

Zehn Fragen über Apoly

Kurz und knapp: Was ist Apoly?

Apoly ist eine Plattform für den Einkauf von rezeptfreien Medikamenten im Internet. Das Besondere hierbei ist, dass Apoly nicht als klassische Versandapotheke tätig ist, sondern den Kunden und die lokale Apotheke vor Ort zusammenbringt.

Auf der Webseite bekommen Nutzer die Möglichkeit zur Selbstdiagnose, indem sie Krankheitsbil-

der entsprechend ihrer Beschwerden auswählen und darauf basierend Medikamentenvorschläge erhalten. Die getätigte Bestellung wird an die im Liefergebiet ansässige Partnerapotheke weitergeleitet und vom Botendienst der Apotheke noch am selben Tag ausgeliefert.

Was ist das Besondere an Apoly?

Einzigartig macht uns vor allem der Gedanke, die lokale Wirtschaft zu stärken. Denn die extrem günstigen Standortkosten und der 24/7-Verkauf der Online-Handels schädigt den stationären Handel massiv und nachhaltig.

Kontinuierliches Ladensterben ist die Folge des Kampfes zwischen wachsendem eCommerce und stationärem Handel – auch Apotheken sind betroffen.

Apoly weiß, dass es auch anders geht!

Dass beide Vertriebskanäle nebeneinander existieren können und zusätzlich von den Synergieeffekten einer Verbindung profitieren können. Gemeinsam nehmen Apoly und der Apotheker dem Kunden im stressigen Alltag den Gang in die Apotheke ab.

Hierbei muss der Kunde nicht auf die kompetente Beratung verzichten und der Apotheker nicht auf den Umsatz sowie den Kundenkontakt.

Was ist das Ziel von Apoly?

Mit der Vision „Simplify Healthcare“ ist es Apolys Ziel den Apothekenmarkt zu vereinfachen und Kunden jederzeit leichten und schnellstmöglichen Zugang zu Medikamenten zu verschaffen – ohne, dass dabei auf die professionelle Beratung durch ein vertrauensvolles Apothekenteam verzichtet werden muss.

Hierzu nutzt Apoly die Synergieeffekte, die aus einer Verbindung von Online- und Offline-Handel entstehen.

03

Gibt es einen Trend, innerhalb dessen Apoly gerade entsteht?

Die Idee von Apoly wird durch zwei vorherrschende Megatrends getragen:

1) Das neue Verständnis von Gesundheit

Gesundheit ist nicht mehr allein das Gegenteil von Krankheit, sondern das Bewusstsein für Lebensenergie, -freude und Zufriedenheit. Die Medizin verwandelt sich daher vom einfachen Reparaturbetrieb in einen gewaltigen Sektor im Dienste des Gesundheits-Prosumenten (d.h. einem Konsumenten der nicht nur einfache, sondern professionelle Ansprüche an Produkte stellt).

2) Digitalisierung

Die deutsche Industriegesellschaft wird stetig online-affiner. So wie Elektrogeräte und Bekleidung heute selbstverständlich im Internet bestellt werden, so wird es sich auch mit den Produkten der Gesundheitsindustrie verhalten. Im Jahr 2015 haben bereits 49% aller Deutschen mindestens einmal ein Medikament im Internet bestellt (Statista 2016).

04

Wie gehen Apotheker mit der Idee um?

Oft sind Apotheker zunächst besorgt, weil sie den Online-Handel als Feind der stationären Apotheke wahrnehmen. Das kann ihnen nicht verübelt werden, da die Versandapotheken mit den oft besseren Konditionen in der virtuellen Welt tatsächlich eine sehr große Bedrohung für die kleine Apotheke in der Innenstadt darstellen.

Nichtsdestotrotz begreifen die meisten Apothe-

ker, dass der Digitale Gesundheitssurfer Anfang des 21. Jahrhunderts nicht mehr wegzudiskutieren ist.

Wenn es zu einem persönlichen Gespräch kommt, sind die Apotheker daher meist begeistert von der Idee einer Partnerschaft und der Möglichkeit einen neuen Vertriebskanal zu erschließen.

05

Status quo - wo steht Apoly gerade?

Die Markteinführung unserer Plattform war Ende Mai 2016. Derzeit arbeiten wir mit sechs Partnerapotheken in Leipzig und decken damit etwa 40% der Stadtgebiete Leipzigs ab.

