

## TEAMBESPRECHUNGEN

## Gute Planung blockiert Zeitfresser

**Mitarbeiterbesprechungen** sind eine der Voraussetzungen dafür, dass ein Apothekenteam erfolgreiche Arbeit leistet. Doch sie beanspruchen auch Zeit – und sollten deshalb effektiv und durchaus zeitsparend durchgeführt werden. Unternehmensberater beobachten allerdings immer wieder, dass Besprechungen Opfer von „Zeitfressern“ werden. Sie ziehen die Besprechungen unnötig in die Länge – u. a. auch deshalb, weil häufig zu lange über spezielle Lieblingsthemen der Mitarbeiter gesprochen wird.

Das kann die Diskussion über „Lieblingkunden“ und ihre aktuellen Apothekenbesuche sein, das kann aber durchaus auch das individuelle Engagement von Mitarbeitern betreffen. Kümmert sich beispielsweise eine Mitarbeiterin intensiv darum, einen Beratungsbereich in der Apotheke stärker auszubauen, wird sie darüber begeistert vor ihren – sicherlich interessierten – Zuhörern berichten, anstatt kurz und knapp über den aktuellen Stand zu referieren. Die Gefahr dabei: Tatsächliche Probleme, beispielsweise Beschwerden von Kunden oder zurückgehende Umsätze in einem Sortimentsbereich – blei-

ben in der Besprechung auf der Strecke. Experten raten deshalb zu einer strikten Planung der Besprechungen. Dazu gehört zum einen: Prioritäten setzen und Lieblingsthemen konsequent beschneiden, etwa durch einen genauen Zeitplan. Beratungs- und Sortimentsthemen sollten zudem Vorrang haben, Verkaufszahlen oder Kundenbeschwerden bzw. andere Probleme im Ablauf sollten als eigener Tagesordnungspunkt auf der Agenda erscheinen.



## EUROSHOP IN DÜSSELDORF

## Die Messe als Ideengeber

**Sie gilt seit langem** branchenübergreifend als wegweisend, wenn es um die Gestaltung von Verkaufsräumen geht: die Fachmesse EuroShop. Allerdings bietet sie längst mehr als reine Präsentation von Ladeneinrichtung: Die Aussteller der EuroShop informieren über Design und Technik, Marketing und Sicherheit sowie über die internationalen Trends im Handel. Und dies macht die Messetage in Düsseldorf zunehmend auch für die Pharmabranche interessant.

Beispiel Beleuchtungstechnik: Längst wissen auch Apotheker, wie wichtig es ist, sich ins richtige Licht zu setzen – Beleuchtungstechnik gehört zu den wichtigsten Investitionen im Ladenbau und bildet nicht zuletzt deshalb auch einen Schwerpunkt der EuroShop – mit großer Auswahl, Fachgesprächen und so manchem Beispiel, das sich in der Apotheke gezielt umsetzen lässt.

## Info

Die EuroShop findet vom 23. bis 27. Februar 2008 in Düsseldorf statt. Informationen unter [www.euroshop.de](http://www.euroshop.de)

## IMMER DRANBLEIBEN

## So wird die Apotheke für Kunden zur ersten Wahl

Eine **Grundvoraussetzung** dafür, im Wettbewerb zu bestehen, ist das Etablieren der Apotheke als Marke. Und das bedeutet nichts anderes, als dass eine Apotheke anstreben wird, in ihrem Einzugsgebiet für den Kunden stets erste Wahl zu sein. Dabei sind vor allem folgende Faktoren wichtig:

– **Differenziert auftreten:** Sortimente, Serviceleistungen, Einrichtung der Offizin, Warenpräsentation, Auftreten der Mitarbeiter bzw. das allgemeine Erscheinungsbild der Apotheker gezielt auf Standort und Zielgruppen im Einzugsgebiet ausrichten.

