

AUS DER PRAXIS – FÜR DIE PRAXIS

Tipps von der Kollegin

Apotheke ist bekanntlich nicht gleich Apotheke, dafür sorgen bereits Standort und Umfeld. APOTHEKE + MARKETING trägt dem Rechnung. Und lässt in jeder Ausgabe Kolleginnen und Kollegen zu Wort kommen, die eine Land-Apotheke, eine City-Apotheke oder eine Apotheke in einem Ärztehaus betreiben – mit Praxistipps von der Basis.

Das bewegt die Land-Apotheke

➔ Marketing

Viele kleine Anstöße

Gerade in Land-Apotheken bleibt der Einsatz unterschiedlicher Werbemittel wie Anzeige, Flyer oder Mailing überschaubar. Das ist auch sinnvoll, kennen doch fast alle Einwohner des Ortes die wenigen Apotheken.

Eine häufige Form der Aktionsankündigung ist die übliche rechteckige Anzeige in Formaten von zehn bis 15 Zentimeter Länge pro Zeitungsspalte – manchmal farbig, häufig jedoch schwarz/weiß. Damit das nicht zur Routine wird, bietet sich eine Alternative an.

Fast alle Zeitungen verfügen über einen reinen Wortanzeigenteil unter bestimmten Rubriken wie „Mietangebote“ oder „Empfehlungen“. In diesem Umfeld – am besten in der Rubrik „Arzt/Apotheke“ – kann man drei- bis vierzeilige Textanzeigen veröffentlichen; und zwar täglich eine Woche lang. Die Texte sollten immer neu formuliert sein. Die ersten zwei oder drei Worte müssen dabei fett abgedruckt werden. Am Ende stehen der Apothekenname und/oder eine Anmelde-Telefonnummer bei Aktionen. Eine spannende Variante in der Textgestaltung: Beginnen Sie mit dem Namen des Inhabers oder einer Mitarbeiterin, die für eine spezielle Leistung wirbt: „Petra Müller, unsere Kosmetikexpertin, zeigt Ihnen die besondere Wirkung des gerade neu auf den Markt gekommenen Produkts XY...“

Diese wöchentlichen Wortanzeigen kann man mehrmals im Jahr wiederholen. Sie kosten weniger als die Flächenanzeigen.

➔ Rezepte

Arztpraxis schließt

Der Rx-Umsatz einer Land-Apotheke hängt sehr stark von wenigen Verordnern ab. Falls auch nur ein bis zwei von diesen Medi-



Die Praxistipps zur Land-Apotheke stammen von Kristina Singhof aus Hessen.

zinern aus Altersgründen ans Aufhören denken und kein Nachfolger in Sicht ist, geht es für die Apotheke sehr schnell um die Existenz. An manchen Standorten ist es aus diesen Gründen schon zu Apothekenschließungen gekommen.

Es liegt also im vitalen Interesse jedes Apothekers, einen Praxisnachfolger an den Standort zu bringen. Doch der Einfluss auf jüngere Ärzte, eine Praxis zu übernehmen, ist begrenzt. Wenn der ältere Mediziner das nicht schafft, wie soll dies dem Apotheker gelingen?

Dazu bedarf es einer Strategie, die an der Motivlage der Ärzte anknüpft. Vorausgesetzt, die Region käme aus privaten Gründen als Wohnort in Frage, geht es also um die beruflichen Rahmenbedingungen. Besteht der Vorbesitzer nicht auf einem utopischen Kaufpreis für seine Praxis, können die Überlegungen fortgesetzt werden.

Eine Idee dazu: Manche Ärztinnen im Krankenhaus denken an eine Familiengründung und würden gern nur noch in Teilzeit arbeiten. Findet man zwei Medizinerinnen, die gut kooperieren und durchaus verschiedene Schwerpunkte abdecken (Internist/Naturmedizin), dann sollte man den Versuch starten, sich in umliegenden Krankenhäusern umzuhören. Ein schwieriger, langer Weg? Ja. Doch die lautlose Praxisschließung ohne Nachfolger ist wie ein langsames Sterben der Apotheke. +