



## ZIELGRUPPE FRAUEN

# Aktionen für jede Lebensphase

Vor allem zwei Gründe machen Frauen zur wichtigen Zielgruppe für die Apotheke: Sie gelten nicht nur als besonders gesundheitsbewusst, sondern entscheiden zudem meist über die Gesundheitsversorgung der ganzen Familie. Aber: Die Zielgruppe Frauen ist durchaus inhomogen. Eine Aktion, die sich gezielt an Kundinnen richtet, sollte dies berücksichtigen.

→ Die Grundüberlegung ist so einfach wie logisch: Im Hinblick auf Arzneimittel und Gesundheitsprodukte haben Frauen unterschiedlichen Alters völlig unterschiedliche Bedürfnisse und kommen mit unterschiedlichen Anliegen und Erwartungen in die Apotheke. Abhängig ist dies nicht zuletzt von ihrem Familienstand und der Lebensphase, in der sie sich befinden: Für junge Frauen ohne Familie sind ganz andere Gesundheitsthemen relevant als für Mütter, Frauen in der Lebensmitte oder im fortgeschrittenen Alter. Hier einige Beispiele dazu:

- Jüngere Frauen haben vor allem Beratungsbedarf zu Verhütung und Schwangerschaft, Regelbeschwerden/PMS.
- Bei Frauen in der Lebensmitte stehen hormonelle Umstellungen im Vordergrund, außerdem sind für sie die Themen Venenleiden, Schlafstörungen, Vorbeugung von Osteoporose interessant.
- Ältere Frauen wiederum suchen verstärkt Beratung zu Blasen-schwäche, Konzentrationsstörungen/Vergesslichkeit oder Herz-Kreislauf-Problemen.

Über diese oftmals altersabhängigen gesundheitlichen Beschwerden hinaus gibt es Themen, die für Frauen aller Alters- und Lebensphasen interessant sind: Die richtige Hautpflege zählt beispielsweise ebenso dazu wie die Fragen gesunder Ernährung, die Beratung rund um Prävention und Selbstmedikation sowie das Thema Homöopathie.

### Beispiele für Aktionen

Die Themen, die eine Apotheke in einer „Aktion für Frauen“ aufgreifen kann, sind also äußerst vielfältig. Unter einen Hut bringen – bzw. in ein Motto gießen – lassen sich diese Einzelthemen jedoch nur bedingt. Wer nicht gezielt eines der genannten Themen herausgreift (z. B. in einer Aktion zu Osteoporose, zu Venenleiden oder Regelbeschwerden), für den empfiehlt sich eine Bündelung von Themen. Dies kann im Hinblick auf ein bestimmtes Motto geschehen oder auf spezielle Bedürfnisse von Frauen in einer bestimmten Lebenssituation. Darüber hinaus kann eine Apotheke auch gezielt Themen aufgrei-

## Checkliste Aktionsplanung

Die Aktion des Monats bietet Ihnen Anregungen für Aktionen: Überlegen Sie im Team, welche Themen zu Ihrer Apotheke und Ihrem Umfeld am besten passen und mit welchen Pharmaunternehmen, Zulieferern und Dienstleistern Sie gern zusammenarbeiten wollen.

Im Anschluss daran gilt es, die Aktion zu planen. Folgende Stationen sind dabei wichtig:

- Planung im Team: mit Teambesprechung, Personalschulung, Auffrischen von Hintergrundwissen
- Aktionsinhalte festlegen: Sortiment, Kooperationen, Außenaktionen, Vortrag, Ausschank/Verkostung, Events
- Rahmenbedingungen klären: Vortragsraum, Kooperationspartner, Erlaubnis für Standaufbau, Partner für Aktivitäten suchen
- Sortiment koordinieren: Produkte, Industriepartner, Verkaufsförderung, Platzierung festlegen

- Kundenansprache/Werbung: Pressearbeit, Anzeigen, Flyer, Gutscheine, Handzettel
- letzter Check vor dem Start der Aktion: u. a. Infomaterialien, Infostand, Vortragsraum überprüfen
- Erfolgskontrolle: im Team Bilanz ziehen.

Praxisrelevante Tipps zu all diesen Punkten finden Sie in APOTHEKE + MARKETING: Die Ausgaben April 2007 bis Dezember 2009 boten bereits detaillierte Tipps zur Planung von Aktionen zu ganz unterschiedlichen Themen. Dort finden Sie zudem generelle Hinweise, beispielsweise zur Aktionsdeko oder zu Außenaktionen, zur Gestaltung von Websites und Plakaten sowie zur detaillierten Pressearbeit. Konkrete Unterstützung zu diesen Themen bieten Ihnen auch die kommenden Ausgaben von APOTHEKE + MARKETING sowie unsere Website unter [www.apotheke-und-marketing.de/extras](http://www.apotheke-und-marketing.de/extras).

fen, die in erster Linie für die „Zielgruppe Frau“ interessant sind – dazu zählen beispielsweise die Themen Osteoporose oder Venengesundheit.

