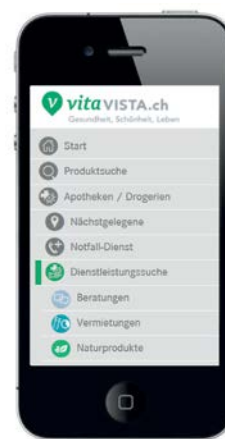
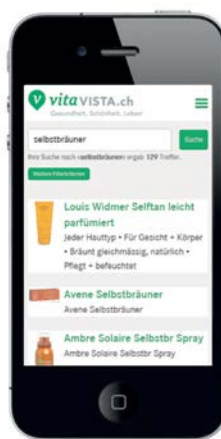
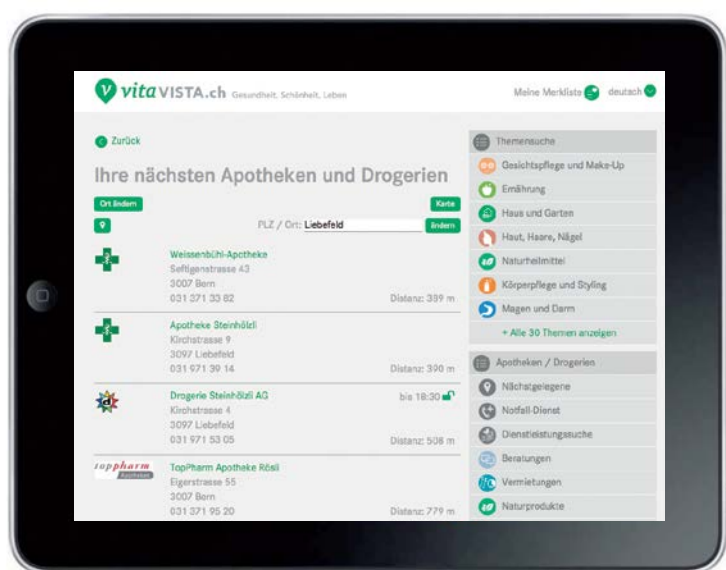


# MIT VITAVISTA.CH HÖHERE MARKTPRÄSENZ

Im August geht vitaVISTA.ch offiziell online. Die Web-Applikation holt nicht nur Kunden im Internet ab und lenkt sie in die Apotheke oder Drogerie. Sie ist auch ein Schaufenster – und damit eine attraktive Werbepattform für Hersteller und Fachgeschäfte.



vitaVISTA.ch zeigt Basisprofile der existierenden Apotheken und Drogerien. Produkte können via Suchfunktion gefunden werden. Die Daten des Fachhandels können kostenlos mit Öffnungszeiten und Dienstleistungen ergänzt werden. vitaVISTA.ch wurde auf Desktop wie auch auf Smartphones optimiert und ist auf allen Betriebssystemen anwendbar.

«Eine Applikation wie vitaVISTA zu entwickeln, schien uns noch vor zwei, drei Jahren undenkbar», sagte Peter Höchner, Leiter Documed und e-mediati, an der vollbesetzten Veranstaltung am 29. April in Zürich. «Doch das Verhalten der Konsumenten hat sich rapide geändert: Vor einem Kauf orientiert man sich längst online über Produkte und Preise, aber auch über die Beratungsqualität.»

## Ich bin auch ein Schaufenster

«Die neue Publikums-Plattform vitaVISTA.ch verbindet nicht nur Kunden mit Herstellern sowie Apotheken und Drogerien», erklärt Andreas Lutz, Leiter Verkauf e-mediati. «Sie ist auch ein Schaufenster. Denn die in den INDEX-Datenbanken erfassten Produkte sind mit vitaVISTA.ch automatisch auch im Internet als Basisdaten präsent. Umgekehrt werden die Daten, welche nun für vitaVISTA.ch erfasst werden, auch in die INDEX-Daten einfließen.» «vitaVISTA ist ein neuer schweizweiter Kanal für den Gesundheitsmarkt, der Zugriff auf über 160 000 Produkte gewährt», sagte Marianne Mosimann, Produktverantwortliche vitaVISTA, e-mediati. «Zum anderen ermöglicht vitaVISTA die Suche nach dem nächstgelegenen Verkaufspunkt so-

wie nach Öffnungszeiten und Dienstleistungen des Fachhandels. Und: man hat sogar die Möglichkeit den Kanal als neue attraktive Werbepattform nutzen zu können.»

