



Foto: istockphoto

## ZUM WELT-OSTEOPOROSE-TAG

# Aktiv für starke Knochen

Die Kundengruppe, die eine Apotheke mit einer Aktion zum Thema Osteoporose anspricht, ist groß. Denn diese richtet sich nicht nur an Betroffene: Auch im Rahmen der Prävention kann sich die Apotheke bei ihren Kunden profilieren. Zusätzliche Aufmerksamkeit verschafft dieser Aktion der Welt-Osteoporose-Tag am 20. Oktober.

➔ Mehr als 25 Prozent der Deutschen über 50 Jahre, das sind 7,8 Millionen Menschen in Deutschland, haben Osteoporose, so meldet das Kuratorium Knochengesundheit. Und unterliegen zugleich den Gefahren, die eine verminderte Knochendichte mit sich bringt: Das Risiko für Knochenbrüche, zumeist an Hüfte, Hand, Wirbelsäule und Oberarm steigt. Die Folge ist nicht nur eine – teils massive – Einschränkung der Lebensqualität; schätzungsweise 21 Prozent der Patienten mit einem schweren Knochenbruch an Hüfte oder Wirbelsäule versterben im ersten Jahr nach dem Ereignis (Bone-EVA-Studie).

Die Problematik, die mit der Osteoporose einhergeht, wird nach Einschätzung von Experten weiter zunehmen – nicht zuletzt deshalb, weil die Menschen immer älter werden. Bis 2050 könnte es Studien zufolge eine Verdopplung der Knochenbrüche z. B. an der Hüfte geben, wenn die gegenwärtige Tendenz anhält.

### Prävention: frühzeitig auf den Lebensstil einwirken

Die Forderung nach einem knochengesunden Lebensstil bereits von Kindesbeinen an wird daher immer lauter. Regelmäßige Bewegung – am besten im Freien – und eine gesunde, kalzium-

reiche Ernährung gelten dabei als entscheidende Maßnahmen. Dieser gesunde Lebensstil, so die Ärztin Dr. Frauke Höllering, sollte von Kindheit an das ganze Leben hindurch gepflegt werden.

Ziel eines den Knochen zuträglichen Lebensstils ist es, die bis um das 30. Lebensjahr angesammelte maximale Knochenmasse (peak bone mass) so zu gestalten, dass der Mensch den ab etwa dem 40. Lebensjahr einsetzenden physiologischen Knochenabbau problemlos übersteht.

### Grundsätzliches zur Aktion

Gründe dafür, alle Apothekenkunden bei einem „knochenfreundlichen Lebensstil“ zu unterstützen, gibt es also genug. Als Zielgruppe für eine Aktion kommen deshalb nicht nur Osteoporosepatienten in fortgeschrittenem Alter in Frage; vielmehr sind auch jüngere Leute und nicht zuletzt auch Eltern wichtige Ansprechpartner. Die Aktion wird deshalb zum einen Kalzium- und Vitamin-D-Präparate in den Fokus rücken, zum anderen die Kunden mit einer Reihe von Informationen sowohl zur Therapie als auch zur Prävention von Osteoporose versorgen.

## Checkliste Aktionsplanung

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
- 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 Juli 2009 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](http://www.apotheke-und-marketing.de/extras).

Der Welt-Osteoporose-Tag am 20. Oktober bietet einen perfekten Aufhänger für die Aktion: Wie bei derartigen Gesundheitstagen üblich, berichten die Medien verstärkt über die jeweiligen Themen und schärfen die Wahrnehmung der Menschen für die Problematik – und dies verschafft auch den Apothekenaktivitäten stärkere Aufmerksamkeit

## Durchführung der Aktion

In einer Aktion zum Thema Osteoporose lässt sich eine Fülle von Marketingmaßnahmen bündeln: von der Dekoration und der Präsentation der Produkte über ein gezieltes Informations- und Beratungsangebot bis hin zu Infoständen, Kooperationen mit regionalen Gesundheitsanbietern sowie Vorträgen. Alles mit dem Ziel, die Apotheke als Gesundheitsexperten zu profilieren, neue Kunden zu gewinnen und (Stamm-)Kunden noch stärker zu binden.

Folgende Themenbereiche sind dabei bedeutsam: Ernährung, Bewegung und Lebensstil, sowie die medikamentöse Behandlung von Osteoporose bzw. die Möglichkeiten der Prävention – nicht zuletzt im Hinblick darauf, was jeder Einzelne selbst tun kann.

### Dekotipp: das sportliche Schaufenster

Wie bei jeder Aktion ist das Schaufenster auch hier sprichwörtlicher Blickfang. Wer ein Skelett oder auch „nur“ einen monströsen (Oberschenkel-)Knochen mit einem plakativen Aktionshinweis präsentiert („Wie gesund sind Ihre Knochen?“ oder „Osteoporose ist nicht Schicksal! Wir beraten Sie gerne.“) geht das Thema gezielt und frontal an und schafft den erwünschten Hingucker. Wer eine Schaufensterpuppe in Nordic-Walking-Ausrüstung und mit schwingungsvollem Schritt präsentiert, zeigt zugleich einen Teil der Lösung: „Mit Kalzium und Bewegung gegen Knochenabbau!“. In beiden Fällen ergänzen Kalzium- und Vitamin-D-Präparate die Dekoration sowie Bücher zum Thema oder weitere Sportutensilien.


Wer es akademischer mag, verweist auch in der Dekoration auf die drei Säulen der Osteoporose-Prävention: „Ernährung,

Bewegung und Lebensstil im Gleichgewicht: So beugen Sie Osteoporose vor!“ Handzettel und Infobroschüren, die in der Apotheke bereit liegen, bieten interessierten Kunden die wichtigsten Informationen dazu.

Ein Info-Stand, vor der Apotheke aufgebaut, erreicht neben den Apothekenkunden auch vorübergehende Passanten. Sie erhalten dort nicht nur umfassende Informationen (Beratungsgespräch, Infobroschüren, Handzettel) sondern können z. B. auch Kalzium-Brausegetränke probieren oder Proben mitnehmen, ebenso Adressen von Sportvereinen oder Fitness-Studios, die Bewegungstrainings anbieten.

### Aktivitäten: zum Mitmachen animieren

Auch die Apotheke selbst kann die Kunden in Bewegung versetzen: Zusammen mit einem Fitness-Studio oder dem Sportverein lassen sich Bewegungskurse organisieren. Ergänzend kann eine Ernährungsberaterin den Kunden wichtige Tipps zur knochenfreundlichen Ernährung geben.

Ein Vortragsabend wiederum bündelt alle Themen: Apothekerin oder Apotheker informieren über die Erkrankung Osteoporose und darüber, was jeder im Rahmen von Behandlung und Prävention medikamentös tun kann. Eine Ernährungsberaterin und ein Bewegungstrainer ergänzen diese Ratschläge aus ihrer Sicht. Diese Vorträge lassen sich auch für bestimmte Zielgruppen variieren: für bereits Betroffene, für all jene, die rechtzeitig etwas gegen eine Erkrankung tun wollen und nicht zuletzt für Eltern, die ihren Kindern eine knochengesunde Zukunft sichern wollen. 

## Download-Service

Wir unterstützen Sie bei Ihrer Aktion rund um das Thema „Osteoporose“ mit einer To-do-Liste zur Abwicklung der Aktion. Diese finden Sie zum Download im Internet unter [www.apotheke-und-marketing.de/extras](http://www.apotheke-und-marketing.de/extras).

Gabi Kannamüller | Kontakt: [am-redaktion@springer-gup.de](mailto:am-redaktion@springer-gup.de)