



Foto: I. Stockphoto

ZUM FRÜHJAHRSBEGINN

Aktiv werden für Heuschnupfen-Kunden

Wenn die Temperaturen steigen, die Sonne spürbar wärmt und sich die ersten Schneeglöckchen zeigen, kommen bei Pollenallergikern kaum Frühlingsgefühle auf. Im Gegenteil: Wer besonders stark unter Heuschnupfen-Symptomen leidet, freut sich oftmals auch über Regentage. Eine Aktion kann Heuschnupfen-Patienten dabei helfen, den Spaß am Sommer wiederzufinden.

➔ Eines der wesentlichen Ziele dieser Aktion zum Thema Heuschnupfen ist es, Betroffene möglichst umfassend zu den unterschiedlichen Behandlungsmöglichkeiten von allergischen Reaktionen zu informieren. Ein wichtiger Nebeneffekt dabei: Die Apotheke kann durch diese Aktion ihre Position als beratungsaktiver Dienstleister im Gesundheitswesen stärken.

Zielgruppen der Aktion

In erster Linie sind natürlich jene Kunden als Zielgruppe anzusprechen, die unter Heuschnupfen leiden, sich dessen bewusst sind und auch zu Arzneimitteln greifen. Dass diese Kundengruppe durchaus beträchtliches Ausmaß hat, lässt sich schon in der Apotheken-EDV anhand der Verkaufszahlen der Antiallergika ablesen. Aber man sollte nicht nur an die Patienten denken, die regelmäßig ein Mittel gegen Heuschnupfen kaufen: Viele Be-

troffene wissen nicht, dass sie allergisch sind. Manche haben keinen so großen Leidensdruck, dass sie sich testen lassen oder verwechseln die Allergie mit einer Erkältung.

Wenden Sie ihre Aufmerksamkeit deshalb auch jenen Kunden zu, die über eine häufig verstopfte Nase klagen oder regelmäßig abschwellendes Nasenspray kaufen. In diesen Fällen liegt die Vermutung nahe, dass eine Allergie dahintersteckt. Dies sollte näher untersucht werden, wozu es natürlich eines Arztbesuches bedarf. Die Apothekenaktion kann für Betroffene der Anstoß sein, den Allergologen aufzusuchen, darüber hinaus bietet sie diesen Kunden die Chance, sich bereits im Voraus über das Thema zu informieren. Der Begleiteffekt für die Apotheke: Konnte das Team den Betroffenen mit der Beratung weiterhelfen, werden diese auch zu anderen Problemen in der Apotheke um Rat fragen – und vielleicht ist damit ein neuer Stammkunde gewonnen.

Checkliste Aktionsplanung

Wer heute im hart umkämpften Gesundheitsmarkt überleben will, muss sich aktiv positionieren. Das bedeutet auch: auf dem lokalen Markt in Gesundheitsfragen Ansprechpartner Nummer eins zu sein. Mit Aktionen rufen sich Apotheken bei den Kunden immer wieder ins Gedächtnis und besetzen aktiv Gesundheitsthemen. Die Aktion des Monats bietet Ihnen Vorschläge 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
- Erfolgskontrolle: im Team Bilanz ziehen.

Praxisrelevante Tipps zu all diesen Punkten finden Sie in APOTHEKE + MARKETING: Die Ausgaben April bis Dezember 2007 sowie die Ausgabe Januar 2008 boten bereits detaillierte Tipps zur Planung von Aktionen zu ganz unterschiedlichen Themen – beispielsweise zur Fußgesundheit, zu Diabetes oder Mundhygiene, zur Aromatherapie oder zur Gewichtsreduktion. 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 und unsere Website unter www.apotheke-und-marketing.de/extras.

Voraussetzung für das Gelingen

Teamschulung: Gute Kenntnisse sind wichtig

Eine wichtige Voraussetzung für ein gutes Gelingen der Aktion ist, dass sich das ganze Team vor der Aktion ausgiebig mit dem Thema beschäftigt. Entweder auf Fortbildungen oder, falls solche nicht zeitnah vor der geplanten Aktion angeboten werden, durch Eigeninitiative: Ein Teammitglied arbeitet sich gezielt in die Materie ein, kopiert für alle anderen Kollegen aufschlussreiche Informationen (z. B. Artikel aus Fachzeitschriften) und hält eine interne Schulung. Die Vorteile: Dies spart Zeit, alle Teammitglieder haben die gleichen Informationen und sprechen mit einer Sprache.