Besonders stolz sind wir auf unseren Pillenkonfigurator – ein interaktives Tool, das Nutzern eine noch nie zuvor dagewesene Transparenz beim Medikamentenkauf ermöglicht. Mithilfe von Schiebereglern können Kunden alle wichtigen Eckdaten der Medikamente selbst festlegen. Er

bietet die Möglichkeit nach Preis und Wirkstoff zu filtern oder zu entscheiden, ob das Medikament ein homöopathisches-, ein pflanzliches Präparat, ein Generikum oder Markenprodukt sein soll.

Damit der Kunde im Medikamenten-Dschungel nicht verloren geht, unterstützen wir mit einem intuitiv gestalteten Einkaufsvorgang. Alles kann, nichts muss!

06

Wo steht Apoly in zwei Jahren?

Neben einer deutschlandweiten Abdeckung des Marktes durch unsere Partnerapotheken, arbeiten wir an der Verbesserung unseres Beratungsangebotes. Hierzu setzen wir auf eine noch engere Zusammenarbeit mit den Apothekern bis hin zur Onlineberatung per Skype oder Online-Formular.

Außerdem soll die Lieferung zukünftig schon in wenigen Stunden möglich sein, sodass Apo-

ly Erste Hilfe bei akuten gesundheitlichen Beschwerden leisten kann. Darüber hinaus arbeiten wir an weiteren innovativen Konzepten, die wir jedoch vorerst geheim halten!

Um auf dem Laufenden zu bleiben, folgen Sie uns gerne auf Facebook, Twitter oder auf unserer Webseite.

Woher kommt der Name Apoly?

A steht für Apotheke und poly ist das aus dem Griechischen stammende Wortbildungselement für viele.

Kombiniert drückt der Name Apoly demnach aus, dass wir mit dem Ziel einer deutschlandweiten Medikamentenversorgung für Endkunden mit vielen Apotheken kooperieren.

Wie kam es zu der Idee von Apoly?

Die Idee für Apoly kam dem Geschäftsführer Luca Christel auf einer Auslandsreise. Als er dort krank wurde, machte er sich auf die Suche nach validen Gesundheitsinformationen vor Ort, um schnell zu genesen.

Da sich der Prozess der Informationsgewinnung – abseits vom heimischen und bekannten Sys-

tem – schwierig gestaltete, verschleppte er die Krankheit und der Heilungsprozess verzögerte sich. Aus dieser unangenehmen Urlaubserfahrung entstand die Idee, eine Lösung für die bessere und einfacher zugängliche Informations- bzw. Medikamentenversorgung für Erkrankte zu entwickeln.

09

Wie kam es zu dem Team hinter Apoly?

Die Gründer Luca, Christian und Pascal haben sich über das Stipendiaten-Netzwerk der Stiftung der Deutschen Wirtschaft (sdw) kennengelernt. Luca war aktiv auf der Suche nach Mitgründern, die aus seiner Idee ein gemeinsames Projekt entwickeln würden und konnte Pascal und Christian von seiner Vision überzeugen. Inhaltlich und finanziell wurden die drei während der Entwicklung durch das Förderprogramm „Herausforderung Unternehmertum“ der sdw unterstützt. Der Startschuss für Apoly fiel mit der Aufnahme in das Accelerator-Programm des Pharmakonzerns Merck KGaA.

Neben den drei Gründern hat sich das Team bereits um vier Mitarbeiter erweitert. Unsere

Werkstudentin Lisa ist für das Marketing und die Kommunikation zuständig. Carsten ist ebenfalls Werkstudent und arbeitet an der Frontend-Web-Entwicklung. Unser Praktikant Nico unterstützt Pascal in der Backend-Web-Entwicklung und unser Webdesigner Tim ist für die kreative Gestaltung der Kommunikationsmittel sowie die „User-Experience“ auf der Webseite zuständig. Außerdem sind wir gerade verstärkt auf der Suche nach Unterstützung im Bereich Content Marketing und Webseitenprogrammierung.

Neben einem starken Teamzusammenhalt während der Arbeit, sind wir mittlerweile zu einer kleinen Familie zusammengewachsen und unternehmen auch privat gerne etwas miteinander.

10