

Der hohe Bekanntheitsgrad von Thomapyrin® führte seit Mitte der 90er Jahre dazu, dass knapp 90 Prozent der Kaufentscheidungen für dieses Produkt selbstständig vom Verbraucher gefällt wurden.



Mehr als doppelt so alt wie beraten & verkaufen ist mittlerweile die Marke Thomapyrin®, deren erste Packung bereits 1946 verkauft wurde. Begonnen hatte damals alles in Biberach. In den ersten Jahren wurde Thomapyrin® fast ausschließlich beim Arzt und hier insbesondere beim Zahnarzt beworben. Doch schnell erkannte Thomae die immer wichtiger werdende Rolle der Apotheke bei der Empfehlung von OTC-Arzneimitteln und begann einen bis heute sehr erfolgreichen Außendienst aufzubauen. Persönlich und aus erster Hand kommen so bis heute immer die neuesten Informationen über Thomapyrin® direkt zum Apotheker und seinen Mitarbeitern.

NEULAND FÜR DIE OTC-WERBUNG

OTC-Werbung in Zeitung, Zeitschrift, Rundfunk und Fernsehen ist heute selbstverständlich. In den 50er und 60er Jahren betrat Thomapyrin® hier Neuland. Wie wollte man werben und zugleich seriös informieren? Auf der einen Seite galt es, die Qualität des Produktes herauszustellen, auf der anderen Seite mussten klare und positive Aussagen gemacht werden, um den Endverbraucher zu überzeugen. So wurde beispielsweise aus der einstigen Werbeaussage „*Tagesanalgetikum ohne ermüdenden Effekt*“ der kundenbezogene Slogan: „*Thomapyrin® macht schmerzfrei und frisch*“.

Anfang der 70er Jahre gerieten Schmerzmittel in die Diskussion. Das veränderte auch das Bewusstsein der Käufer. Für sie wurde, neben der „hohen Wirksamkeit“, besonders der Faktor „gute Verträglichkeit“ für den Kauf und die Einnahme eines Schmerzmittels entscheidend. Die Produktausagen von Thomapyrin® trafen in den 70er und 80er Jahren auf großes Kundeninteresse. Die gute Verträglichkeit in Verbindung mit einer schnellen Wirkung wurde in den Folgejahren zu einer ent-

scheidenden Werbeaussage: „*Kopfschmerz-Tabletten sollen rasch wirken und gut verträglich sein.*“

DIE APOTHEKEN IMMER IM BOOT

Selbstverständlich wurden auch die Apotheken, die als Empfehler und Berater – damals wie heute – eine wichtige Rolle spielen, mit in die Öffentlichkeitsarbeit und Werbung für Thomapyrin® einbezogen. Die Überschrift der Thomapyrin®-Anzeige in der ersten beraten & verkaufen-Ausgabe lautete im März 1985: „*Eine bewährte Rezeptur: Thomapyrin® bei Kopfschmerz. Das zuverlässige Analgetikum.*“

ANGEPASST AN NEUE VERWENDERBEDÜRFNISSE

In den 90er Jahren entwickelte sich in breiten Bevölkerungsschichten eine andere Lebensweise, die Erlebnisfreude, Verbindlichkeit, Gesundheitsbewusstsein und Harmonie in den Vordergrund stellte. Neben der Sachlichkeit rückte so bei der Kaufentscheidung für OTC-Produkte immer mehr auch Emotionalität in den Vordergrund. Neben „*schnell wirksam und gut verträglich*“ wurden Thomapyrin® „Charaktereigenschaften“ wie Sympathie, Vertrauen und Sicherheit verliehen, um dem Verbraucher die positiven Produkteigenschaften auch emotional näherzubringen.