Im Folgenden finden Sie einige Beispiele für Aktionsthemen und bekommen Anregungen dazu, wie sie sich in der Apotheke umsetzen lassen.

### Beispiel 1: Aktion für Frauen aller Altersgruppen

Das Motto „Schön – fit – leistungsfähig: Unser Rezept für moderne Frauen“ spannt einen weiten thematischen Bogen über die Themen Kosmetik, Ernährung, Sport und Regeneration und spricht damit prinzipiell Frauen jeden Alters an. Im Sortimentsbereich stellt die Aktion neben Kosmetika, Vitaminen und speziellen Nahrungsergänzungsprodukten auch Homöopathika heraus; die Beratung ist auf dieses Sortiment ausgerichtet. Dabei kann das Apothekenteam beispielsweise auf die Pflege unterschiedlicher Hauttypen eingehen, zu Stressabbau und optimaler Ernährung beraten sowie Tipps zur richtigen Bewegung geben.

Zusätzliche Marktchancen schaffen Produkte, die für Frauen bestimmter Altersgruppen konzipiert wurden: Hier eröffnen beispielsweise Kosmetika oder Vitamin- und Mineralstoffpräparate der Apotheke neue Möglichkeiten für Image und Umsatz.

Wer seinen Kundinnen im Rahmen der Aktion ein zusätzliches Event bieten will, kann neben einem Hauttest, dem Test von Kosmetika oder der Verkostung von Vitamingetränken einen Aktionsabend initiieren: Ein Vortrag – der z. B. gemeinsam mit einer Kosmetikerin, einer Bewegungstrainerin oder einer Spezialistin für Anti-Aging gehalten wird – vermittelt den Zuhörerinnen wichtige Hintergrundinformationen. Von den

Produkten können sie sich an Ort und Stelle durch Proben ein Bild machen. Zudem kann die Apotheke im Rahmen der Aktion in Kooperation mit einem Fitnessstudio oder dem Sportverein Walking-, Yoga- oder Anti-Stress-Kurse anbieten.

### Beispiel 2: Eine Aktion für Mütter

Unter dem Motto „So kommt Ihre Familie gut durch den Sommer!“ erfahren die Kundinnen beispielsweise, wie optimaler Schutz gegen UV-Strahlen aussehen sollte, welche Mittel gegen Heuschnupfen zur Verfügung stehen, welche Impfungen wichtig sind, was sie bei Sportverletzungen tun können. Je nach Aktionszeitpunkt lässt sich hier zudem das Thema Reiseapotheke integrieren. Beratungsgespräche, Handzettel und Broschüren runden das – in einer Sonderplatzierung gebündelt präsentierte – Produktangebot ab.

Und wer ein Event bieten will, kann einen Malwettbewerb für Kinder ins Leben rufen: „Was will ich diesen Sommer tun?“ Noch vor den Sommerferien werden die besten Bilder prämiert und im Schaufenster ausgestellt.

### Weitere Aktionsbeispiele für Frauen

Neben den genannten Themenbeispielen lassen sich natürlich noch eine ganze Reihe weiterer Aktionen für Frauen kreieren. Das Motto „Verwöhntage für Sie! Wir haben alles, was dazu gehört!“ rückt eine Vielfalt von Themen und Sortimenten in den Blickwinkel der Kundin: neben Kosmetikprodukten für Gesicht und Körper auch Produkte, die dem Wellnessbereich zuzuordnen sind, beispielsweise Bäder, Aromaöle und -lampen.

Die Aktion „Probleme mit den Wechseljahren? Wir wissen Rat!“ verbindet eine Sonderplatzierung von Produkten in der Freihand mit einem Beratungsangebot sowie der Einladung zu einem Vortrag (z. B. gemeinsam mit einer Frauenärztin). Als spezielles Angebot an die Kundinnen kann die Apotheke ein Bewegungsangebot gemeinsam mit einem Kooperationspartner initiieren. +

**Gabi Kannamüller** | Kontakt: [am-redaktion@springer-gup.de](mailto:am-redaktion@springer-gup.de)

## Download-Service

Wir unterstützen Sie bei Ihrer Aktion für die „Zielgruppe Frauen“ mit einer To-do-Liste zur Abwicklung der Aktion. Die Liste finden Sie zum Download im Internet unter [www.apotheke-und-marketing-de/extras](http://www.apotheke-und-marketing-de/extras).