Der Einstieg erfolge entweder über Google oder direkt über [www.vitaVISTA.ch](http://www.vitaVISTA.ch). Produkte können, so Mosimann, über eine Freitextsuche oder via Themenliste gefunden und dann auch auf eine Merkliste gesetzt und reserviert werden. Zu weiteren Funktionen gehören Informationen über aktuell Notfalldienst leistende Apotheken sowie Auskünfte für Geschäftspartner.

## Option Mandant für eigenes «Look and Feel»

«Gute Inhalte und noch mehr Fotos sind im Internet für die Kunden und den Fachhandel extrem wichtig», betonte Florian Meier, Geschäftsführer der Adler-Apotheke in Winterthur und Webshop-Pionier von [adlershop.ch](http://adlershop.ch).

Mosimann erläutert dazu, dass e-mediati für die Industriepartner hochauflösende Referenzbilder erstellt, die dann den Firmen und dem Markt über mehrere Plattformen zugutekommen: in vitaVISTA.ch, [pharmaVISTA.ch](http://pharmaVISTA.ch), den INDEX-Datenbanken, im [compendium.ch](http://compendium.ch) sowie bei Identia.

«Die Bilder und die damit verknüpften Angaben wie Grösse, Farbe des Inhalts und der Verpackungen usw. können vielfältig eingesetzt werden: als Hilfsmittel bei Recherchen, zur Unterstützung der Kundenberatung, als Hilfsmittel der Medikamentenabgabe in Alters- und Pflegeheimen, aber auch fürs Category Management. «Allerdings», so Mosimann, «sei es gewünscht, dass Industriepartner im Fall von übergrossen oder unförmigen Produkten oder speziellen Sujets eigene Bilder anliefern.»

«Mit der Option «Mandant» besteht für Ketten, Gruppierungen und Fachgeschäfte die Möglichkeit, vitaVISTA einen eigenen «Look and Feel» zu verleihen: anders gesagt, eine eigene Startseite zu gestalten und die erscheinenden Daten auf eigene Filialen und/oder eigene Sortimentspolitik abzustimmen.»

## Launch im August 2015

«Wie erwähnt, ist vitaVISTA auch ein Schaufenster» führte Andreas Lutz aus. «Wir haben daher die Möglichkeit geschaffen, auf der Startseite Anzeigen in Bannerplätzen zu schalten: So ist es möglich, über neue Präparate oder Produktinformationen Auskunft zu geben oder auf eine Kette, Gruppierung oder auf Aktionen



1 Regina Andenmatten und Andreas Lutz freuen sich als Gastgeber über 100 Interessierte an vitaVISTA. 2 Martin Bangerter, Zentralpräsident Schweizerischer Drogistenverband und VR-Präsident vitagate AG, votiert überzeugend für Zusammenarbeit. 3 Firmen- und Apothekenvertreter als interessiertes Publikum vor Beginn der vitaVISTA-Veranstaltung in Zürich. 4 Marianne Mosimann, Produktverantwortliche vitaVISTA.ch, erläutert, was die neue Web-Applikation alles zu bieten hat. 5 Dr. Matthias Sonnenschein, Leiter Marketing, demonstriert die geplanten Kommunikationsmassnahmen 6 Thomas Wälti, Leiter IT-Entwicklung, erklärt das Erfassungs-Tool myPRODUCTS.

hinzuweisen. Für das Publikum wird vitaVISTA offiziell im August aufgeschaltet», verrät Lutz. «Doch existieren bereits Basisinformationen auf [www.vitaVISTA.ch](http://www.vitaVISTA.ch). Jetzt liegt es an den Herstellern, Apotheken und Drogerien, die von uns bereitgestellten Basisinformationen mit zusätzlichen Meldungen und Werbung optimal zu erweitern.»

