



Foto: Stockphoto

STIMMUNGS-AUFHELLER

Johanniskrautpräparate im Fokus

Trübes Winterwetter, kurze Tage mit Lichtmangel und zu wenig Bewegung im Freien, dazu womöglich ein psychisches Tief nach den Feiertagen: Die ersten Monate des Jahres bergen „Stimmungsfallen“. Und bieten der Apotheke die Chance, sich über ebenso gezielte wie sensible Beratung zu Stimmungsaufhellern bei betroffenen Kunden zu profilieren.

➔ Der moderne Mensch hat immer präsent zu sein und stets einsatzbereit, hoch belastbar, flexibel und selbstverständlich stets gut gelaunt. Das fordert seinen Tribut: Doppelbelastung, Zeitmangel, Überforderung lauten die Stichworte. Körper und Seele stehen heute mehr denn je unter Druck.

Dazu kommen hormonelle Einflüsse, die bei Frauen prämenstruell bzw. im Klimakterium die Seelenlage mitbestimmen. Wobei mittlerweile auch bei Männern die hormonelle Umstellung im fortgeschrittenen Alter als mögliche Ursache für Stimmungsschwankungen diskutiert wird. Nicht zuletzt kann auch die Jahreszeit einen Einfluss haben.

Depressive Verstimmung – kein Tabuthema mehr

Publikumspreise und die Gesundheits-sendungen im TV nehmen sich regelmäßig Themen vor, die mit der Seelenlage der Menschen zu tun haben. Neben Informationen zu den Ursachen und Symptomen für depressive Verstimmungen haben sie ihren Lesern und Zuschauern u. a. auch die Anwendung von Stimmungsaufhellern, und hier vor allem Johanniskrautextrakt, näher gebracht: Johanniskrautpräparate gelten als probates Mittel bei leichten bis mittelschweren depressiven Verstimmungen – nicht nur wegen der mittlerweile belegten Wirksamkeit sondern auch deshalb, weil sie, von den Wechselwirkungen mit bestimmten Arzneimitteln einmal abgesehen, eine gute Verträglichkeit auszeichnet.

Apotheken, die das Thema Stimmungsschwankung offensiv angehen, können also durchaus darauf bauen, dass der eine oder andere Betroffene bereits über Möglichkeiten der Selbstmedikation informiert ist und sich, beispielsweise durch eine Schaufensterdekoration, angesprochen fühlt. In jedem Fall sind Dekoration oder eine gezielte Produktplatzierung wichtige Impulsgeber, wenn es darum geht, Kunden zu erreichen, deren Seelenlage ab und an Unterstützung braucht.

Das Problem gezielt ansprechen
Auch das Thema Stimmungsschwankungen lässt sich am besten über die klassischen Informationskanäle ansprechen: Schaufensterdekoration, Handzettel oder ein gezielter Hinweis auf Beratung in der Apotheke (etwa über ein Plakat) rücken die Problematik in den Blickwinkel der Kunden. Die Platzierung, beispielsweise

von Johanniskrautpräparaten in der Sichtwahl, gestalten ein Regalstopper oder ein Hinweisschild auf die Beratung aufmerksamkeitsstark.

Die Beratung wird im Idealfall durch Informationsmaterial ergänzt – etwa Broschüren oder Flyer, wie sie u. a. die Hersteller von entsprechenden Produkten bereit halten. Besondere Wertigkeit bekommt das Thema durch einen Vortrag – beispielsweise auch in Kooperation mit einem ortsansässigen Psychologen als Ko-Referenten. Und: Hintergrundinformationen mit Tipps und Adressen für Betroffene sollten Kunden auch auf der Internetseite der Apotheke finden.

Wer noch einen Schritt weiter gehen möchte, vereint alle diese Maßnahmen und bietet den Kunden „Aktionstage“ zum Thema Stimmungsschwankungen an: mit Schaufensterdekoration, Produktplatzierung in der Sichtwahl, dem gezielten Hinweis auf individuelle Beratung in der Apotheke, umfassendem Informationsmaterial und einem Vortrag, etwa bei der Volkshochschule oder in einer örtlichen Gesundheitseinrichtung. ➔

Gabi Kannamüller |
Kontakt: am-redaktion@springer-gup.de