



AKTION DES MONATS

Perfekte Zahnpflege für ein strahlendes Lächeln

„Der Anfang ist die Hälfte des Ganzen“ – dieser weise Satz stammt von Aristoteles. Den ersten Schritt machen Sie schon, indem Sie diesen Artikel lesen und überlegen, eine zweiwöchige Aktion zur Zahnpflege in Ihrer Apotheke anzubieten. Wir greifen einige wichtige Aspekte zur Aktionsplanung heraus und liefern konkrete Beispiele zur Umsetzung.

➔ „Gesund beginnt im Mund – auch unsere Zähne leben“. So lautet das Motto des diesjährigen Tags der Zahngesundheit, der bundesweit am 25. September 2007 stattfindet (www.tag-der-zahngesundheit.de). Krankenkassen, Landesarbeitsgemeinschaften, Gesundheitsämter und Zahnärzte laden dann zu Veranstaltungen ein – diesen willkommenen Anlass sollten auch Apotheken mit speziellen Aktionen für ihre Kunden nutzen. Damit der Aufwand sich lohnt, sollten Sie den Auftakt für Dienstag, den 25. September, einplanen und sich bis zum Samstag der darauf folgenden Woche für das Thema „Zahnpflege und Mundhygiene“ engagieren.

Zielgruppen für die Aktion

Mit dieser Aktion erreichen Sie eine sehr große Zielgruppe. Denn jeder weiß von klein auf: „Morgens und abends das Zäh-

neputzen nicht vergessen!“ Selbst wenn Senioren Prothesen tragen müssen, stellt sich die Frage: Wie putze ich meine (dritten) Zähne richtig?

Zur Zielgruppe gehören natürlich auch alle Jugendlichen und Erwachsenen, die Wert auf ein perfektes Erscheinungsbild legen – denn strahlend-weiße Zähne sind immer auch gepflegte und gesunde Zähne.

Eine besondere Zielgruppe der Apotheken-Aktion sind Schwangere. Zwar gilt der Satz, „Jedes Kind kostet einen Zahn“ heute nicht mehr. Dennoch belegen neue wissenschaftliche Erkenntnisse, dass das Risiko, eine Frühgeburt zu haben oder ein Kind mit geringem Geburtsgewicht zu bekommen, bei Frauen mit Parodontitis siebeneinhalb Mal höher ist als bei „zahngesunden“ Frauen. Zur Zielgruppe gehören außerdem Raucher, Menschen mit Colitis ulcerosa und Morbus Crohn: Bei ihnen besteht ein erhöhtes Risiko für Parodontitis. Da einige Medikamente wie Antidepressiva, Blutdrucksenker und Antihistami-

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: u. a. mit Teambesprechung, Personalschulung, Auffrischen von Hintergrundwissen.
- Aktionsinhalte festlegen: u. a. Sortiment, Kooperationen, Außenaktionen, Vortrag, Ausschank/Verkostung, Events.

- Rahmenbedingungen klären: u. a. Vortragsraum, Kooperationspartner, Erlaubnis für Standaufbau, Partner für Aktivitäten suchen.
- Sortiment koordinieren: u. a. Produkte, Industriepartner, Verkaufsförderung, Platzierung festlegen.
- Kundenansprache/Werbung: u. a. Pressearbeit, Anzeigen, Flyer, Gutscheine, Handzettel.
- Erfolgskontrolle: u. a. im Team Bilanz ziehen.

Praxisrelevante Tipps zu all diesen Punkten finden Sie in APOTHEKE + MARKETING: Die Ausgaben April, Mai und Juni 2007 boten bereits detaillierte Tipps zur Planung von Aktionen rund um Sonnen-/Zeckenschutz, Fußgesundheit sowie Diabetes. 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.

Foto: iStockphoto

nika einen trockenen Mund zur Folge haben können, entwickeln sich in der Folge häufig Karies und Parodontitis. Deshalb sollten Sie auch Kunden mit solchen Gesundheitsproblemen im Blick haben.

Geeignete Präparate: Sie werden überrascht sein, wie viele Zahnpflegemittel Sie bereits im Sortiment haben. Oftmals führen solche Produkte jedoch ein kümmerliches Dasein in einem Regal in einer weniger frequentierten Ecke und werden erst auf Nachfrage hervorgeholt. Präsentieren Sie während der Aktion alle Produkte auf dem HV-Tisch, in einer Extra-Vitrine oder in einem speziell beschrifteten Regal. Sie haben eine große Auswahl: Zahnbürsten (auch Zwei- und Drei-Kopfbürsten), elektrische Zahnbürsten, Zahnputz-Fingerlinge für unterwegs, Zahnseide, Interdentalbürsten, Zungenreiniger, Zahnpasten, Bleichprodukte, Zahnspangen- und Gebissreinigertabletten, Prothesenpflegebürsten, Haftcremes, Kaugummis (am besten mit Xylit). Fluorgel, Fluoridtabletten, Mundspüllösungen, Speichersatzpräparate und Präparate zur Behandlung von Entzündungen gehören ebenfalls zum Aktionsortiment und können in einem Aktionsregal in der Sichtwahl präsentiert werden.

Mögliche Kooperationspartner: Für diese Aktion bietet es sich an, mit einem Zahnarzt, einem Kieferchirurgen oder einem Mund-, Kiefer- und Gesichtschirurgen zu kooperieren, der in der Nähe Ihrer Apotheke eine Praxis hat. Erkundigen Sie sich auch nach geeigneten Dentallaboren oder Experten der zahnmedizinischen Fakultät der Uni. Hier bieten sich auch die entsprechenden Berufsverbände an, wenn deren Niederlassung zufällig in Ihrer Nähe sein sollte (Links unter www.zahn-online.de/dentalorg.shtml#abc). Für eine Demonstration der richtigen Zahnpflege sollten Sie mit einer Prophylaxe-Assistentin zusammenarbeiten. Das Thema „Angst vor dem Zahnarzt“ können Sie mit einem Hypnose-Zahnarzt ansprechen (www.dgzh.de).

Fragen Sie Erzieherinnen von Kindergärten und Grundschullehrerinnen, ob Interesse an einer Kooperation besteht. Eine externe Aktion können Sie auch in Zusammenarbeit mit

einer Hebamme oder einer Geburtsklinik (Schwangere, Nuckelflaschen-Karies) organisieren, oder fragen Sie im benachbarten Senioren-Wohnheim an. Sprechen Sie auch die Buchhandlungen in Ihrem Stadtviertel an und weisen Sie auf die lange Liste der Kinderbücher hin, die sich mit dem Thema „Zähne“ beschäftigen.

Vorschläge für Gesprächseinstieg: Nehmen Sie den „Tag der Zahngesundheit“ zum Anlass, Ihre Kunden direkt auf das Thema „Zahnpflege“ anzusprechen: „Wissen Sie, dass heute der Tag der Zahngesundheit ist? Wir machen eine Aktion dazu – interessiert Sie das Thema?“ Sie können auch fragen: „Interessiert es Sie, wie Sie Ihre Zähne noch besser pflegen können?“ Etwas intensiver kommen Sie mit Ihren Kunden ins Gespräch, wenn Sie genauer nachfragen: „Wie pflegen Sie Ihre Zähne bisher? Verwenden Sie zusätzlich zum Putzen auch Zahnseide oder Interdentalbürsten? Verwenden Sie regelmäßig Mundspüllösungen und Fluorgel?“ Wichtig: Loben Sie Ihre Kunden, wenn sie die Zähne gut pflegen – positives Feedback kommt immer gut an und Tipps für eine optimale Mundhygiene werden besser angenommen.

Organisation der Aktion

Eine erfolgreiche Aktion beruht auf einer Vielzahl von Bausteinen: von der Mitarbeiterbesprechung über Deko, Sortiment, Außenaktivitäten, Pressearbeit und Werbung bis zur gezielten Kundenansprache und der Erfolgskontrolle. Im folgenden Text finden Sie eine Fülle von Beispielen, die Sie bei der Vorbereitung und Durchführung der Aktion unterstützen wollen. Information zu diesen Themen bieten Ihnen auch die vorangegangenen Ausgaben von APOTHEKE + MARKETING (siehe Infobox 1) sowie das Download-Angebot (siehe Seite 18).

Wareneinkauf: Bestellen Sie nicht nur Ware zum Verkauf, sondern kümmern Sie sich auch um genügend Give aways, die Sie in der Apotheke, am Info-Stand, beim Vortrag oder bei anderen



Foto: iStockphoto

→ Historisches Schaufenster

Fragen Sie bei Biologielehrern oder im Naturhistorischen Museum nach Schädeln bzw. Gebissen von Menschen und Tieren – die Modelle sollten jedoch nicht allzu gruselig wirken. Die Zahncreme, wie wir sie heute kennen, erfand der Dresdner Apotheker Ottmar Heinsius von Mayenburg im Jahr 1907. Die Zahncreme mit dem Namen Chlorodont enthielt Bimssteinpulver, Kalziumkarbonat, Seife, Glycerin und Kaliumchlorat. Füllen Sie diese Wirkstoffe in beschriftete Gefäße, symbolisch können Sie auch unterschiedlich-farbige Pulver nehmen. Pflanzen Sie zudem Minze in einen Topf, die Zahnpasta schmeckte nämlich nach Pfefferminz.

Außenaktionen verschenken können. Viele Firmen bieten Testmuster von Zahnpasta, Mundspüllösungen, Zahnseide, medizinischen Zahnholzern, außerdem Zahnputzuhren und Broschüren.

Schaufensterdekoration: Da die meisten Utensilien fürs Zähneputzen ziemlich klein sind, sollten Sie darauf achten, dass Sie damit auch aus der Entfernung Aufmerksamkeit wecken. Erkundigen Sie sich bei verschiedenen Herstellern und Zahnarztverbänden nach geeigneten großen Demo-Objekten von Zähnen, Gebissen, Zahnbürsten und Zahnpasten. Sie können die Gegenstände auch aus festem Karton oder Styropor ausschneiden oder mit bunten Fensterfarben oder Fingerfarben von innen ans Schaufenster malen.

Auch normal-große Zahnbürsten lassen sich im Schaufenster zeigen – dann sollten es aber sehr viele Exemplare sein, die zusammen mit Zahnpastatuben in farbigen Bechern vor einem Spiegel stehen. Sammeln Sie dafür rechtzeitig bei Freunden und Bekannten gebrauchte Exemplare ein. Vielleicht finden Sie ja auch noch eine alte Waschwanne und einen Wasserkrug aus Porzellan für die Deko. Eine plakative Wirkung erzielen Sie mit einer Waschmittelpackung, einem Schrubber und einem Wasserteimer.

Für den Hintergrund können Sie geeignete Fotos und Zeichnungen im Posterformat ausdrucken, Vorlagen finden Sie in Kinderbüchern. Buchtipps sind gelistet unter www.bkk-hessen.de/zahngesundheit/index.html. Weisen Sie vor allem am 25. September mit einem gut lesbaren Spruchband auf den „Tag der Zahngesundheit“ hin. Sie können auch bei der Organisationsleitung des bundesweiten Aktionstags ein Info-Paket mit Postern, Merkblättern, Broschüren und Produktproben bestellen.

Die Frage, ob auch Katzen und Hunde ihre Zähne putzen müssen, beantwortet der Münchner Zoo-Direktor Henning Wiesner in seinem Buch „Müssen Tiere Zähne putzen?“ (Herder-Verlag). Zur Illustration können Sie die Frage in eine große, ausgeschnittene Sprechblase schreiben, das Buch ausstellen und verschiedene Tierposter aufhängen.

Events sorgen für Aufmerksamkeit

Für Kinder können Sie einen Malwettbewerb organisieren: Verteilen Sie Ausmalbilder für die Kleineren und DIN-A3- oder DIN-A4-Papiere für die Größeren und achten Sie darauf, in einer Ecke Ihr Logo oder Ihre Adresse zu platzieren. Abgabetermin für die Bilder ist Dienstag, 2. Oktober – also eine Woche nach dem „Tag der Zahngesundheit“. Stellen Sie die Bilder bis

zum Ende der Aktion am Samstag im Schaufenster oder in der Apotheke aus, eine Jury sollte drei Gewinner pro Altersklasse (bis sechs, zehn und 16 Jahre) bestimmen. Für die Preise stellen Sie Zahnbürsten, Zahnpasta, Kaugummis und Kinderbücher als kleines Paket zusammen, das die Kinder am Samstag in der Apotheke abholen können. Laden Sie die örtliche Presse zur Siegerehrung und Übergabe der Preise ein. Dann wird über Ihre Aktion ein weiteres Mal berichtet.

Wenn Sie genügend Platz in Ihrer Apotheke haben, können Sie einen Computer mit Bildschirm oder Beamer/Leinwand aufstellen und speziell entwickelte Computerspiele anbieten (Bezugsadressen unter www.bkk-hessen.de/zahngesundheit/index.html > Kinderbücher). Beispiel: Bei „Dental Attack“ (ab sechs Jahre) dauert jedes Spiel drei Minuten. In dieser Zeit schießt der Spieler mit Zahnpasta auf Kariesbakterien, die einen dreidimensionalen, sich im Raum drehenden Zahn angreifen. Punkte gibt es für jede getroffene Bakterie. Abzüge sind fällig, wenn eine Bakterie zu lange am Zahn sitzt und nicht rechtzeitig mit Zahnpasta beschossen wird.

An Erwachsene und Kinder können Sie sich mit einer kleinen Schulung zur Zahngesundheit wenden: Laden Sie eine Prophylaxe-Assistentin ein und demonstrieren Sie an einem Stand in oder vor der Apotheke, wie man mit speziellen (zweifarbigen) Färbetabletten Plaque nachweisen kann. Sie brauchen dafür außer den Färbetabletten einen Spiegel, Wasser, Becher, Servietten und einen Mülleimer. Wenn es das Wetter zulässt oder Ihre Apotheke in einer überdachten Passage liegt, können Sie einen Stehtisch samt Sonnenschirm seitlich vom Eingang aufbauen und die Passanten direkt ansprechen.

Außenaktion: Zusammen mit einem Zahnarzt und einer Prophylaxe-Assistentin können Sie in Kindergärten und Grundschulen einen Vortrag für Eltern bzw. für Kinder anbieten. Das richtige Zähneputzen können Sie im Kindergarten zeigen, denn dort sind genügend Waschbecken vorhanden. Einen Vortrag zum Thema „Die perfekte Pflege der (dritten) Zähne“ können Sie auch im benachbarten Seniorenheim anbieten.

Die gezielte Kundenansprache

Gutscheine: Geschenke sind gut, Gutscheine sind besser. Denn wenn Sie bei einer Außenaktion Proben kostenlos abgeben, sind Ihnen die Passanten möglicherweise dankbar – aber zu Kunden werden sie auf diesem Wege nicht unbedingt. Gutscheine haben



Foto: iStockphoto

Download-Service

Wir unterstützen Sie bei Ihrer Aktion rund um Zahngesundheit und Mundhygiene: mit einer Reihe von Arbeitsmaterialien, die Sie sich im Internet herunterladen können – unter www.apotheke-und-marketing.de

Mit ein paar Mausklicks bekommen Sie dort folgende Unterlagen:

- Eine komplette To-do-Liste zur Abwicklung der Aktion.
- Vorlagen für einen Presstext und Anzeigen für die örtliche Presse.
- Zwei Vorschläge für Handzettel rund um Mundhygiene und Zahnpflege.

den Vorteil, dass Sie damit die Interessenten in Ihr Geschäft locken, denn erst dann gibt es die Geschenke.

Textvorschlag: „Gutschein. Wir freuen uns über jedes strahlende Lächeln. Die richtigen Produkte für die perfekte Zahnpflege erhalten Sie in Ihrer Apotheke. Eine kostenlose Probe können Sie sich gegen Vorlage dieses Gutscheins bei uns abholen. Wir beraten Sie gern! Ihre X-Apotheke, Logo, Adresse.“

Flyer: Kündigen Sie Ihre Aktion zwei Wochen vor dem Start an, indem Sie allen Kunden einen Flyer mitgeben. Schließen Sie das Beratungsgespräch ab, indem Sie z. B. sagen: „Wussten Sie, dass am 25. September der Tag der Zahngesundheit ist? Wir machen dann auch eine Aktion zum Thema Zahnpflege. Sie sind herzlich eingeladen. Darf ich Ihnen diesen Flyer dazu mitgeben?“ Sie können die Flyer auch dem Anzeigenblatt oder der Kundenzeitschrift beilegen oder am Wochenende vor der Aktion an Fußgänger oder in die umliegenden Briefkästen verteilen lassen.

