



Foto: istockphoto

## INFORMIEREN ZU ERNÄHRUNG UND DIABETES

# „Allzu süß ist ungesund!“

Sieben bis acht Millionen Diabetiker gibt es Schätzungen zufolge in Deutschland – darunter vermutlich drei bis vier Millionen unerkannte. Eine Apothekenaktion rund um Diabetes und richtige Ernährung schärft das Bewusstsein der Menschen für die Erkrankung – und spricht gesundheits- und ernährungsbewusste Kunden ganz allgemein an. Hier einige Beispiele für aufmerksamkeitsstarke Deko und Tipps für Aktionsschwerpunkte.

➔ Geeigneter Aufhänger für die Aktion ist der Weltdiabetestag am 14. November. Wer rund um diesen Termin seine Kunden zu den Themen Diabetes bzw. Ernährung informieren will, kann sie mit dem Thema Übergewicht „packen“.

### Das Schaufenster als Blickfang

Dass ein Mensch übergewichtig ist, hat meist mehrere Gründe: Oftmals fehlt ausreichende Bewegung, dazu kommt häufig die falsche Ernährung: Neben den versteckten Fetten in Wurst und Käse sind auch die „süßen Abgründe“, nicht zuletzt in Erfrischungsgetränken wichtiger Bestandteil von Ernährungsaufklärung.

### Mit Hinguckern eine breite Zielgruppe ansprechen

Viele Menschen wissen gar nicht, wo sich Zucker überall versteckt: 40 Stücke Würfelzucker befinden sich beispielsweise in einem Liter Apfelsaft. In einem Liter Limonade können es 35 bis 40 sein. Eine Tafel Schokolade beinhaltet knapp 20 und eine Tüte Gummibärchen 17 Würfelzucker. Wer diese Zuckerwürfelberge

in eine Schaufensterdekoration einbaut, schafft damit schon mal einen Hingucker, der eine breite Kundengruppe anspricht.

Als Aufhänger für eine blickfangträchtige Deko bietet sich deshalb neben den Zuckerstücken auch die Ernährungspyramide an. Diese zeigt anschaulich, wie viel man von welchen Nahrungsmitteln am Tag zu sich nehmen darf. Von den Lebensmitteln, die unten an der breiten Basis der Pyramide ihren Platz haben (u. a. möglichst dunkles Brot, Obst und Gemüse), darf eine weitaus größere Menge gegessen werden als von jenen, die ganz oben stehen (Fette und Öle und ganz an der Spitze der Zucker). Die Ernährungspyramide findet sich auch im Internet bei der Deutschen Gesellschaft für Ernährung e.V. unter [www.dge.de](http://www.dge.de).

### Beratung – auch in Kooperation

Hat die Deko die Neugier der Kunden und Passanten erst einmal geweckt und sie im Idealfall bereits in die Apotheke gezogen, muss das Team mit guter Beratung punkten:

- fundierte Beratung zur richtigen Ernährung,
- Aufklärung über die Zusammenhänge zwischen Ernährung

## 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 August 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).

und Diabetes, Übergewicht und Stoffwechselerkrankungen sowie ein Hinweis auf das Metabolische Syndrom, - Informationen darüber, wie wichtig das frühzeitige Erkennen von Diabetes ist bzw. wo die Gefahren von Spätschäden liegen - und natürlich auch Informationen dazu, welche Produkte die Apotheke Diabetikern anbietet und welche Möglichkeiten der Blutzuckerselbstmessung es gibt.

Die Ernährungsberatung kann im Rahmen der Aktion ein/e Apothekenmitarbeiter/in durchführen, oder auch ein/e regional ansässige/r Ernährungsberater/in. Da eine Ernährungsberatung nicht unter Zeitdruck geschehen sollte, empfiehlt es sich, hierfür Termine zu vergeben.

### Messen und Wiegen: Aktion in Bewegung

Eine Waage, die auch das Körperfett misst, leistet bei der Aktion ebenfalls gute Dienste. Damit erhält jeder Kunde rasch eine Information über den Fettanteil seines Körpers und sein Körpergewicht. Angeboten werden kombinierte Geräte (Waage und Körperfettmessung). Da jedoch in vielen Apotheken bereits eine Waage steht, genügt es oft auch, neben der eigenen Waage nur ein Messgerät für das Körperfett zu nutzen. Beide Arten der Geräte lassen sich auch an unterschiedlichen Stellen ausleihen und müssen nicht extra für die Aktion angeschafft werden.

Eine weitere Option ist zudem, im Rahmen der Aktion den Blutzucker zu messen. Das Messgerät für den aktuellen Blutglukosegehalt kann ein übliches Gerät sein, welches auch Diabetiker täglich nutzen. Aussagekräftiger als die Blutglukosemessung ist die Messung des HbA1c-Wertes. So lässt sich überprüfen, in wie weit die mittlere Blutzucker-Konzentration innerhalb der letzten zwei bis drei Monate erhöht war. Bei der Stechhilfe ist unbedingt auf eine professionelle Ausführung zu achten, die es verhindert, dass dieselbe Lanzette versehentlich ein zweites Mal benutzt wird.

Auf dem Markt sind verschiedene Messgeräte. Sie alle sind hochpreisig, und eine Anschaffung lohnt sich nicht für jede Apo-

theke – gerade wenn nur eine Aktionswoche geplant ist und nicht dauerhaft Messungen angeboten werden sollen. Einige Firmen bieten den Service, diese Geräte auch zu leihen oder zu leasen. Das macht die Kosten für eine Aktionswoche überschaubar.

### Messwerte dokumentieren

Die Messwerte sollten in jedem Fall auf einem Formular dokumentiert werden. Neben Datum und Uhrzeit der Messung sollte es auch erfassen, ob der Patient bei der Messung nüchtern war oder wann er zuletzt gegessen hat, um den Glucosegehalt richtig interpretieren zu können. Für den Patienten ist es zudem informativ, wenn er auf dem Formular neben den einzelnen Messwerten auch die Normwerte findet. Im Hinblick auf das Kurierverbot sollte das Formular zudem den Hinweis enthalten, dass es sich bei den Normwerten nur um Anhaltspunkte handelt und bei erhöhten Werten für eine genaue Diagnose ein Arzt zu befragen ist.

Ergänzend bietet sich im Rahmen der Aktion an, die Kunden zu einem Vortrag rund um das Thema Diabetes einzuladen. Diesen Vortrag kann der Apotheker selbst halten, er kann auch mit einem Arzt oder einer Ärztin oder eine/r Ernährungsberater/in zusammenarbeiten.

Denkbar ist darüber hinaus ein Seminar zum Thema „gesunde Ernährung“, das beispielsweise in Kooperation mit einem Restaurant am Ort abgehalten wird. Und: Eine gute Ergänzung ist zudem ein Walkingkurs, der z. B. in Zusammenarbeit mit einem Sportverein angeboten wird. +

**Matthias Bröker** | Der Autor ist Offizin-Apotheker | Kontakt: [matthias.broeker@ambrosius-apotheke.de](mailto:matthias.broeker@ambrosius-apotheke.de)

## Download-Service

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