– **Kompetenz demonstrieren:** Individuelle, fachkundige Beratung ist eine der wichtigen Voraussetzungen dafür, dass die Apotheke bei den Kunden punkten kann. Wichtig sind deshalb nicht nur das Fachwissen der Mitarbeiter und das Eingehen auf Kundenwünsche, sondern auch attraktive Serviceleistungen.

– **Mit dem Team punkten:** Fachkundige, freundliche und motivierte Mitarbeiter gehö-

ren zu den wichtigsten Merkmalen, wenn es darum geht, sich gegenüber der Konkurrenz abzugrenzen. Deshalb ruhig mit den Mitarbeitern werben – etwa durch Fotos im Schaufenster und Internet.

– **Konsequenz zeigen:** Wer Leitsätze definiert und damit die grundsätzliche Ausrichtung der Apotheke festschreibt, sorgt dafür, dass seine Kunden klare Botschaften und kontinuierlich gleichbleibende Qualität vorfinden.

– **Den Auftritt gestalten:** Jede Marke benötigt mindestens einen zugkräftigen Namen und ein Logo. Corporate Design spiegelt sich in Farbe und Gestaltung überall in der Apotheke wider – nicht nur in Einrichtung und Außengestaltung, sondern auch in allen gedruckten Materialien, im Internet-Auftritt, in der Kleidung ...

– **Im Gespräch bleiben:** Gezielte Maßnahmen sorgen dafür, dass die Apotheke bei den Kunden präsent bleibt. Dazu gehören beispielsweise regelmäßige Informationen über Pro-

dukte, Aktionen, Aktivitäten, mittels E-Mail, Flyer, Plakaten, Pressearbeit. Darüber hinaus sorgt die Präsenz des Apothekenleiters, etwa durch Mitarbeit in öffentlichen Gremien oder Engagement der Apotheke bei örtlichen Veranstaltungen, gezielt für Imagewerbung.



**Steuerberatungskosten:** Mit einer Vereinfachungsregel will das Bundesfinanzministerium den Streit um die Absetzbarkeit von Steuerberatungskosten entschärfen. So dürfen in der Steuererklärung bis zu 100 Euro für die Steuerberatung ohne weitere Aufteilung komplett bei einer Einkunftsart abgezogen werden. Die neue Regel gilt auch für die Kosten von Steuerfachliteratur und Steuererklärungssoftware. Liegen die Steuerberatungskosten zwischen 101 und 200 Euro, dürfen 100 Euro bei einer Einkunftsart zugeordnet werden, der Rest bleibt unberücksichtigt. Bei Kosten von mehr als 200 Euro darf die Hälfte dem beruflichen Teil zugeordnet werden, die zweite Hälfte bleibt unberücksichtigt (BMF-Schreiben vom 21.12.2007, IV B 2 S 21440/0702). +++ **Betriebsausgaben:** Wurden Leistungen im Jahr 2007 mit EC- oder Kreditkarte bezahlt, der Betrag aber erst 2008 vom Konto abgebucht, sind dennoch Betriebsausgaben im Jahr 2007 entstanden. Hintergrund: Oftmals sind es buchungstechnische Gründe, die dazu führen, dass eine Betriebsausgabe erst bei Abbuchung vom Konto erfasst wird. Wurde der Abrechnungsbeleg der Kreditkarte jedoch bereits im alten Jahr unterschrieben, kann die Zahlung auch im alten Jahr als Betriebsausgabe in der Einnahmen-Überschussrechnung geltend gemacht werden. In diesem Fall kommt es, so lässt sich aus der Fachliteratur zu dieser Problematik schließen, auf das Datum des Buchungsbelegs an, nicht auf das der Abbuchung vom Konto. +++

## PERSONALWAHL

### Das Anforderungsprofil als Basis

Wer plant, neue Mitarbeiter einzustellen, sollte zuvor genau festlegen, für welche Aufgabenbereiche er das neue Personal benötigt. Eine Bauchentscheidung – mit einer nur vagen Vorstellung vom neuen Bewerber – gleiche hier, so sehen es Experten, einem Glücksspiel. Denn nur wer genau weiß, welche Qualifikation ein neuer Mitarbeiter, eine neue Mitarbeiterin beispielsweise in fachlicher Hinsicht mitbringen muss und welche Eigenschaften sie oder er auf keinen Fall haben sollte, entgeht einer Fehlentscheidung und erspart sich auch deren Kosten.

