



HAT IMMER SAISON

Check-up der Hausapotheke

Eine Hausapotheke sollte in keinem Haushalt fehlen: Nicht nur, dass es hilfreich ist, bei kleineren Beschwerden die richtige Medizin im Haus zu haben; vielmehr kann bei Unfällen eine schnelle Erstversorgung lebensrettend sein. Wer seinen Kunden eine Kontrolle des heimischen Medizinschranks anbietet, kann sich vorbildlich als Fachmann für Arzneimittel präsentieren.

➔ In vielen Haushalten finden sich Arznei- und Verbandmittel – doch etliche dieser so genannten Hausapotheken führen ein kümmerliches Dasein: Ein Sammelsurium aus abgelaufenen Mitteln, angebrochenen Packungen, Medikamenten ohne Umkarton oder Beipackzettel lagert oft feucht-verklebt im Badezimmerschrank. Helfen Sie Ihren Kunden, ihre Hausapotheke auf Vordermann zu bringen, damit im Fall des Falles notwendige Präparate einsatzfähig sind. Damit belegt Ihre Apotheke einmal mehr ihre Kundenorientierung – und kann zudem die Kompetenz im Bereich von Arzneimitteln und Gesundheitsthemen herausstellen.

Grundsätzliches zur Aktion

Das Thema „Hausapotheke“ richtet sich alters- und geschlechtsübergreifend an alle Kunden. Allerdings sind Eltern, die sich um ihren Nachwuchs sorgen, eine besonders interessierte – und interessante – Kundengruppe. Bieten sie der Apotheke doch zugleich eine hervorragende Gelegenheit, ihre Beratungskompetenz auch auf schwierigen Gebieten – wie der Kindermedizin – zu zeigen.

Flexibler Zeitpunkt möglich

Das Praktische an einer Aktion rund um das Thema Hausapotheke ist, dass sie sich prinzipiell zu jedem Zeitpunkt im Jahr durchführen lässt. Viele Apotheken suchen nach aufmerksamkeitsstarken Aktivitäten, die sie in weniger gut frequentierten Zeiten durchführen können. Ein Check-up der Hausapotheke ist saisonunabhängig – Sie können diesen Service dann anbieten, wenn es gerade terminlich passt. Der Kunde wird es Ihnen danken, wenn Sie besonders viel Zeit beim Durchforsten seiner Arzneivorräte aufbringen können.

Auch wenn die Aktion nicht von der Jahreszeit abhängig ist und eine breite Palette an Produkten einbindet: Saisonartikeln lässt sich dennoch für die Hausapotheke eine spezielle Rolle zuschreiben. Der Grund dafür: Kunden sind in der Regel besonders geneigt, Mittel vorrätig zu halten, die sie aller Wahrscheinlichkeit nach zeitnah benötigen. Im Sommer sind dies beispielsweise Produkte aus dem Bereich Sonnen- und Insektenschutz oder Produkte zur Wundbehandlung, in den Herbst- und Wintermonaten können dies Erkältungsmittel und im Frühling Allergieräparate sein.

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 Mai 2010 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.

Terminvereinbarung: Signal für Exklusivität

Natürlich lässt sich der Medizinschrank der Kunden auch durchforsten, wenn sie spontan in die Apotheke kommen. Eine Terminvereinbarung vorab aber macht nicht nur auf die Aktion aufmerksam; sie signalisiert zugleich, dass es sich hier um einen besonderen Service handelt, für den sich das Apothekenteam gerne Zeit nimmt. Terminvereinbarungen bieten zudem die Gelegenheit, dem Kunden eine Checkliste mitzugeben, die nach Indikationen geordnete Arzneimittel sowie Krankenpflegeartikel und Verbandmaterial aufführt, welche in keiner Hausapotheke fehlen sollten (siehe Downloadhinweis Seite 16).

Bei der Gelegenheit kann man den Kunden auch schon bitten, verfallene Präparate zu Hause auszusortieren. Das spart später in der Apotheke Zeit, und der Kunde bereitet sich damit auf die gemeinsame Durchsicht vor. Gleichzeitig können Sie eine fachgerechte Entsorgung der Altarzneimittel anbieten – ein Service, mit dem Sie sich auch von anderen Apotheken positiv abgrenzen können.

