



Foto: Archiv Springer GuP

## AKTION DES MONATS

# Auf dem Weg zum Idealgewicht

Ganz oben auf der Liste der guten Vorsätze steht bei vielen Menschen der Kampf gegen überflüssige Pfunde. Mit einer Aktion unter dem Motto „Abnehmen mit Lust erspart viel Frust!“ können Sie Ihre Kunden beim Abnehmen unterstützen. Neben individueller Ernährungsberatung bietet das „Kompetenzzentrum Apotheke“ realistische und ganzheitliche Tipps sowie Hilfestellung für dauerhaften Gewichtsverlust.

➔ Das große Plus der Apotheke beim Thema Gewichtsreduktion: Ihre Beratung grenzt sich in besonderer Weise von den vielfältigen, oft mit leeren, unseriösen Erfolgsversprechen verbundenen Angeboten anderer Vertriebskanäle ab. Eine Aktion rund um gesundes und erfolgreiches Abnehmen bietet Ihrer Apotheke zudem ganz unterschiedliche Möglichkeiten, sich zum Thema Idealgewicht zu positionieren – denn gesunde und langfristige Gewichtsreduktion fußt auf mehreren Säulen.

### Breites Aktionsprofil

Entsprechend vielseitig ist das Beratungsspektrum der Apotheke, zu dem neben Hinweisen zu ausgewogener Ernährung und ausreichend Bewegung auch Tipps zur Straffung des Körpers gehören. So können Sie Ihren Kunden eine individuelle Ernährungsberatung mit entsprechenden Ernährungsplänen anbieten und Ihnen zugleich Produkte vorstellen, die das Abnehmen er-

leichtern. Darüber hinaus können Sie mit dieser Aktion die Chance nutzen, Ihre Apotheke ergänzend zur Arzneimittelberatung als Anlaufstelle für Pflege- und Wellness-Produkte zu etablieren. Gerade in wirtschaftlich immer schwierigeren Zeiten ist es von wachsender Bedeutung, verstärkt Umsätze im Randsortiment zu erzielen. Beispielsweise kann die Empfehlung spezieller Pflegeprodukte, wie Anti-Cellulite-Präparate, Massageöle und Körperpeelings, das Wohlfühl während der Gewichtsreduktion steigern und dazu beitragen, dass der Körper in Form bleibt. Die Empfehlung von Pflanzenextrakten, beispielsweise aus Birke und Zinnkraut, die zum Entschlacken beziehungsweise Entwässern des Körpers beitragen, runden das Angebot ab.

### Zielgruppen der Aktion

Mit einer Aktion zur Gewichtsreduktion haben Sie die Chance, die Aufmerksamkeit eines breiten Kundenspektrums auf Ihre Apotheke zu lenken: Da die wenigsten Menschen mit ihrer Fi-

## 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 Oktober 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](http://www.apotheke-und-marketing.de).

gur rundherum zufrieden sind, spricht diese Aktion viele, ganz unterschiedliche Verbraucher an. Zur Zielgruppe gehören sowohl Kinder (sie leiden im Computer-Zeitalter immer häufiger an Fettleibigkeit) und Jugendliche (sie zeigen im Zuge der Entwicklung erhöhtes Körperbewusstsein) als auch Erwachsene. Hier sind es insbesondere die älteren Kunden, die zunehmend Wert auf ein gutes äußeres Erscheinungsbild legen oder aus gesundheitlichen Gründen abnehmen müssen.

### Vielfalt von Präparaten

Auf dem Markt befinden sich zahlreiche Schlankheitspräparate und Fettkiller mit schier unglaublichen Versprechen: „In einem Monat 10 kg leichter“, „Kinderleichtes Abnehmen ohne zu leiden“ sind nur zwei Beispiele für übertriebene und irreführende Versprechungen. Viele der im Internet angebotenen Schlankheitsmittel bergen zudem hohe gesundheitliche Risiken. Hier ist Ihre Kompetenz gefragt, gilt es doch, aus dem für den Kunden nur sehr schwer überschaubaren Angebot das richtige und vom medizinischen Standpunkt bezüglich Risiken und Nebenwirkungen geeignete Mittel herauszusuchen.

Fest steht, dass zur erfolgreichen Gewichtsreduktion falsche Ernährungsgewohnheiten abgelegt werden müssen. Eine ausgewogene, fett- und kalorienbewusste Ernährung lässt sich mit Präparaten aus der Apotheke ergänzen. Dazu zählen beispielsweise spezielle Kombinationen aus Eiweiß, Vitaminen und Mineralstoffen oder die Einnahme eines Multivitaminpräparates, das den Bedarf an Vitaminen abdeckt. Eine Vielzahl von entschlackenden, wohlschmeckenden Tees, die auch in der Winterzeit in den Nachmittags- und Abendstunden in gemütlicher Atmosphäre gerne getrunken werden, bietet sich als Ergänzung an.

Neben diesen Produkten und der entsprechenden Beratung können Sie Ihren Kunden auch einen speziellen Service bieten, indem Sie Ihnen schmackhafte Kochrezepte zur Verfügung stellen. Geeignete Menüvorschläge finden sich in zahlreichen Kochbüchern oder bei den Anbietern spezieller Diäten.

### Zahlreiche Kooperationspartner

Bei einer Aktion zum Thema „Abnehmen“ bietet sich eine Kooperation mit unterschiedlichen Partnern an. Denkbar ist eine Zusammenarbeit mit einem Fitnessstudio oder mit Sportvereinen. Darüber hinaus können Sie mit Volkshochschulen oder regionalen Bildungswerken kooperieren – die beispielsweise einen Kochkurs zum Thema „gezieltes Abnehmen durch gesunde Ernährung“ anbieten – oder die Aktion in Kooperation mit einer Arztpraxis durchführen.

### Die Aktion konkret

Wichtig für den Erfolg einer Aktion ist die rechtzeitige Planung. So empfiehlt es sich, auch bei einer Aktion rund um das Abnehmen und die gesunde Ernährung etwa zwei bis drei Monate vor der Aktion mit der Planung zu starten. Wollen Sie Ihre Kunden zu Jahresbeginn beim Abnehmen unterstützen, sollten Sie also möglichst bald mit der Vorbereitung der Aktion beginnen. Welche detaillierten Schritte in der Vorbereitung der Aktion notwendig sind, zeigt die To-do-Liste, von APOTHEKE + MARKETING, die Sie sich im Internet herunterladen können (siehe Infobox zum Downloadservice).

Wie immer gilt auch hier der Grundsatz: Je mehr Teammitglieder Sie in die Planung und Vorbereitung einbeziehen, desto mehr gute Ideen kommen auf den Tisch und desto enthusiastischer wird sich jedes Teammitglied bei der Aktion engagieren. Empfehlenswert ist es in jedem Fall, die konkreten Verantwortlichkeiten mit genauer Terminierung festzulegen.

### Wichtiger Erfolgsbaustein: detaillierte Organisation

Ob Schaufensterdeko oder Werbung, Verkostung oder Kundeninfo: Der Erfolg einer Aktion lebt von einer effektiven Vorbereitung. