

KINDER UND KOPFLÄUSE

Deko und Plakate setzen Beratungsimpulse

Nachdem Kindergärten und Schulen im Spätsommer ihre Pforten wieder geöffnet haben, werden Mütter und Väter oftmals recht bald mit einem Problem konfrontiert: Ihre Kinder haben Läuse! Für Apotheken bietet diese, den Eltern meisten recht unangenehme Situation, einen guten Ansatz, sich als Problemlöser zu profilieren – nicht zuletzt damit, dass sie ihren Kunden eine Beratungsbrücke bauen.

→ Pediculus humanus capitis ist an sich harmlos: Sie überträgt keine Krankheiten und lässt sich auch relativ einfach und nachhaltig beseitigen. Die Kopflaus hat vielmehr vor allem ein Imageproblem: Seit jeher wird sie mit mangelnder Hygiene, gar mit Verwahrlosung in Zusammenhang gebracht. Genau diese Gerüchte machen es Betroffenen so schwer, offen über ihr Problem zu sprechen und es gezielt anzugehen.

Jugendliche Patientengruppe

Mit Schulbeginn werden Eltern wieder häufiger mit dieser Situation konfrontiert. Denn Läuse „wandern“ von Kopf zu Kopf, von Haar zu Haar. Und gerade Kinder in Kindergarten und Grundschule stecken gerne ihre Köpfe zusammen. Kein Wunder, dass sie die Patientengruppe stellen, die am häufigsten von der Diagnose Pedikuloze betroffen ist.

Download-Service

Wir unterstützen Sie in der Kundenberatung rund um „Kopfläuse“ mit einem eigens erarbeiteten Handzettel – per Download im Internet unter www.apotheke-und-marketing-de/extras.

Haben Kinder Läuse, ist vor allem Hartnäckigkeit gefragt. Denn einmal am Haar festgehakt, wollen die Läuse dort nicht mehr so schnell weg: Ohne Kontakt zum Kopf bekommen sie keine regelmäßige Blutmahlzeit und sind damit allenfalls zwei bis drei Tage überlebensfähig. Normale Shampoos reichen nicht aus, um die Läuse (und Nissen) zu beseitigen, nötig sind vielmehr spezielle Produkte auf chemischer sowie pflanzlicher Basis bzw. mit physikalischer Wirkung (siehe Infobox).

Das Thema gezielt herausstellen

Gerade in den Herbstmonaten können Apotheken betroffenen Eltern die Peinlichkeit des Themas nehmen, indem sie das Thema „Läuse“ gezielt ansprechen: Kunden, die beispielsweise auf eine Dekoration im Schaufenster verweisen können, tun sich mit diesem Anknüpfungspunkt sehr viel leichter, ihren Stammapotheker um Rat zu fragen.

Ganz generell lässt sich die Kopflaus keineswegs nur über eine groß angelegte Aktion ins Gespräch bringen. Für besondere Aufmerksamkeit sorgt vor allem Schaufensterdeko: mit dem gezielten Slogan „Läuse sind kein Drama!“ oder „Läusealarm? Kein Problem!“, dem Hinweis auf die Beratung in der Apotheke und der Präsentation geeigneter Produkte.

Noch weniger Aufwand macht ein Plakat, das die genannten Slogans in der Apotheke trägt (einfach herzustellen

über Computer und Copy-Shop, zum Teil helfen auch die Hersteller entsprechender Produkte weiter), im Idealfall ergänzt durch einen themenbezogenen Eye-catcher im Sichtwahlbereich. Ein Handzettel, der der Kundenzeitschrift beiliegt bzw. das Beratungsgespräch ergänzt, rundet den Service für Kunden ab. +

Redaktion | Kontakt: am-redaktion@springer-gup.de

Infobox

→ Produktvielfalt gegen Läuse

Abhängig von den Bedürfnissen und Vorlieben der Kunden lässt sich die Produktempfehlung individuell ausrichten. Zur Verfügung stehen:

- chemische Pedikulozide: Pyrethrum, Allethrin, Permethrin
- pflanzliche Pedikulozide: Kokosöl, Neem-, Teebaum-, Lavendel- oder Ylang-Ylang-Öl
- physikalisch wirkende Produkte mit Silikonölen (seit dem 1. Juli sind Kopfläusemittel auf Dimeticonbasis zu Lasten der GKV verordnungsfähig)
- Zusatzempfehlungen: Nissenkamm, Conditioner zur Haarentwirrung