Serviceleistung Checkliste

Die mit Ihrem Apothekenlogo versehene Checkliste sollte nicht nur die Anwendungsgebiete der Arzneien aufführen, sondern auch Platz zum Eintragen der Präparatenamen lassen. Denn: Es ist nicht ungewöhnlich, dass sich Kunden später nicht mehr erinnern, gegen welche Beschwerden das Mittel gedacht war. Eine Spalte für Verfallsdaten und Aufbrauchfristen erleichtert es dem Kunden, selbstständig den Überblick zu behalten, wann Inhalte ersetzt werden müssen. Oftmals müssen Apotheker oder PTA diese Daten eintragen, da es für den Kunden schwierig ist, bei angebrochenen Präparaten die Haltbarkeit zu erkennen.

Sinnvoll ist es auch, dass die Checkliste wichtige Adressen und Rufnummern für den Notfall auflistet (z. B. die Ihrer Apotheke, die von Krankenhaus oder Giftnotzentrale). Eine derartige Checkliste, griffbereit im Medizinschrank aufbewahrt, ermöglicht den Kunden zielsicher die Erstversorgung mit den passenden Mitteln zu Hause und hilft zudem in der Aufregung

dabei, den richtigen Ansprechpartner für die weitere Behandlung zu finden.

Damit die Aktion ein voller Erfolg wird, sollten alle Mitarbeiter gut vorbereitet sein. Dies geht mit der Checkliste los, die Sie am besten in einer Teamsitzung gemeinsam zusammenstellen. Notwendige Indikationen werden gesammelt, und eine konkrete Produktauswahl wird erarbeitet. Werden Präparate vorab ausgesucht, hat dies den Vorteil, dass alle Mitarbeiter einheitliche Empfehlungen abgeben. Und dies wissen viele Kunden zu schätzen.

Aktion im Detail

Altes aussortieren – Neues bestücken

Zunächst muss die Arzneisammlung in der Hausapotheke gründlich gesichtet werden. Verfallene Präparate, beschädigte Tuben, nicht klebende Pflaster oder angebrochene Antibiotikapackungen gehören entsorgt. Auch andere verschreibungspflichtige Medikamente sollten nach erfolgter Behandlung verworfen werden. Der Laie kann meist nicht beurteilen, ob sie bei neuer Erkrankung die richtige Therapieoption darstellen. Lose Blister oder Behältnisse ohne Umkarton und Beipackzettel müssen identifiziert, mit Aufklebern versehen oder eventuell ausgemistet werden.

Legen Sie den Kunden nahe, zukünftig nur noch originalverpackte Präparate aufzuheben, damit sie wichtige Angaben wie Verfallsdatum, Aufbrauchfrist, Dosierung oder Nebenwirkungen nachlesen können. Angebrochene Packungen von flüssigen oder halbfesten Arzneiformen (z. B. Säfte, Augentropfen, Cremes) sollten mit dem Öffnungsdatum versehen werden, damit Rückschlüsse auf die Aufbrauchfrist möglich sind. Ist dies nicht zu ermitteln, sollten die geöffneten Arzneien aussortiert werden. Darüber hinaus sollten Sie nach Produkten fahnden, die nicht in die Hausapotheke gehören – wie Putzmittel oder Nagellackentferner – und auch sie entfernen.

Geht es um das Bestücken mit neuen Präparaten, vereinheitlicht und vereinfacht die Checkliste zwar die Auswahl; dennoch



Mit der Beratung zu einer Kinder-Hausapotheke können sich Apothekenteams bei einer wichtigen Zielgruppe profilieren.

ist eine individuelle Beratung notwendig. Persönliche Gegebenheiten, wie z. B. Dauermedikation oder Neigung zu Herpes oder Pilzinfektionen, erfordern ein auf die Person zugeschnittenes Kundengespräch.