Textvorschlag:

Für ein strahlendes Lächeln – So pflegen Sie Ihre Zähne richtig!

- Für Sie gehören schöne Zähne zu einer gepflegten

Erscheinung?

- Sie wollen wissen, wie man Zahnseide oder Interdentälbürsten verwendet?

- Sie würden gern mal ein Zahnpflege-Kaugummi probieren?

Aktion von Samstag ?? bis Samstag ?? in Ihrer X-Apotheke,

Logo, Adresse.

Handzettel: Nach jedem Beratungsgespräch zum Thema Zahnpflege und Mundhygiene sollten Sie Ihren Kunden Handzettel mitgeben.

Vortrag: Ihre Rede können Sie ganz unterschiedlich strukturieren. Eine Möglichkeit ist die Drei-Zeiten-Formel: Wenn Sie z. B. einen Vortrag im Seniorenheim halten wollen, können Sie mit einem Erlebnis oder einer Anekdote aus der Jugendzeit der älteren Menschen beginnen. Auch ein Einstieg über die Geschichte der Zahnbürste, der Zahnpasta oder der Zahnpflege weckt Erinnerungen. Für die Struktur gestern – heute – morgen kommen Sie im zweiten Teil auf gegenwärtige Probleme und Fakten bei der Zahnpflege zu sprechen. Abschließen können Sie mit einem Blick in die Zukunft, indem Sie neueste Forschungen zum Thema „Zahnpflege“ erwähnen und ein Szenario für die zukünftigen Hundertjährigen entwerfen.

Um etwas Abwechslung in Ihren Redefluss zu bringen, können Sie mit Hilfsmitteln arbeiten. Vorschläge: Stellen Sie Ihrem

Publikum Entscheidungsfragen, und lassen Sie mit Handzeichen abstimmen. Sie können auch mit einer Pinnwand arbeiten, ein passendes Zitat oder einen kurzen Text vorlesen lassen oder ein kurzes Zähneputzen-Computerspiel per Beamer zeigen. Oder fordern Sie je zwei Sitznachbarn auf, sich gegenseitig über das Thema „Angst vorm Zahnarzt“ zu berichten. Solche kleinen Tricks lockern jeden Vortrag auf und bleiben im Gedächtnis Ihrer Zuhörer haften.

Erfolgskontrolle gehört dazu

„Gesundheit lässt sich nicht kaufen, aber gut verkaufen!“ Diese Aussage stammt von dem Schweizer Gesundheitsökonom Gerhard Kocher. Und wie gut fällt Ihre Bilanz nach dem Ende der Aktion aus? Sprechen Sie mit Ihren Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen ein bis zwei Wochen nach der Aktion über deren Erfahrungen. Zur Bilanz gehören natürlich auch die harten Fakten, aber Verkaufszahlen sollten nicht überbewertet werden.

Eine gute Apotheken-Aktion zeichnet sich nicht nur durch den erhöhten Umsatz aus, sondern vor allem durch die weichen Faktoren wie Kundenbindung, Imagepflege und Positionierung im Markt. Die meisten Zahnpflegeprodukte werden in Drogerie- und Supermärkten oder beim Discounter gekauft. Mundhygiene und Zahnpflege ist ein Feld, das die Apotheke aktiv besetzen muss. Wenn Ihre Kunden beim Thema Zahnpflege Ihre Apotheke im Sinn haben, ist Ihr Ziel erreicht. Sie beraten kompetenter und vor allem umfassender. Und das soll bei Ihren Kunden auch ankommen. +

Text: **Karin Hertzer** | Die Autorin ist Journalistin, Agentin und Coach | Kontakt: info@karinhertzer.de