

Die vitawell aus Sicht der Aussteller

Die vitawell, die Fachmesse für Pharma, Gesundheit und Beauty, befindet sich im Umbruch. Mit dem Veranstalter ändert sich auch das Konzept der Messe: Die vitawell soll zukünftig jeweils in Zürich und Lausanne stattfinden. Was halten die Aussteller von diesen Zukunftsplänen? Welche Bedürfnisse haben sie? OTX World hat sich an der vitawell umgehört. Interviews: Jürg Lendenmann, Miriam Röthlisberger

- 1 Sind Sie zufrieden mit der vitawell 2008?
- 2 Befürworten Sie das neue Messekonzept mit zwei Standorten?
- 3 Welche Bedürfnisse müssen abgedeckt werden, damit Sie an einer Messe teilnehmen?



Fredy Gremlich,
Verkaufsleiter Voigt AG

- 1 Für uns war am Sonntag der beste Start seit Jahren. Wir profitierten von einer hohen Besucherfrequenz. Die Erwartungen wurden erreicht. Dazu beigetragen haben mit Sicherheit auch unser Glücksspiel und die Anwesenheit vom Mister Schweiz an unserem Stand. Wichtig ist natürlich auch, dass diejenigen Entscheidungsträger kommen, die sich im Voraus angekündigt haben.
- 2 Ich bin skeptisch. Ob beide Standorte die kritische Grösse erreichen werden? Für uns würde dies natürlich einen höheren Initial- und Personalaufwand bedeuten.
- 3 Die Anwesenheit der Hauptzielgruppe Apotheker und Drogisten muss im richtigen Verhältnis zum Mitteleinsatz stehen. Natürlich zählt heutzutage nicht mehr nur die Anzahl der Treffen, sondern die Tatsache, dass wertvolle persönliche Kontakte in diesem Rahmen stattfinden.



Thomas Schwarz, Verkaufsleiter deutsche Schweiz,
Zambon Schweiz AG

- 1 Gestern Sonntag: Ja. Heute fehlt es an Publikum – sowohl an Pharma-Assistentinnen wie an Einkäufern; letztes Jahr war der Montag stärker.
- 2 Im Prinzip Ja. Herbst/Zürich begrüsse ich, weil so die Ostschweiz stärker tangiert wird. Für unsere «Winterprodukte» wird es jedoch im Frühjahr in Lausanne schwierig werden. Denn Erkältungsprodukte werden im Herbst bestellt, nicht im Frühling. Die vitawell ist für das Networking wichtig; fällt dies weg, werden viele Kontakte nicht mehr gemacht, die mit der vitawell gar nichts zu tun haben. Kurz: Die Plattform braucht es, aber ohne eine Zweiteilung.
- 3 Frequenz – sowohl bei Einkäufern wie bei Pharma-Assistentinnen! Wichtig ist ebenfalls das Netzwerk mit der Industrie.



Stephan Bosshard,
Leiter Verkauf Consumer
Healthcare Schweiz,
Vifor AG

- 1 Die Tendenz, dass die Messe nicht bedeutender wird, setzt sich fort. Was mich dieses Jahr überraschte, war, dass relativ viele Leute eingekauft haben, vermutlich mehr als letztes Jahr. Für mich ist es schwierig, die Zukunft dieser Messe abzuschätzen. Ich weiss nicht, ob es richtig ist, die Messe in dieser Form weiterzuführen.
- 2 Wenn die Messe in gleicher Form durchgeführt wird wie bisher, sehe ich keinen Vorteil. Zürich als Deutschschweizer Standort wird keinen grossen Zuwachs bringen. Werden statt einer nun zwei Messen durchgeführt, kostet es für die Industrie das Doppelte. Ich bin sehr skeptisch, dass die Aussteller, die hier anwesend sind, zweimal im Jahr mitmachen werden, zumal es in der Westschweiz die von Sun Store durchgeführte Fach-/Publikumsmesse Mednat Expo gibt.
- 3 Heute schätzt es die Industrie, wenn sie mit dem Fachhandel diskutieren kann. Doch vermehrt sollte die Industrie auch mit dem Publikum Kontakt haben: um wichtiges Feedback einzuholen. Denn dieses fehlt uns, weil wir immer über Dritte – den Fachhandel – agieren. Eine Messe, die «halbiert» wäre, könnte aus dieser Sicht interessant sein: An einem Tag wäre sie für das Fachpublikum, am anderen Tag für die Endkonsumenten zugänglich – natürlich mit entsprechender Anpassung des Angebotes.



