



Foto: iStockphoto

AKTION DES MONATS

Von wegen Luftnummer!

Über das Thema Blähungen spricht niemand gern. Und doch macht die Gasbildung im Bauchraum vielen Menschen zu schaffen. Greift eine Apotheke dieses Problem gezielt auf, kann sie deshalb auf das Interesse vieler Kunden hoffen. Zudem signalisiert sie mit einer Apothekenaktion rund um Blähungen einmal mehr, dass sie sich für die Probleme ihrer Kunden interessiert und zugleich eine Reihe von Lösungen dafür anbietet.

➔ Blähungen gehören zu den Tabuthemen. So manchem treibt es schon die Schamesröte ins Gesicht, wenn aus seinem Bauch in einem stillen Raum ein Gluckern tönt. Dabei ist es ganz normal, dass sich im Darm Gase bilden. Eine erhöhte Gasmenge allerdings kann für die betreffende Person äußerst unangenehm werden. Auch wenn Mediziner mittlerweile davon ausgehen, dass Menschen die Beschwerden durch Blähungen – aufgrund individueller abdominaler Sensibilität – durchaus unterschiedlich empfinden, können sie mit starken Schmerzen verbunden sein. Ob Schmerzen oder Flatulenz – Blähungen verursachen Leidensdruck, und die Betroffenen sind froh, wenn sie für ihr Leiden Hilfe in der Apotheke bekommen.

Allerdings verlangt eine Aktion zum Thema Blähungen von den Apothekenmitarbeitern ein gewisses Fingerspitzengefühl. Am besten können Sie dem Thema die Peinlichkeit nehmen, wenn Sie selbst ganz unverkrampft damit umgehen. So fällt es Betroffenen leichter, über ihre Probleme zu reden.

Mit den Zielgruppen ins Gespräch kommen

Einer der Pluspunkte dieser Aktion: Potenziell gehört jeder Apothekenkunde zur Zielgruppe – von den Neugeborenen bis zu Menschen im hohen Alter. Für Säuglinge sollte die Hausapotheke ohnehin ein Karminativum bereit halten; unter der erwachsenen Bevölkerung kennen zwischen zehn und 30 Prozent das Problem starker Blähungen.

Aufhänger für das Gespräch finden

Beratungspotenzial gibt es genug, denn nur ein Viertel der Betroffenen nehmen Medikamente gegen ihre Beschwerden. Eine der Herausforderungen dieser Aktionswoche besteht allerdings darin, die Kunden mit Blähungen überhaupt herauszufinden. Hilfreiche Ansätze für die Kundenansprache bieten Ihnen die

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 verschiedene Vorschläge: 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
- Erfolgskontrolle: im Team Bilanz ziehen.

Praxisrelevante Tipps zu all diesen Punkten finden Sie in APOTHEKE + MARKETING: Die Ausgaben April bis September 2007 boten bereits detaillierte Tipps zur Planung von Aktionen rund um Sonnen-/Zeckenschutz, Fußgesundheit sowie Diabetes, Mundhygiene oder Prävention. 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, leicht zu recherchieren unter www.apotheke-und-marketing.de.

Ursachen für Blähungen: Nahrungsmittelunverträglichkeiten/blähende Lebensmittel, vermehrtes Luftschlucken, Enzymmangel sowie die Einnahme bestimmter Arzneimittel.

Nahrungsmittel als wesentliche Auslöser

Ob Hülsenfrüchte oder bestimmte Kohlsorten, Pflaumen, Rosinen oder Vollkornbrot: Die Palette der Nahrungsmittel, die das Gasvolumen im Darm steigern können, ist groß. Fast schon ein Klassiker ist Sauerkraut – das wiederum wird nicht von ungefähr traditionell mit Kümmel gewürzt. Informieren Sie die Kunden über diese Nahrungsmittel. Dazu eignen sich beispielsweise Fotos von verschiedenen Speisen, die blähend wirken können. Diese Information lässt sich auch gut als Dekoration für das Schaufenster verarbeiten: Dekorieren Sie beispielsweise mit einem großen Korb, gefüllt mit verschiedenen Kohlarten, Zwiebeln, Knoblauch, Hülsenfrüchten, Vollkornbrot und Pflaumen.