Darüber hinaus gibt es die Möglichkeit, dass nur ein Teil des Teams zur gezielten Beratung eingesetzt wird. Dann sollten sich diese Mitarbeiter optisch von den anderen Kollegen abheben – zum Beispiel durch die Kleidung, etwa ein T-Shirt mit Signalwirkung.

Zudem ist es empfehlenswert, dass die Heuschnupfenberatung an einem eigenen Beratungsplatz stattfindet und die zuständigen Mitarbeiter nicht im alltäglichen Geschäft eingebunden sind, damit sie sich ausführlich dem Aktionsthema widmen können. Dies richtet sich allerdings nach den Möglichkeiten der Apotheke.

Informationen für die Betroffenen bereithalten

Im Rahmen der Aktion sollten Kunden über alle Behandlungsmöglichkeiten informiert werden. Praktisch bedeutet dies beispielsweise, dass die unterschiedlichen Medikamente in der Sichtwahl platziert werden. Denken Sie daran, möglichst viele unterschiedliche Produkte zu zeigen. Dann lässt sich für jeden Patienten das passende Medikament herausuchen. So bevorzugen manche Betroffene die abendliche Einnahme von Tabletten, andere kommen besser mit einem antiallergischem Nasenspray zurecht, das schnell wirkt und nur bei Bedarf eingesetzt wird. Wieder andere Patienten bauen auf homöopathische Produkte.

Stellen Sie ruhig auch verschreibungspflichtige Produkte vor: Auch wenn die Apotheken diese nicht zur Selbstmedikation verkaufen können – nicht bei jedem Allergiker reichen die freiverkäuflichen Mittel aus.

Außerdem sollten Sie über die Möglichkeit der spezifischen Immunabwehr (Desensibilisierung) informieren. Damit Sie Ihren Kunden dazu weitergehende Informationen bieten können, wenden Sie sich an die Hersteller von Allergielösungen: Fordern Sie Informationsbroschüren und Plakate an, oder laden Sie diese aus dem Internet herunter (siehe dazu auch Infobox Seite 18).

Aber denken Sie nicht nur an medikamentöse Therapien: Ein Pollenschutzgitter vor den Schlafzimmerfenstern verhindert, dass Pollen in die Raumluft und damit auch in die Betten gelangen und ermöglicht auch Allergikern im Sommer das Schlafen bei offenem Fenster. Ist ein Schreiner am Ort, der diese Pollenschutzgitter installiert? Fragen Sie dort nach: Er wird Ihnen sicher gerne Anschauungsmaterial zur Hand geben. Aber auch für Tipps zum richtigen Verhalten sind die Patienten dankbar. Diese fassen Sie am besten in einem Flyer zusammen und geben sie den Patienten damit an die Hand (siehe dazu auch Download-Service Seite 18).

Sehr informativ sind Allergenkalender, die sich aus dem Internet herunterladen lassen (dazu einfach das Stichwort „Allergenkalender“ in einer Suchmaschine eingeben). Anhand dieses Kalenders lässt sich den Kunden zumindest ein grober Überblick darüber geben, in welcher Jahreszeit sie am ehesten mit Problemen rechnen müssen.

Durchführen der Aktion

Beispiele für Dekoration

Bei dieser Aktion lässt sich das Schaufenster zugleich dekorativ und informativ gestalten: Typische Gräser und Sträucher, auf die viele Heuschnupfengeplagte allergisch sind, bilden einen guten Blickfang. Allerdings sollten Sie darauf achten, dass in der Apotheke keine Pollen dieser Pflanzen umherfliegen –



→ Infos aus dem Internet

Tagesaktuelle Pollenflugvorhersage für die Apotheken-Website sowie Grafik zur Vorhersage für das ganze Jahr: www.lorano.de (Login für Apotheker per Passwort, dann über Apotheken-Marketing > Inhalte für Ihre Apotheken-Website > Pollenservice)

Pollenkalender und Informationen zu Allergien: www.pollenstiftung.de

Hersteller von Präparaten zur Hyposensibilisierung: www.alk-scherax.de, www.allergopharma.de, www.roxall.com, www.leti.de, www.hal-allergie.de, www.bencard.de

Alle Firmen geben auf ihrer Homepage Informationen für Allergiker, über Pollenallergie und Behandlungsmethoden. Außerdem bieten sie Serviceleistungen wie Pollenflugkalender und Broschüren zum Download bzw. zum Anfordern.

sonst vertreiben Sie Ihre allergischen Kunden. Eine weitere Dekomöglichkeit: Sprechen Sie eine Fotogruppe am Ort darauf an, ob die Mitglieder nicht Lust hätten, schöne Fotos von Pflanzen zu machen und diese während der Aktion in der Apotheke zu zeigen. Vielleicht gibt es unter den Kunden sogar einen Hobbykünstler, der gerne einige Bilder von Pflanzen in der Apotheke ausstellen möchte.