THOMAPYRIN® WIRBT IM FERNSEHEN

1996 war es so weit: Thomapyrin® hatte seinen ersten TV-Auftritt – mit Hannelore Elsner in der Hauptrolle. Zahlreiche Spots in den kommenden Jahren machten dem Zuschauer an unterschiedlichen Schauplätzen und mit wechselnden Werbeaussagen deutlich, dass Thomapyrin® nicht nur hoch wirksam und gut verträglich, sondern auch die zeitgemäße Antwort auf Kopfschmerzen ist. >



MITTEL DER ERSTEN WAHL BEI 37 KOPFSCHMERZARTEN

Neue klinische Studien ab 2000 zeigten, dass die Dreierkombination aus ASS, Paracetamol und Coffein signifikant schneller bzw. besser wirkt als viele andere Kopfschmerzmittel.¹ Ein Anlass für namhafte Fachgesellschaften, auf Basis dieser überzeugenden Studienlage die Dreierkombination vom Typ Thomapyrin® 2009 erneut als Mittel erster Wahl im Rahmen der Selbstmedikation von Spannungskopfschmerzen und Migräne einzustufen. Plus: die Verleihung einer hervorgehobenen Empfehlung als einziges Präparat in dieser Kategorie.² Ein weiterer Anlass, diese Kernkompetenz von Thomapyrin® in der aktuellen Werbung herauszustellen: „Der Kopfschmerz-Experte Thomapyrin® wirkt 15 Minuten schneller als viele andere Kopfschmerzmittel.“³

EXPERTEN GEFRAGT

Um Kunden stets zeitgemäße Antworten auf Kopfschmerzen geben zu können, braucht die Apotheke heute wie morgen geschulte Beratungs-Experten. Thomapyrin® unterstützt hier das HV-Team mit Seminaren und Inhouse-Schulungen und nutzt auch das Internet, um das Apotheken-Team aktiv bei der Beratung, Kommunikation und Produktpräsentation zu begleiten. Die anschauliche und

übersichtliche Schulungsplattform www.kopfschmerz-experte.de bietet interessierten Apotheken drei Lernmodule, die optimal dafür geeignet sind, das Wissen und Know-how rund um das Beratungsthema Kopfschmerzen zu erweitern und zu verbessern. //

DIE DREI SCHULUNGSMODULE MIT INTEGRIERTEN TESTS UND DIALOGEN AUF WWW.KOPFSCHMERZ-EXPERTE.DE

Kompetenz: Indikation Kopfschmerzen

Kommunikation: Beratungstechnik und Kundenpsychologie

Kreativität: Gestaltung der Sicht- und Freiwahl in der Offizin

PUNKTE SAMMELN, PRÄMIEN SICHERN

Neben modernem Wissen können die am Schulungsprojekt „Kopfschmerz-Experte“ teilnehmenden Apothekenmitarbeiter/-innen auch Punkte (Credits) erwerben, die ab einem bestimmten Guthaben gegen Prämien eingetauscht werden können. Weitere Informationen finden Sie auf der Internetseite www.kopfschmerz-experte.de.

INDIVIDUELLE WERBUNG UND AKTIONEN IN DER APOTHEKE

Migräne- und Spannungskopfschmerzen eignen sich als spezielles Beratungs- und Aktionsthema für die Apotheke. Durch entsprechende Beratungsangebote und individuelle Informationen hat jede Apotheke die Möglichkeit für sich zu werben und zu zeigen, was sie zum Themenbereich „Kopfschmerzen“ bieten und leisten kann.

TIPP DES AUTORS

Verknüpfen Sie Ihre individuellen Werbemaßnahmen zum Thema „Kopfschmerzen“ mit dem bekannten Werbeauftritt von Thomapyrin® und nutzen Sie zur kinderleichten individuellen Herstellung Ihrer Werbe- und Informationsmedien den Thomae Layout-Service. Mit nur wenigen Klicks entsteht Ihr persönlicher Apotheken-Flyer, Ihr individuelles Plakat oder ein professioneller Handzettel. Weitere Informationen unter www.thomae-akademie.de.

