

Wie geht es weiter mit Ihrer Apotheke? Am besten vorwärts! Die Vergangenheit kommt nicht wieder und nichts bleibt so wie es war, das ist klar. Viele Arbeitsplätze gehen inzwischen in den klassischen Branchen wie Automobil oder Einzelhandel verloren, auch Apotheken spüren den härteren Wettbewerb und geben teilweise ihr Geschäft auf. Die Krankenkassen sind überfordert, der Staat extrem überschuldet. Hilfe aus dieser Ecke ist nicht zu erwarten. Hilfe zur Selbsthilfe ist gefragt, das ist also auch klar.

In Sachen Gesundheit sprechen die Menschen immer mehr über „Eigenverantwortung“ und „Prävention“. Die Gesundheit erhalten gilt als oberstes Ziel, den Job wegen einer Krankheit zu verlieren als Horror. Was für den einen in diesem Szenario als Bedrohung empfunden wird, ist für andere wie eine Befreiung. Sie werfen die Abhängigkeit von anderen ab und übernehmen Verantwortung für ihre Gesundheit. Andere wiederum nutzen die Gelegenheit, mit entsprechenden Produktangeboten den Konsumenten Lösungen anzubieten. Denn jeder handlungsfähige Mensch kann sich selbst fit halten. Doch mal ehrlich, wer lebt wirklich gesund?

Die Gesundheit auf Dauer erhalten

Wie kann aber der Konsument von heute möglichst ein Leben lang gesund bleiben? Die alt hergebrachte Schulmedizin kann hierzu keinen umfassenden Beitrag leisten. Viel zu oft werden nur die Folgen und nicht die Ursachen einer Krankheit behandelt. Die ganzheitliche Pharmazie beispielsweise kann helfen, die Gesundheit auf Dauer zu erhalten. Dazu gehört die Erfahrung, dass man mit alternativen Mitteln und Methoden sehr viel mehr für sich und andere tun kann, als viele wissen. Hier ergeben sich also viele nützliche Ansätze, um für die Apotheke dauerhafte Umsatzpotentiale zu erschließen. Und immer mehr Verbraucher interessieren sich für Methoden, die den Menschen als Ganzes begreifen.

Auch Apotheker Hans-J. Jesse aus der Spitzweg-Apotheke in Emsdetten (www.spitzweg-apotheke.de) wollte nicht warten, bis die Gesundheitsreformen seine Existenzgrundlage weiter gefährden und handelte prompt. Er wollte den Menschen auch dann begegnen, wenn sie noch nicht krank geworden sind. Und er war davon überzeugt, dass Prävention immer wichtiger wird. Vor vier Jahren begann er, seine Apotheke auf die sich verändernden Bedürfnisse der Menschen umzustellen. In der ganzheitlichen Pharmazie sah er die Chance, vom Schubladenzücker zum gefragten Gesundheitsexperten zu avancieren. Er kramte seine Apotheke um und beschloss, Kompetenzzentrum für ausgesuchte Lebensbereiche und Indikationen in seiner Offizin einzurichten. In diesen optisch voneinander getrennten Arealen findet der Verbraucher alles für die Vor- und Nachsorge.

Da ist zum Beispiel die mit viel Liebe dekorierte Ernährungscke, die ein breites Spektrum von unterschiedlichsten Produkten präsentiert. Hier findet man vom Buch mit Ernährungstipps über Schlankheitspillen bis zum ausgefeilten Ernährungskonzept alles, was der Kunde wünscht. Er kann sich so leicht einen kompletten Überblick verschaffen. „Natürlich werden hier auch Artikel präsentiert, die wir normaler-

weise nicht empfehlen“, erläutert Hans-J. Jesse, „dennoch wünschen unsere Kunden diese Vielfalt und schätzen unsere Auswahl“.

