RICHTLINIEN & GRUNDSÄTZE APOTHEKE

Die LINDA AG legt für ihre Premium und Partner Apotheken (nachfolgend Konzept genannt) nachfolgende Richtlinien & Grundsätze zur allgemeinen Orientierung fest. Ziel ist der einheitliche und CI-konforme Auftritt als LINDA Apotheke und die dadurch für den Endkunden erkennbare Anbindung an die LINDA Kooperation. Die inhaltlichen Ausprägungen können sich auf Grund der vertraglichen Differenzierungen zwischen Partner und Premium Apotheke unterscheiden. LINDA behält sich vor, die entsprechenden Ausführungen zu prüfen und behält sich zudem vor, korrigierend einzuwirken.

Pflichtumsetzungen

- CI-konforme Anbringung der LINDA Schaufenster- und Türbeschriftung
- Einhaltung der CI-Vorgaben von LINDA unter Beachtung des Corporate Designs entsprechend der vertraglichen Vorgaben und Berechtigungen
- Zurverfügungstellen von erforderlichen und ausreichenden Flächen (Schaufenster bzw. Offizin-Fläche) für LINDA Maßnahmen
- Einsatz einer einheitlichen Berufsbekleidung innerhalb der Apotheke, optimalerweise mit LINDA Branding
- Umsetzung regelmäßig zur Verfügung gestellter, zentral gesteuerter Marketing-Kampagnen und Marketingmaßnahmen
- Umsetzung aller zur Verfügung gestellten Erstausstattungsbestandteile*
- Umsetzung der bereitgestellten Ausstattungsbestandteile u. a. für „Produkt des Monats“, „Cube“
- Ernennung eines/r LINDA Beauftragten
- Beachtung der Empfehlung zur Platzierung in der individuellen Sichtwahl (Planogramm)
- Beachtung der Empfehlung zur Platzierung in der Freiwahl (Optigramm)
- Abgabe der von LINDA zur Verfügung gestellten „Apotheken Umschau“ an die Apothekenkunden
- Abgabe der von PHOENIX zur Verfügung gestellten Broschüre "be healthy" an die Apothekenkunden
- Bereitstellen von Sitzmöglichkeiten für Kunden nach den Gegebenheiten in der Apotheke
- Angebot eines Boten-/Zustelldienstes gemäß ApBetrO an mindestens 5 Werktagen in der Woche
- Die Einbindung des LINDA App Services (Teilnahme gesund.de) und das hiermit verbundene Angebot an die Endkunden der Apotheke
- Erreichbarkeit über weitere, moderne Kommunikationsmittel (z.B. Service-E-Mail)
- Akzeptanzstelle von modernen Zahlungsmöglichkeiten
- Angebot von Tafelwasser für den Endkunden
- Einbettung im digitalen LINDA Apothekenfinder unter www.linda.de
- Angabe einer erreichbaren E-Mail-Adresse als Kommunikationsweg zwischen LINDA AG und Apotheke
- Regelmäßige Nutzung des kostenfreien MVDA/LINDA Intranets zur aktiven Informationsbeschaffung
- Registrierung bei der Mitgliederkommunikations-App „myLINDA“
- Umsetzung der Angebote und Mitgaben im Rahmen der von LINDA zur Verfügung gestellten Maßnahmen für Kinder
- Teilnahme an von LINDA bereitgestellten Coupon-Aktionen
- Kostenfreie Abgabe von CI-gebrandeten LINDA Mitgabeartikeln
- Abgabe von CI-gebrandeten LINDA Tragetaschen an die Apothekenkunden

