUM ZIEL GESETZT HAT. EINE SAUBERE UMWELT IST EINE DER WICHTIGSTEN GRUNDVORAUSSSETZUNGEN FÜR EIN GESUNDES LEBEN. DIE GESUNDHEIT DES MENSCHEN UND DER UMWELT STELLEN QUASI EINE EINHEIT DAR.

Die IGEPHA unterstützt laufend Aktivitäten ihrer Mitglieder zum Thema „Nachhaltigkeit“, zum Beispiel durch Schulungen zu den Verpflichtungen im Rahmen des EU-Green Deal, zu Klimabilanzierung und Nachhaltigkeitsreporting.

PROJEKTE UND TIPPS

Viele IGEPHA-Mitgliedsbetriebe investieren in Klimaschutz und Nachhaltigkeit. Sie leisten so ihren Beitrag zur CO₂-Reduktion. Besonders bemerkenswerte Projekte wurden bereits im Sommer 2023 von der IGEPHA auf LinkedIn vorgestellt.

Tipps zur Nachhaltigkeit in der Self Care-Industrie finden Mitgliedsbetriebe seit dem Herbst 2023 im IGEPHA-Newsletter und in einer neuen Rubrik im Membersbereich auf der Website www.igepha.at.

KOMMUNALE ABWASSER- RICHTLINIE: VIERTE REINIGUNGSSTUFE UND IHRE FOLGEN

Für Diskussionen sorgte der Vorschlag der EU-Kommission zur Wassergesetzgebung, der erhebliche Belastungen für die pharmazeutische Industrie sowie Kosmetikfirmen enthält.

Vorgeschlagen wird eine „vierte Reinigungsstufe“ zur Reduktion von Mikroverunreinigungen in Kläranlagen, die über ein neu eingeführtes System der „Erweiterten Herstellerverantwortung“ finanziert werden soll. Diese Herstellerverantwortung soll zunächst von zwei Industriezweigen übernommen werden: von den Herstellenden von Humanarzneimitteln und Kosmetikprodukten.

Betroffen von der Ausstattung mit einer vierten Reinigungsstufe wären Kläranlagen mit einer Größe von 100 000 Einwohnerwerten. Die Maßnahme soll bis 2035 durchgeführt werden. Eine Ausweitung auf Kläranlagen mit geringeren Kapazitäten ist ebenfalls geplant.

Die OTC-Industrie unterstützt generell Initiativen der EU zur Verbesserung des ökologischen Zustands von Gewässern und zur Reduzierung von Mikroverunreinigungen in Abwässern. Zu hinterfragen ist jedoch, ob allein die Herstellenden von Arzneimitteln und Kosmetika für die neuen Maßnahmen aufkommen sollten.

Laut ersten Schätzungen wäre EU-weit mit Kosten von 100 Milliarden Euro zu rechnen, die von diesen beiden Herstellendengruppen finanziert werden müssten.

UNTERSCHIEDLICHE KOSTENTRÄGER FESTGESTELLT

Das europäische Netzwerk der Self Care-Industrie, dem auch die IGEPHA angehört, holte zur Hintergrundinformation ein Gutachten ein. Es zeigt klar, dass Schadstoffe in kommunalen Abwässern unterschiedlichen Produktgruppen zugeordnet werden können.

Im Abwasser sind beispielsweise Industriechemikalien, Mikroplastik, Pestizide, Biozide, Kunststoffadditive und künstliche Süßstoffe zu finden, die nicht aus der pharmazeutischen Industrie oder aber der Kosmetikherstellung stammen.

Auch weisen Studien darauf hin, dass der Anteil der durch die Verwendung von Arzneimitteln und Kosmetika verursachten toxischen Belastung im Abwasser weit unter dem behaupteten Anteil liegt.

Die IGEPHA appellierte daher an die verantwortlichen Stakeholder, einen gesamtgesellschaftlichen Ansatz zur Reduktion von Schadstoffen im Wasser zu wählen.

SAVE THE DATE!

HOLEN SIE SICH DIE ENTSCHIEDENDEN IMPULSE FÜR MEHR ERFOLG IN DER SELF CARE-BRANCHE - NUTZEN SIE DAS VIELFÄLTIGE IGEPHA-FORTBILDUNGS- UND VERANSTALTUNGSPROGRAMM!

FORTBILDUNG FÜR DIE SELF CARE-INDUSTRIE

18.1. 2024	Künstliche Intelligenz auf dem Vormarsch	23.5. 2024	Versandhandel Onlinemöglichkeiten optimal nutzen	17.10. 2024	Plattformen Amazon & Co. im Blick
29.2. 2024	NEM Regulatory Update	13.6. 2024	REACH Update zur EU-Verordnung	21.11. 2024	Medizinprodukte Regulatory Update
21.3. 2024	Führen im Zeitalter der Digitalisierung	12.9. 2024	Kosmetik Regulatory Update	12.12. 2024	Neues aus Brüssel Umwelt und Nachhaltigkeit II
18.4. 2024	Neues aus Brüssel Umwelt und Nachhaltigkeit I	26.9. 2024	Arzneimittel Regulatory Update		

THEMENFRÜHSTÜCK

23.2. 2024	Kaske Group	20.9. 2024	IQVia
26.4. 2024	Talenter Austria	15.11. 2024	Insight Health
21.6. 2024	HealthCorp Partners		

NETWORKING

1.2. 2024	Come Together Jahresauftakt für die Self Care-Branche
7.5. 2024	Open House Gelegenheit für gute Gespräche
3.10. 2024	Generalversammlung und Jahrestagung DAS Branchenmeeting mit spannenden Insights

Tip: Informieren Sie sich auf www.igepha.at/veranstaltungen über Event-Details und Anmelde-möglichkeiten!

Impressum

Quintessence, Ausgabe 1/2023 | Verantwortlich für den Inhalt: IGEPHA – The Austrian Self Care Association, Kärntner Straße 26/Marco-d'Aviano-Gasse 1, 1010 Wien, Tel.: +43 1 914 95 12, Fax: +43 1 914 95 12-12 | office@igepha.at | www.igepha.at | Redaktion: IGEPHA | Gestaltung: fuergestaltung.at | Fotos: Michalek, Katharina Schiffel | Illustrationen: Seite 6/7: Adobestock/Sergii Syzonenko, Seite 13: Adobestock/inspiring.team, Seite 14: Adobestock/Blangcon



Marktdynamik

Verkaufszahlen der öffentlichen Apotheken aus dem größten Panel Österreichs (40 % Abdeckung) in modernen Softwareanalysetools mit Visualisierung für maximale Informationsqualität



Performancebewertung

Unterstützung durch Produktkategorisierung nach den IQVIA OTC-Klassen



Optimale Außendienstbetreuung

Ansätze für die optimale Betreuung von öffentlichen Apotheken



Maßgeschneiderte Apothekenschulungen

Unser Schulungsaußendienst Aposphäre übernimmt Schulungen direkt in Ihren Zielapotheken



Tracking von Lieferengpässen

Analyse und länderübergreifende transparente Darstellung von auftretenden Lieferengpässen



Thought Leadership

Nationale und internationale Publikationen und Vorträge zu aktuellen Consumer Health Themen

IQVIA
*Consumer Health
ist Ihr Partner für
Daten & Fakten,
aber auch für
Trendanalysen
und Apotheken-
schulungs-
betreuung.*

→ Nehmen Sie mit uns Kontakt auf: claudia.linhart@iqvia.com