Ruedi Kuster, Abteilungsleiter Verkauf Fachhandel, Hänseler AG

- 1 Nach den ersten fünf Stunden bin ich sehr zufrieden. Die Besucherzahl ist besonders über Mittag hoch und die Auftragslage ist ebenfalls sehr gut, was aufgrund der hohen Messekosten sehr wichtig ist.
- 2 Das ist schwierig zu beurteilen. Grundsätzlich finde ich die Trennung gut. Als Aussteller kann man ja frei entscheiden, wo man teilnehmen will. Schade ist aber, dass immer weniger Pharma-Firmen ausstellen – die vitawell verkommt bald zur Muba.
- 3 Es müssen vermehrt Geschäftsinhaber an die Messe kommen. Momentan kommen viele Mitarbeiter, aber zu wenige Geschäftsinhaber.



Fritz Müller, Leiter Marketing und Verkauf, Iromedica AG

- 1 Die Frequenz und die Anzahl Kontakte waren tiefer als im letzten Jahr. Quantitativ, also die Bestellungen und den Umsatz betreffend, entsprechen die Ergebnisse unseren Erwartungen.
- 2 Ich bin klar kein Befürworter dieses Konzepts. Zwei Standorte bedeutet für uns Aussteller eine Kostenverdoppelung. Nächstes Jahr findet die vitawell nur in Zürich statt. Dies ist meiner Meinung nach für Welsche und das Mittelland nicht interessant.
- 3 Es müssen zahlreiche Entscheidungsträger anwesend sein. Natürlich auch Pharma-Assistentinnen – doch schliesslich sind wir hier, um mit Leuten zu sprechen, die über ein Sortiment entscheiden.

- 1 **Warum haben Sie nicht an der vitawell 2008 teilgenommen?**
- 2 **Befürworten Sie das neue Messekonzept mit zwei Standorten?**
- 3 **Welche Bedürfnisse müssen abgedeckt werden, damit Sie an einer Messe teilnehmen?**



Christoph Glasstetter, Verkaufsleiter OTC, Merz Pharma (Schweiz) AG

- 1 Meine persönlichen Ziele wurden erreicht – was in dem Sinne zu verstehen ist, dass ich nicht an einem Stand vor Ort anwesend bin, sondern hier Bekanntschaften und Kontakte situativ nutze. Den typischen und wichtigen «Small Talk» hatte ich mit Lieferanten, Kunden sowie Personen meiner Anbieterseite.
- 2 Ich denke nicht, dass dieses Konzept, so wie es heute geplant ist, umsetzbar ist. Die Branche ist dazu zu klein: Der Finanzaufwand wird mit zwei Ausstellungsorten grösser werden, der Umsatz aber nicht entsprechend wachsen. Denn vermutlich werden insgesamt nicht mehr Leute als bisher nach Bern zu den beiden neuen Messen in Zürich und Lausanne kommen.
- 3 Es besteht nach wie vor ein Bedürfnis, dass man sich sieht. Dies besteht sowohl auf Seite der Lieferanten, wie der Drogerien und Apotheken. Doch niemand hat eine Lösung, wie dies optimal erreicht werden könnte. Ein Ansatzpunkt wäre, mehr Weiterbildung zu bieten. Apotheker könnten gewonnen werden, wenn solche Weiterbildungen angeboten würden, die den Apothekern als FPH-Punkten angerechnet werden könnten. Das Multilaterale ist wichtig; eine reine Ausstellermesse wird zunehmend mehr abgelehnt. Eine Messe muss eine Begegnungsmöglichkeit sein – ein Ort, wo man sich treffen und miteinander diskutieren kann.



Markus Hinder, Leiter Marketing und Verkauf, Omidia AG

- 1 Die Positionierung der Messe ist unklar. Deshalb ist die anvisierte Zielgruppe nicht ausreichend vertreten. Die Auswertung der diesjährigen vitawell-Besucherzahlen zeigt: Der Index der diplomierten Drogisten lag bei rund 60 Prozent im Vergleich zum Vorjahr, bei der Zielgruppe «Anderere» war der Index bei 180 Prozent. Die Bedürfnisse der Marktteilnehmer müssen an der vitawell besser abgedeckt werden. Man müsste etwa die Generalsversammlung des Drogistenverbandes in den Umkreis der vitawell holen, Anlässe einer Gruppierung oder Versammlungen von Verbänden.
- 2 Es spielt im Grunde keine Rolle, ob die vitawell in Zürich oder Bern stattfindet; die Bedürfnisse müssen abgedeckt sein. In Lausanne ist die Anwesenheit von Gruppierungen von noch grösserer Bedeutung.
- 3 Der Trend zurückgehender Besucherzahlen unter den diplomierten Drogisten muss gestoppt werden. Es braucht eine Messe, aber der Nutzen muss stimmen.