### Win-win-Vernetzung: vitaVISTA.ch und vitagate.ch

Von der Möglichkeit, vitaVISTA mit der eigenen Online-Plattform zu vernetzen, hat bereits der Schweizerische Drogistenverband (SDV) Gebrauch gemacht. «Im Zusammenhang mit seiner Gesundheit sucht der User manchmal direkt ein Produkt, manchmal kompetente Informationen zu seinen Beschwerden – sehr oft beides gleichzeitig», erklärte Martin Bangerter, Zentralpräsident SDV und VRP vitagate AG. «Darauf beruht ein Teil des Synergiepotenzials zwischen vitaVISTA.ch und vitagate.ch. Es ist wichtig, dass wir dank vitaVISTA.ch an ein jüngeres Publikum gelangen und es von den Leistungen und der Kompetenz der Drogerien überzeugen. Wer weiss, woran er leidet und weiss, was er braucht, muss wissen wo er «es» kriegt.» Dass

die nächstgelegene Drogerie auch über vitaVISTA.ch zu finden sei, trage zur Win-win-Situation bei. «Unabhängig davon, aus welcher Applikation die Suche erfolgt: Die Angaben kommen immer aus unserer Datenbank der Drogerieprofile. Dabei pflegen die einzelnen Drogerien via Web-Schnittstelle ihre Angaben selber. So ist am besten gewährleistet, dass sie aktuell sind.»

### Basisdaten optimal und emotional anreichern

Thomas Wälti, Leiter IT/Entwicklung e-mediAT, illustrierte, wie wichtig die redaktionelle Zusammenarbeit zwischen e-mediAT und den Partnern sei: «Die Fachredaktion von e-mediAT stellt strukturierte Basisdaten bereit: Produkte, Artikelgruppierungen, Sortimente, Artikelfotos usw. Diese Daten sind wissenschaftlich und emotionslos. Hersteller können die Basisdaten ergänzen, mit Meta-Informationen wie Beschreibungen, Bylines, Schlagwörtern, weiteren Bildern, Eigenschaften, Zusatzkategorien und weiterführenden Links – aus dem Kontext, wo sie ihre Emotion schaffen wollen.» Damit die Informationseingabe strukturiert erfolge, seien zwei Applikationen entwickelt worden: myPRODUCTS für die Industrie und myPARTNER für den Fach-

handel. «Nach dem Abschluss eines Vertrags mit e-mediAT können sich Sachbearbeiter von Industriepartnern mit einem sogenannten **Swiss-Rx-Login** bei [hotline@e-mediAT.net](mailto:hotline@e-mediAT.net) als vitaVISTA-Editor anmelden. Für Apotheken und Drogerien ist das Ergänzen ihres Basisprofils kostenlos. Auch sie können sich mit demselben Login als vitaVISTA-Editor registrieren lassen.»

### Mitmachen und profitieren

«Jede Firma kann ab sofort mitmachen und profitieren», sagte Dr. Matthias Sonnenschein, Leiter Geschäftsentwicklung und Marketing, e-mediAT. Die neue Plattform werde mit einem fokussierten Medien-Mix in Zusammenarbeit mit den Partnern bekannt gemacht. Sonnenschein: «Für 2015 und 2016 haben wir dafür Massnahmen im Wert von brutto einer Million Franken geplant.» //

### Weitere Informationen

e-mediAT AG  
Untermattweg 8, 3027 Bern  
Tel. 058 851 26 00  
[hotline@e-mediAT.ch](mailto:hotline@e-mediAT.ch), [www.e-mediAT.ch](http://www.e-mediAT.ch)  
[www.vitavista.ch/partner](http://www.vitavista.ch/partner)

