

# «Wir wollten auch in der Digitalisierung unserem Ruf als Innovationsführerin gerecht werden»

Längst hat die digitale Transformation auch in den Apotheken Einzug gehalten – unter anderem in der Form von digitalen Werbe- und Informationsflächen, besser bekannt als «Digital Signage». Anita Spycher, Leiterin Marketing & Kommunikation bei der TopPharm Apotheken und Drogerien Genossenschaft, berichtet über die erfolgreiche Einführung dieser Technologie in den TopPharm Apotheken.



Anita Spycher

**Frau Anita Spycher, was versteht man unter «Digital Signage» und inwiefern hat dieses Thema die TopPharm Genossenschaft im vergangenen Jahr beschäftigt?**

Grundsätzlich ist Digital Signage als digitale Beschilderung zu verstehen – klassische Print-Formate werden durch digitale Displays ergänzt. Diese werden direkt am Point of Sale (POS) eingesetzt, wo sie eine deutlich höhere Aufmerksamkeit erzeugen als analoge Werbe- und Informationsflächen. Die Technologie ist seit Jahren klar auf dem Vormarsch, vermehrt auch in den Apotheken. TopPharm hat sich über die Jahre insbesondere im Bereich der Apothekendienstleistungen eine Vorreiterrolle erarbeitet und wir wollten auch in der Digitalisierung unserem Ruf als Innovationsführerin gerecht werden. Tatsächlich waren wir eine der ersten Schweizer Apotheken-Gruppierungen mit einer flächendeckenden Digital-Signage-Lösung: Wir haben im Verlaufe von 2020 diese Displays in den Schaufenstern von rund 120 TopPharm Apotheken implementiert – ein spannendes und komplexes Projekt.

**Wofür werden die Schaufenster-Displays konkret eingesetzt?**

Wir haben dadurch die Möglichkeit, unsere Kundinnen und Kunden direkt am POS anzusprechen und über Produkte, Dienstleistungen, Aktionen und andere relevanten Inhalte zu informieren. Natürlich ist dies auch mit Plakaten oder anderen Print-Materialien



Digital Signage im Schaufenster der TopPharm Löwen Apotheke Lenzburg

machbar – allerdings bieten uns im Gegensatz dazu die Bildschirme weit aus mehr Flexibilität, auf tagesaktuelle Inhalte einzugehen. Das hat sich für uns gerade im Zusammenhang mit der Coronapandemie bereits bewährt: Wir können beispielsweise zeitnah auf die jeweils neuesten Empfehlungen und Massnahmen des BAG verweisen. Ausserdem können wir bei saisonalen Themen «ausserplanmässig» reagieren und Allergikerinnen und Allergiker zum Beispiel im Februar über die Bildschirme sensibilisieren, falls die Pollenbelastung bereits steigt.

**Was war Ihnen bei der Planung und Umsetzung dieses Projekts besonders wichtig?**

Obwohl manche unserer Apotheken in der digitalen Transformation schon weit fortgeschritten sind, war Digital Signage für uns als Gruppierung Anfang 2020 noch ziemliches Neuland – entsprechend stand klar im Zentrum, dass wir uns von den richtigen Profis beraten lassen. Als Deutschschweizer Gruppierung war es uns ein Anliegen, dass wir auf die Expertise «vor Ort», also von Schweizer Anbietern, zurückgreifen. Entsprechend haben wir uns für eine Zusammenarbeit mit der

Zürcher Marketing-Agentur Freaky Swep entschieden. Der Inhaber und Geschäftsführer Gian Suter stand uns als externer Projektleiter zur Verfügung und hat dank seiner langjährigen Erfahrung im Bereich Digital Out-of-Home mit uns eine einzigartige Lösung erarbeitet. In der Umsetzung – Installation, Software, Hardware und Service – hat uns B+T Bild+Ton AG unterstützt, eine auf Medien- und Veranstaltungstechnik spezialisierte Unternehmung aus Luzern.

**TopPharm ist im Gegensatz zu anderen Schweizer Gruppierungen keine Kette, sondern eine Genossenschaft – inwiefern hat dies das Projekt beeinflusst?**

Die rund 120 TopPharm Apotheken sind selbstständige Unternehmen und haben, abhängig von ihrer jeweiligen Kundenstruktur und ihrem Standort, ganz individuelle Angebote und Bedürfnisse. Diesem Faktor musste das Content-Management-System unbedingt Rechnung tragen: Neben den zentral verwalteten Inhalten, die über die Bildschirme ausgestrahlt werden, können die Apotheken mit unserem CMS-System nun ca. 20 Prozent der Inhalte selber gestalten. So haben sie

die Möglichkeit, ihre Apotheke, ihre Dienstleistungen oder ihr Sortiment ganz individuell nach aussen zu präsentieren. Nach demselben Prinzip verfolgen wir im 2021 auch die Ausweitung auf Bildschirme im Ladenbereich.

**toppharm**  
Genossenschaft

## Über TopPharm

Die TopPharm Apotheken und Drogerien Genossenschaft ist mit rund 120 eigenständigen Apotheken und insgesamt 1800 Mitarbeitenden die grösste unabhängige Apotheken-gruppierung der Deutschschweiz. Im wachsenden Gesundheitsmarkt ist TopPharm die Alternative zu Apothekenketten – eine Gruppierung, die auf Qualität, Transparenz, Fairness und Innovation setzt und den Berufsstand der selbstständigen Apothekerinnen und Apotheker langfristig stärkt.

Weitere Informationen unter  
[www.toppharm.ch](http://www.toppharm.ch)