Kompetente Fachberatung ist erforderlich

Besonders angetan sind der Apotheker und sein Team von dem Gedanken, den Menschen in einer Art Basistherapie zu mehr Gesundheit im präventiven Sinne zu verhelfen. Immer nur an den Symptomen einer Krankheit herum zu werkeln, sei auf Dauer keine Erfüllung. Bei seinen Recherchen ist er dann auf die ganzheitliche Pharmazie gestoßen, die genau diesen Ansatz verfolgt. In den Köpfen der Menschen müsse dann natürlich ein Umdenken einsetzen, weg vom bloßen Anbieten beziehungsweise Konsumieren von Arzneimitteln, hin zur nachhaltigen Gesundheitsvor- und -nachsorge. Unabdingbar in diesem Themenkomplex sei zum Beispiel die Ausleitung von Umweltgiften wie beispielsweise Schwermetallen auf der einen und die damit einhergehende Steigerung des Immunsystems auf der anderen Seite. Weil hier absolut eine kompetente Fachberatung erforderlich ist, haben die Apotheken eine hervorragende Chance, sich deutlich von anderen Vertriebskanälen abzusetzen. Und dazu passende Produkte, die nur in Apotheken erhältlich sind, verstärken den alleinstellenden Effekt. Aus Sicht des Kunden stellt sich dann automatisch nicht mehr die Frage, „ob“ er in die Apotheke geht, sondern nur „wann“. Andere Vertriebskanäle tun sich sichtlich schwer, Kompetenz in diesem Bereich aufzubauen. Es ist sicherlich noch zu früh, von einem Trend zu sprechen, doch wenn die Apotheke im Bereich der Gesundheitsprävention einen klaren Startschuss setzt, führt die hauseigene Empfehlung und die Mund-zu-Mund-Propaganda der Kunden zu erfreulichen Umsatzzuwächsen.

Positive Erfahrungen in diesem Bereich haben viele Apotheken beispielsweise bereits mit dem Produkt actimares vital von der Firma meeresfarm gemacht. Ein Produkt, das mit einer einzigartigen Wirkstoffkombination aus Spirulina, Chlorella und Fischöl die humorale und zelluläre Immunabwehr aktiviert und Schadstoffe ausleitet. Außerdem supplementiert es fehlende Vitalstoffe.

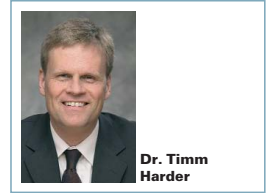
Im März 2004 hat Apotheker Jesse dieses Präparat eingeführt, das im Bereich der ganzheitlichen Pharmazie hervorragend zur „Grundlagen-Therapie“ geeignet ist und inzwischen von vielen Naturheilpraxen und Heilpraktikern empfohlen wird. „Die Umsätze sind stetig gestiegen, weil viele meiner Kunden ihre positiven Erfahrungen weiter gegeben haben“, weiß Jesse zu erzählen. Allerdings muss man sich von vorn herein im Klaren sein, dass dieses Produkt erklärungsbedürftig ist. Ein häufig gemachter Anfangsfehler ist denn auch die viel zu hohe Erwartung

an die Kunden. Gefragt sind Kontinuität und Ausdauer bei der Ansprache der Kunden. Und oft sind es die kleinen Dinge im Leben, die viel bewirken können – ohne viel investieren zu müssen. Ein Vergleich mit einer anderen Branche zeigt, dass die simple Frage bei jedem Kunden nach einem Getränk milliardenfache Mehrumsätze bringt. Vielleicht versuchen Sie es mal mit der Frage: Möchten Sie noch mehr

der Kunde also mit „ja“ antwortet, können neben positiven Emotionen gleich handfeste Beweise mitgeliefert werden.

Damit alle Mitarbeiter auf einem möglichst gleichen Kenntnisstand geführt werden, bieten viele Hersteller Personalschulungen im Produktbereich an. Von dieser grundlegenden Einweisung sollten die Apotheken auf jeden Fall Gebrauch machen, denn damit steigt die Chance, insgesamt als