Denken Sie bei blähungstreibenden Nahrungsmitteln auch an Zuckeraustauschstoffe. Fruktose, Sorbit, Mannit, Xylit, Isomalt, Maltit und Lactit finden sich in vielen zuckerfreien Produkten. Der Verzehr von kleinen Mengen macht meist keine

Probleme. Allerdings kann der Dünndarm keine großen Mengen aufnehmen. Werden zu viele Zuckeraustauschstoffe gegessen, gelangen sie in den Dickdarm, wo sie Blähungen oder Durchfälle auslösen können. Bei Fruchtzucker sollte deshalb die Tagesdosis von 60 g nicht überschritten werden. Sorbit, Xylit und Maltit bereiten ab etwa 50 g pro Tag Probleme, von Isomalt darf bis zu 30 g verzehrt werden, und bei Mannit ist schon bei einer Tagesdosis von 10 g mit Blähungen und Durchfällen zu rechnen. Darüber hinaus kann zu hastiges Essen dazu führen, dass Blähungen auftreten.

Gesprächsansatz: die Einnahme bestimmter Arzneimittel

Einen möglichen Hinweis auf die Gefahr von Blähungen – und zudem ein Aufhänger für das Gespräch – können die Arzneimittel bieten, die die Patienten einnehmen. Denn so mancher Arzneistoff kann das Gasaufkommen im Darmbereich steigern. Ein wichtiges Beispiel dafür ist der Lactulose-Sirup. Darüber hinaus aber können auch viele weitere Substanzen Blähungen als mögliche Nebenwirkung haben – beispielsweise Penicilline,



Foto: Archiv Springer GUP

→ Das Sortiment herausstellen

- Eine Auswahl jener Arzneimittel zusammenstellen, die die Apothekenmitarbeiter gegen Blähungen empfehlen.
- Vorab dafür sorgen, dass genug Vorrat an diesen Medikamenten geordert wird.
- Sicherstellen, dass das gesamte Team über die Arzneimittelpalette informiert ist – auch über Anwendung und Dosierung. Deshalb frühzeitig die Arzneimittelliste für alle zugänglich machen – und gemeinsam die wichtigsten Nutzenargumente für die einzelnen Präparate formulieren.
- Das Hintergrundwissen rund um Blähungen im Team auf den neuesten Stand bringen – gerade im Hinblick auf Selbstmedikation und die Grenzen der Selbstbehandlung. Solche Informationen lassen sich am besten bei einer Teamsitzung vermitteln.



Download-Service

Wir unterstützen Sie bei Ihrer Aktion rund um das Thema Blähungen mit einer To-do-Liste zur Abwicklung der Aktion. Es gibt sie zum Download im Internet unter www.apotheke-und-marketing-de.

Rifampicin oder Makrolide, Acarbose, Metformin oder die Glitazone, Fibrate und Statine oder auch Alendronsäure bzw. Risendronsäure sowie Terbinafin.

Tipp: Kennzeichnen Sie die entsprechenden Medikamente mit einem Vermerk – so kann jeder Mitarbeiter den Patienten bei der Abgabe auf die mögliche Nebenwirkung aufmerksam machen. Patienten, die die Arzneimittel schon länger einnehmen und Probleme mit Blähungen haben, werden schnell und gerne Ihr Informationsangebot annehmen.

Grenzen der Selbstmedikation

Denken Sie auch daran, dass Blähungen zum Teil durch Enzymmangel entstehen können. Haben Sie Patienten vor sich, bei denen Sie eine Laktose- oder Fruktoseintoleranz vermuten, ist es sinnvoll, sie zum Arzt zu schicken. Auch an mögliche Erkrankungen müssen Sie bei Ihren Empfehlungen denken: Eine entzündliche Darmerkrankung, wie Morbus Crohn oder Colitis ulcerosa, oder eine Entzündung von Leber oder Galle können ebenfalls Ursache sein. Gerade, wenn Blähungen immer wieder auftreten und sich nicht erklären lassen oder wenn sie mit starken Krämpfen einhergehen, sollten Sie die Betroffenen an einen Arzt verweisen.