Spezielles Angebot: die Kinder-Hausapotheke

Gehören Kinder zum Haushalt, ist eine spezielle Kinder-Hausapotheke sinnvoll, da nicht alle Substanzen für die Kleinen geeignet sind. Zweckmäßige Wirkstoffe müssen in altersgemäßen Stärken und Applikationsformen ausgesucht werden. Da sich bei Kindern mit zunehmendem Alter Inhaltsstoffe oder Dosierungen ändern können, sollten Eltern zu einer regelmäßigen Kontrolle der häuslichen Medikamente motiviert werden. Dies gilt insbesondere nach der Geburt eines Babys, das andere Arzneimittel als seine älteren Geschwister benötigt.

Aufbewahrung der Hausapotheke

Auch der ideale Standort für den Medizinschrank sollte Thema des Beratungsgesprächs sein. Am besten eignen sich kühle, unbeheizte Räume wie das Schlafzimmer. Die Küche, für eine Lagerung von Arzneimitteln zwar beliebt, ist aber zu warm. Dort kann lediglich ein kleines Erste-Hilfe-Verbandset aufbewahrt werden, damit sich beispielsweise Schnitt-Verletzungen gleich am Ort des Geschehens behandeln lassen.

Empfehlenswert für diesen Zweck sind auch transportable Kästchen oder Schubladen. Die Hausapotheke sollte zudem abschließbar sein, damit Unbefugte – vor allem Kinder – keinen Zugang haben.

Kundenansprache in der Offizin

Der Check-up kann am HV-Tisch erfolgen. Mit dem Vorteil, dass der Kunde dann die Sichtwahl im Blick hat; die wiederum sollte während des Aktionszeitraums mit darauf abgestimmten Präparaten bestückt sein. Außerdem lassen sich dort Checklisten und thematisch abgestimmte Broschüren auslegen.

Für den Check-up bietet sich auch die Beratungsecke an. Dort ist ein ungestörtes Gespräch möglich, zudem lassen sich Beratungsmaterial und Warenproben, speziell für diese Aktion besorgt (z. B. Pflaster, kleine Kühlkompressen) gezielt präsentieren. Darüber hinaus erfährt der Check-up durch den separaten Ort eine besondere Wichtigkeit. Und: Mit Plakaten und Hinweisschildern dekoriert, wird die Beratungsecke zudem – ähnlich einem Infostand – zum Blickfang für die Aktion.

Tipps für die Schaufensterdekoration

Eigentlicher Eye-catcher ist das Schaufenster. Etwa zwei Wochen vor Aktionsbeginn sollte die Dekoration das Interesse des Kunden für den Check-up wecken. Prägnante Slogans wie „Hausputz in der Hausapotheke“, „Im Notfall gut gerüstet“ oder „Im Fall des Falles an alles gedacht?“ machen zusammen mit passenden Utensilien (z. B. Eimer mit Lappen, Erste-Hilfe-Koffer) auf das Thema aufmerksam. Im Fenster lässt sich ein unsortierter Medizinschrank einem vorbildlich ausgestatteten gegenüberstellen. Ein mit Pflastern beklebter Teddy dient als besonderer Blickfang für Eltern und Kinder, eine homöopathische Hausapotheke lockt entsprechend interessierte Kunden in die Apotheke.

Einbinden von Kooperationspartnern

Begleiten kann man die Aktion mit Vorträgen: mit der Apothekerin, dem Apotheker als Referenten und/oder dem Kinderarzt oder dem Heilpraktiker „von nebenan“, die über eine kindgerechte oder homöopathische Hausapotheke informieren. Geeigneter Vortragsort ist, neben den Apothekenräumen, z. B. auch der nachbarschaftliche Kindergarten, da wissbegierige Eltern ideale Zuhörer sind. In jedem Fall sollten die Zuhörer thematisch abgestimmte Informationsmaterialien mit dem Logo der Apotheke vorfinden.

Download-Service

Eine Checkliste zur richtigen Ausstattung der Hausapotheke als Informationshilfe und zur Weitergabe an die Kunden gibt es für Sie zum Download unter www.apotheke-und-marketing.de/extras.

Gode Meyer-Chlond | Die Autorin ist Apothekerin und freie Fachjournalistin Pharmazie. | Kontakt: meyer-chlond@t-online.de