Auf dem Weg zur Präventiv-Apotheke! Vorsorgepräparate auf dem Vormarsch



Dr. Timm Harder

Die Verarmung unserer Lebensmittel an Vitalstoffen führt zu ernährungsbedingten Zivilisationskrankheiten wie Diabetes, Übergewicht oder Infektanfälligkeit. Wenn die Lösung zur Vermeidung der Krankheiten darin liegt, dem Körper regelmäßig mehr Vitalstoffe zuzuführen, bieten sich Kombinationspräparate geradezu an. Sie können die natürliche „Rundum-Vorsorge“ des menschlichen Organismus sicher stellen. Ein interessantes Verbraucherverhalten ist nämlich zu beobachten: Zwar steht das Thema der Gesundheit ganz oben auf der Prioritätenliste der Verbraucher. Aber die Wertschätzung für Lebensmittel ist gering. Gerade mal 14 Prozent ihrer Ausgaben wenden die Deutschen für Essen und Trinken auf. „Es lebe billig“ heißt für viele die Devise. Außerdem gewinnt der Convenience-Gedanke bei den Verbrauchern zunehmend an Bedeutung. Kaum jemand will sich im Alltag mit der Zubereitung von Mahlzeiten die Zeit stehlen lassen. Ohnehin bestehen heute zwei Drittel der Haushalte aus Singles, Paaren ohne Kind oder Alleinerziehenden. Das traditionelle Mahlzeitenmuster schwindet, der Außer-Haus-Verzehr nimmt zu. Was liegt also näher als den Kunden aufzuklären, zu informieren und Lösungen anzubieten in Form von Vitalstoffergänzungen, die für die Gesunderhaltung und Lebenskraft immer wichtiger werden. Zwar überwiegt sicher noch die Vollkasko-Mentalität, dennoch sind immer Menschen bereit, für ihr oberstes Ziel, die Gesundheit, immer mehr Geld auszugeben.

Kundengespräch und Erfahrung

Apotheker Jesse geht deswegen immer mehr in die Offensive und bietet seinen Kunden zum Beispiel eine Vitalstoff-Dreimonatskur an. Um den Einstieg in die präventive Basistherapie für den Konsumenten so einfach wie möglich zu machen, bietet er den ersten Monat zum Normalpreis und die zwei Folgemonate etwas günstiger an. Solche Angebotskombinationen erfordern sicher viel Kundengespräch und Erfahrung, werden aber dennoch vom Verbraucher dankbar angenommen. Schließlich weiß der überforderte, multioptionale Verbraucher von heute die Kompetenz und Glaubwürdigkeit der Apotheke sehr wohl zu schätzen. Wenn dann auch noch die Marge stimmt, freut sich auch der Apotheker. Die Kompetenzzentrum der Spitzweg-Apotheke, die als Grundlinie sich an der ganzheitlichen Pharmazie orientieren, bieten jedenfalls eine Menge Möglichkeiten, Gewinn bringende Umsätze zu erzielen.

Und – Wettbewerbsdruck und Krisensituation zum Trotz – innovative Produkte mit Erfolg versprechenden Ertragspotenzialen für Apotheken wird es immer geben.

Dr. Timm Harder
E-Mail: harder@amponline.de



Forciert Präventivmaßnahmen in seiner Apotheke: Hans-J. Jesse aus der Spitzweg Apotheke in Emsdetten

für Ihre Gesundheit tun? Wenn er mit „ja“ antwortet, können Sie zum Beispiel auf das grüne Kraftwerk der Spirulina Microalge hinweisen. Wenn er mit „nein“ antwortet, o.k. dann eben nicht.

Wichtig für den Einstieg: Vertrauen

Auch wenn die Bereitschaft zu immer mehr Vorsorge bei den Menschen wächst, muss erst eine Vertrauensgrundlage für neue beziehungsweise alternative Behandlungsmethoden geschaffen werden. Der Emsdettener Apotheker ging mit gutem Beispiel voran und ließ seine Schwermetallbelastung in einem unabhängigen Labor vor und nach der Ausleitungstherapie messen – mit erstaunlichen und überzeugenden Ergebnissen zugleich. Wenn

kompetente Anlaufstelle für alle Gesundheitsfragen wahrgenommen zu werden. Und bevor man sich beim Kundengespräch im Labyrinth der vielfältigen Anwendungsmöglichkeiten von Produkten verliert, sollte der Mitarbeiter lieber die Features (zum Beispiel: aktiviert die Immunabwehr, entgiftet, stärkt die Vitalität) drauf haben und freundlich dabei lächeln. Denn welcher Kunde kann sich schon nach fünf Minuten an alles, was Sie gesagt haben, erinnern. Aber er wird sehr wohl wissen, wie Sie etwas gesagt haben.

Apropos erinnern: Erinnern Sie sich daran, wann Sie das letzte Mal wirklich hungrig mussten? Haben Sie schon einmal gehungert? Sie auch nicht? Gut! Aber trotz üppiger Nahrung leiden wir Mangel im Überfluss – mit dramatischen Folgen für die Volkswirtschaft.