Vortrag als Ergänzung der Aktion

Da es bei dieser Aktion in erster Linie um Informationen geht, bildet ein Vortrag zum Thema Heuschnupfen und dessen Behandlungsmöglichkeiten eine gute Ergänzung der Aktion. Hat die Apotheke einen Allergologen in der näheren Umgebung, bietet sich natürlich ein Vortrag in Kooperation mit diesem Facharzt an. Ansonsten lässt sich diese Informationsveranstaltung auch thematisch aufteilen: Der Referent aus der Apotheke berichtet über medikamentöse Therapien, ein Arzt beschreibt die Desensibilisierung, und ein Homöopath referiert über alternative Heilmethoden.

Dazu ein Tipp: Teilen sich mehrere Vortragende die Redezeit, sollte der zeitliche Verlauf zuvor genau abgesprochen und jeder auch angehalten werden, mit der ihm zugeteilten Zeit auszukommen. Für die anschließende Fragerunde sollte ein Mitglied des Apothekenteams als Moderator zur Verfügung stehen. Sinnvoll ist es zudem, vorher die einzelnen Vorträge oder zumindest die Folien durchzugehen, damit nichts doppelt berichtet wird – das zieht den Vortrag unnötig in die Länge.

Die eigene Internetpräsenz stärken

Auf der Apothekenhomepage sollte auf jeden Fall der Flyer mit den Verhaltenstipps (siehe Download-Service) platziert werden. Außerdem kann die Apotheke auf ihrer Homepage eine Pollenflugvorhersage anbieten. Diese lässt sich zum Beispiel bei einigen Herstellern von Antiallergika herunterladen (siehe Infobox), sie wird im Normalfall täglich automatisch aktualisiert. Für Sie hat dies den Vorteil, ohne zusätzlichen Aufwand immer aktuelle Informationen auf der Homepage präsentieren zu können. Während der Aktionswoche sollten Sie dann auch deutlich Werbung für den neuen Service auf Ihren Internetseiten machen: Damit steigt die Chance, dass so mancher Allergiker künftig regelmäßig Ihre Seite besucht.

Nach Zeitplan arbeiten

Möchten Sie eine Pollenflugvorhersage auf Ihrer Homepage anbieten, sollten Sie mit den Planungen für die Aktionswoche frühzeitig beginnen. Die Vorhersage lässt sich zwar einfach installieren, allerdings sollte ja auch der Flyer mit ins Netz gestellt werden. Und diesen können Sie erst erstellen, wenn die Aktion grob geplant ist und die Medikamente, die Sie empfehlen möchten, feststehen. Zudem wird es eine gewisse Zeit in Anspruch nehmen, bis die Informationsmaterialien von den Firmen angefordert sind und in der Apotheke eintreffen.

Als Aktionszeitraum eignen sich Frühjahr oder Sommeranfang. Planen Sie die Aktion nicht zu spät, damit die Patienten Schutzmaßnahmen, wie beispielsweise die Pollenschutzgitter, umsetzen können, bevor die Allergiesaison so richtig beginnt.

Kündigen Sie Ihre Aktion rechtzeitig an. Die Kunden sollten in der Apotheke persönlich angesprochen werden und einen Zettel mit dem Termin als Erinnerung mitnehmen. Gerade wenn ein Vortrag geplant ist, sollte dieser auf dem Zettel mit Ort, Zeit und Referent beworben werden. Wird frühzeitig dekoriert, weckt auch dies das Interesse der Kunden. Um jedoch zusätzlich Neukunden zu gewinnen, reicht es nicht aus, in der eigenen Apotheke zu werben. Deshalb sollten Sie durch einen Zeitungstext oder eine Einladung der Redakteure zum Gespräch das Interesse der örtlichen Presse wecken. Gelingt das nicht, schalten Sie eine Anzeige. Das bedeutet zwar zusätzliche Ausgaben – doch was nutzt eine gut geplante Aktion, von der kaum jemand etwas mitbekommt? +

Matthias Bröker | Der Autor ist Offizin-Apotheker | Kontakt: matthias.broeker@ambrosius-apotheke.de

Download-Service

Wir unterstützen Sie bei Ihrer Aktion rund um das Thema „Heuschnupfen“ mit einer To-do-Liste sowie einem Handzettel mit Verhaltenstipps. Liste und Handzettel finden Sie zum Download im Internet unter www.apotheke-und-marketing-de/extras.