Für Aufmerksamkeit sorgen

Dekoration und Wettbewerb verbinden

Wie bereits angedeutet, schafft gerade bei dieser Aktion die Dekoration Gesprächsansätze. Sie können das Problem beispielsweise bildhaft darstellen, indem Sie Luftballons mit Gas füllen und dazu das Motto der Aktion schreiben – etwa „Luft im Bauch kann Probleme machen“. Dazu passt ein Malwettbewerb – mit Sicherheit können die kleinen Kunden lustige und kreative Bilder zum Motto „Luft im Bauch“ liefern. Diese Malaktion sollten Sie so terminieren, dass sie vor der Aktionswoche endet. Dann können Sie die Bilder während der Aktion als Dekorationsmaterial benutzen und beispielsweise auch die Kunden als Jury das beste Bild wählen lassen.

Anbieten: Event und Sortiment

Natürlich wird während der Aktion auch das passende Sortiment präsentiert (siehe auch Infobox 2, Seite 20): Platzieren Sie in der Sichtwahl oder in einer Vitrine jene Medikamente, die Sie und Ihr Team bei Blähungen empfehlen. Neben dem bekannten Si- oder Dimeticon gehören dazu auch Pfefferminzölpräparate, homöopathische und pflanzliche Mittel, neben Tropfen und (Kau-)Tabletten auch Tees. Hier können Sie auf Fertigpräparate zurückgreifen oder nach NRF 6.4 den blähungstreibenden Tee für Ihre Kunden als Rezeptur herstellen. Nutzen Sie auch dies als Ansatz für individuelles Marketing: mit dem gezielten Hinweis „Für Sie gemischt von Ihrer X-Apotheke“, mit individuell bedruckten Tüten oder Etiketten. Denn: Selbstgemischtes kommt immer gut an bei den Kunden.

Deshalb lohnt es sich auch, diesen Tee während der Aktion zum Probieren auszuschenken. Diese Verkostung hat einen hervorragenden (Neben-)Effekt: Auch über den blähungstreibenden Tee kommt man während des Ausschanks zum Problembereich Blähungen ins Gespräch.

Anis, Fenchel und Kümmel passen natürlich nicht nur in den Tee, sondern eignen sich auch als Gewürze. Dies bietet ebenfalls einen Ansatz für ein Event: Suchen Sie einige interessante Rezepte mit diesen Gewürzen und verteilen Sie diese (oder gar ein kleines Kochbuch) während der Aktion. Natürlich können Sie auch Ihre Kunden, ähnlich wie bei der Malaktion, in die Gestaltung einbinden und im Voraus deren Lieblingsrezepte sammeln.


Ein – bei den Kunden sehr beliebtes – Event ist ein Kochkurs. Darin lernen die Teilnehmer beispielsweise, wie sich durch umsichtiges Würzen auch blähungstreibende Produkte gut verträglich zubereiten lassen.

Da es für Kochkurse meist mehr Interessenten als Plätze gibt, sollten Sie den Kurs mit vielen Fotos dokumentieren. Die Bilder können im Anschluss an die Aktionswoche im Schaufenster zum Hingucker für alle Kunden werden.

Eine optimale Ergänzung jeder Aktion sind Vorträge – auch in Zusammenarbeit mit anderen Experten. Ein Gastroenterologe oder ein Internist im Umfeld der Apotheke, der viele Darmspiegelungen durchführt, ist beispielsweise ein idealer Ko-Referent. Dabei kommt es vor allem auf ein spritzig formuliertes Thema an, wie beispielsweise „Ein Tönchen aus jedem Böhnchen? – Tipps wie sich das vermeiden lässt!“. Eine lockere Formulierung hilft den Zuhörern über die Peinlichkeit hinweg.

Kunden gezielt informieren

Ein Ziel der Aktionswoche sollte sein, dass jeder Kunde mit einer Information zum Thema Blähungen Ihre Apotheke verlässt. Halten Sie deshalb einen Flyer oder Broschüren mit detaillierten Informationen bereit, die möglichst jeder Kunde bekommt. Beginnen Sie frühzeitig mit der Beschaffung der Informationsmaterialien.

Die bekannten Hersteller von Arzneimitteln gegen Blähungen bieten dazu eine Fülle an Informationsmaterial, die Außendienstmitarbeiter sind hier die richtigen Ansprechpartner. Außerdem: rechtzeitig daran denken, eigene Flyer und Infoblätter zu erarbeiten. 

Matthias Bröker | Der Autor ist Offizin-Apotheker |
Kontakt: matthias.broeker@ambrosius-apotheke.de