Umsetzungsempfehlung

- Einsatz des LINDA Markennamensschilds u./o. LINDA Logos an der Berufsbekleidung für Inhaber und Mitarbeiter
- Einsatz der LINDA Berufsbekleidung (im LINDA CI u/o individuellem Apotheken Co-Branding) (sofern Leistung separat gebucht)
- Nutzung der Marketingangebote der Industrie- und Handelspartner, soweit verfügbar
- Teilnahme an PAYBACK soweit umsetzbar und verfügbar (sofern Leistung separat gebucht)
- Nutzung des Angebots zur Apothekeneinrichtung unter Berücksichtigung des Einsatzes von LINDA CI Elementen (sofern Leistung separat gebucht)
- Nutzung des Angebots zur Fahrzeugbeschriftung im LINDA Design
- LINDA CI-konforme Präsentation der Apotheke bei Google („Google Unternehmensprofil“ Eintrag) für LINDA Premiumapotheken (sofern Leistung separat gebucht)
- Einsatz von LINDA CI-konformen Print- und Online-Kommunikationsvorlagen für den individuellen lokalen / regionalen Einsatz, z. B. im Rahmen der Nutzung des ePosters sowie der LINDA App
- Einsatz der zur Verfügung gestellten LINDA Konzeptmaterialien (z. B. Monatsaktion, Quartalspublikation)
- Einsatz einer apothekenindividuellen Facebook-Fanpage im LINDA CI, inkl. der Verwendung von Posting-Vorlagen und der -Anwendungsberatung
- Nutzung der LINDA CI-konformen barrierefreie Apothekenhomepage im „LINDA Web for all“ für LINDA Premium Apotheken (sofern Leistung separat gebucht)
- Nutzung des Angebots sowie vereinbarungsgemäße Aufstellung eines ePosters (gemäß Überlassungsvereinbarung)
- Nutzung des Angebots zur Fortbildung und Wissensvermittlung des Anbieters marpinion GmbH, Oberhaching sowie der PHOENIX Akademie (sofern Leistung separat gebucht)
- Nutzung der regelmäßig angebotenen LINDA Beauftragten Informationsveranstaltungen [vor Ort/digital] (Entsendung der/des LINDA Beauftragten)
- Anwendung des onlinebasierten Qualitätsmanagementsystem „Smart QMS basic“ der LINDA AG (sofern Leistung separat gebucht)
- Teilnahme an dem Leistungspaket „greenLINDA“ (sofern Leistung separat gebucht)
- Bezug von Mehrmengen CI-konformer Ausstattungen und LINDA gebrandeten Sortimentsangeboten zu Kooperationskonditionen sowie Mietartikeln** (sofern Leistung separat gebucht)
- Einsatz der Kundenkarte im LINDA Design (sofern Leistung separat gebucht)
- Einsatz des OTC-/Freiwahl-Kundenflyer „LINDA SPARezept“ (sofern Leistung separat gebucht)
- Bezug von Mehrmengen CI-gebrandeter LINDA Mitgabeartikel (sofern Leistung separat gebucht)
- Bezug von Mehrmengen des CI-gebrandeten LINDA Tragetaschenangebots (sofern Leistung separat gebucht)
- Einsatz der LINDA konformen Telefonansage (sofern Leistung separat gebucht)
- Nutzung der LINDA Medizintasche und / oder der LINDA Eisbox für bspw. lokales Sportsponsoring
- Nutzung der LINDA Unterstützungsangebote zur Personalsuche

**Produkt des Monats Aufsteller, Freiwahl-Plexiglas-Cube, Diskretionsaufsteller, Namensschilder, Schaufensterbeschriftung (über separaten Dienstleister), Tragetaschen, Mitgabeartikel etc.*

***Kundenkarten, Wasserspender, Drucksachen, Notizblöcke, Markenmöbel, Berufsbekleidung, Apothekenausstattung, Offizin-Bildwelt, LINDA PKW-Beschriftung, Mietartikel für Jubiläen (z.B. Glücksrad)*

Änderungsvermerk: *Diese Richtlinien & Grundsätze mit Stand 07.2025 lösen die Richtlinien & Grundsätze (Vorversion) aus Dezember 2022 ab.*