Die können im Fall einer falschen Mitarbeiterwahl schnell ansteigen: Nicht nur Lohn und Sozialabgaben stehen an, im Extremfall können auch zurückgehende Umsätze oder verärgerte Kunden das Konto belasten. Ganz zu schweigen vom Schneeballeffekt, den die Mund-zu-Mund-Kommunikation auslö-

sen kann, wenn enttäuschte Kunden ihre negativen Erfahrungen weitergeben: Dies trübt das Image der Apotheke und schreckt Neukunden ab.

Zielgenaue Personalplanung lautet deshalb das Stichwort. Systematisches Vorgehen bei der Personalwahl orientiert sich an Kriterien für das Anforderungsprofil der Bewerber. Dazu gehören, neben Ausbildung und Qualifikation sowie berufsbezogenen Kenntnissen und Erfahrungen auch körperliche Eigenschaften (etwa Erscheinung und Auftritt). Eine Rolle spielen darüber hinaus spezielle Eignungen der Bewerber (etwa deren Kreativität oder Ausdrucksfähigkeit), ihre Veranlagung (Begeisterungsfähigkeit oder die Fähigkeit zur Eigeninitiative) oder ihre zwischenmenschlichen Fähigkeiten (beispielsweise Humor, Hilfsbereitschaft oder Einfühlungsvermögen).

#### → Buchtipp

### Steuer-Oasen auf dem Prüfstand

Seit mittlerweile 13 Jahren geleitet der Verlag Walhalla-Metropolitan seine Leser jetzt in Steuer-Oasen – was das „Handbuch für flexible Steuerzahler“ mittlerweile zum Standardwerk erhoben hat. Jahr für Jahr stellt der Finanzexperte Hans-Lothar Merten weltweit Steuerparadiese auf den Prüfstand. In rund 100 detaillierten Länderportraits werden Rahmenbedingungen sowie Vorteile aber auch Schwächen und anfallende Kosten beleuchtet – mit dem Ziel, den Leser davor zu bewahren, dass aus der erhofften Steuer-Oase eine Steuerfalle wird.

Jetzt ist die aktuelle Ausgabe 2008 erschienen. Sie widmet sich, natürlich, den aktuellen Schlagwörtern der deutschen Steuerrealität: Kontenabfrage, digitale Steuernummer, Abgeltungssteuer, Kontrollmitteilungen. Und sie will die Leser dabei unterstützen, den „festen Griff der deutschen Finanzverwaltung auf legale



Art und Weise“ zu lockern, „ohne mögliche Risiken aus den Augen zu verlieren“, wie es dazu im Klappentext heißt.

Auch die aktuelle Ausgabe setzt gezielte Schwerpunkte. So behandelt sie beispielsweise „Steuern als Risikopotenzial“ unter dem Aspekt „Gefahren erkennen und vermeiden“, sie greift die Unternehmenssteuerreform auf – im Hinblick auf neue Hürden für die Investitionsverlagerung, beschäftigt sich mit Cross-Border-Gestaltungen und geht auf die Frage ein, wie sich Freihandelszonen richtig nutzen lassen.

#### → Info

Hans-Lothar Merten: „Steuer-Oasen Ausgabe 2008. Handbuch für flexible Steuerzahler“, Walhalla Fachverlag Regensburg 2008, ISBN 978-3-8029-3415-5, 415 Seiten, 29,90 Euro.