¹ Z. B. ASS, Paracetamol, Ibuprofen: Diener HC et al., Cephalalgia 2005; Goldstein L et al., Headache 2006

² DMKG, DGN, ÖKSG, SKG: Nervenheilkunde 2009; 382-397

³ Diener HC et al., Cephalalgia 2005: Thomapyrin halbiert den Kopfschmerz 15 Minuten schneller als seine Einzelwirkstoffe Paracetamol und ASS

Thomapyrin® CLASSIC Schmerztabletten. Zusammensetzung: 1 Tablette enthält 250 mg Acetylsalicylsäure, 200 mg Paracetamol, 50 mg Coffein. **Anwendungsgebiete:** Für Erwachsene und Jugendliche ab 12 Jahren bei: akuten leichten bis mäßig starken Schmerzen. **Thomapyrin® INTENSIV.** Zusammensetzung: 1 Tablette enthält 250 mg Acetylsalicylsäure, 250 mg Paracetamol, 50 mg Coffein. **Anwendungsgebiete:** Für Erwachsene und Jugendliche ab 12 Jahren zur akuten Behandlung von leichten bis mäßig starken Kopfschmerzen der Migräne mit und ohne Aura und von Spannungskopfschmerzen. **Thomapyrin® CLASSIC Schmerztabletten und Thomapyrin® INTENSIV.** **Hinweis:** Schmerzmittel sollen längere Zeit oder in höheren Dosen nicht ohne Befragen des Arztes angewendet werden. **Gegenanzeigen:** Bekannte Überempfindlichkeit gegen einen der Bestandteile oder Salicylate, Magen-Darm-Ulzera, erhöhte Blutungsneigung, letzte drei Monate der Schwangerschaft, Kinder und Jugendliche bis 12 Jahren. Anwendung nach Rücksprache mit dem Arzt: Asthma bronchiale, gleichzeitige Therapie mit gerinnungshemmenden Arzneimitteln, Überempfindlichkeit gegen andere Entzündungshemmer/Antirheumatika oder andere allergene Stoffe, chronische und wiederkehrende Magen- oder Darmbeschwerden, vorgeschädigte Niere, schwere Leberfunktionsstörungen, im 1. und 2. Trimenon der Schwangerschaft und während der Stillzeit, Gilbert-Syndrom, Kinder und Jugendliche mit fieberhaften Erkrankungen (z. B. Windpocken), Hyperthyreose, Glucose-6-Phosphatdehydrogenase-Mangel. **Nebenwirkungen:** Häufig: gastrointestinale Beschwerden, wie Magen-schmerzen, Mikroblutungen. Gelegentlich: Übelkeit, Erbrechen und Durchfälle. Selten: gastrointestinale Blutungen und Ulzerationen, Überempfindlichkeitsreaktionen (Hautrötung, Exantheme). Äußerst selten: Thrombozytopenie, Leukopenie bis hin zu Agranulozytose, Panzytopenie. In Einzelfällen: Leber- und Nierenfunktionsstörungen, Hypoglykämie sowie besonders schwere Hautreaktionen (bis hin zum Erythema exsudativum multiforme), Verschlechterung infektionsbedingter Entzündungen (z. B. Entwicklung einer nekrotisierenden Fasciitis), Überempfindlichkeitsreaktionen (Quincke-Ödem, Atemnot, Schweißausbruch, Übelkeit, Blutdruckabfall bis hin zum Schock), Bronchospasmus bei prädisponierten Personen (Analggetika Asthma). Auf Grund Coffeinanteil: Schlaflosigkeit, innere Unruhe, Tremor, Pulsbeschleunigung und Magenbeschwerden. Bei länger dauernder/chronischer Anwendung: ZNS-Störungen wie Kopfschmerzen, Schwindel, Erbrechen, Tinnitus, Sehstörung oder Somnolenz, Eisenmangelanämie, Störungen des Säure-Basen-Haushaltes, Natrium- und Wasserretention bei entsprechender Disposition. Stand: Februar 2007. **Boehringer Ingelheim Pharma GmbH & Co. KG, Vertriebslinie Thomae, Ingelheim am Rhein.**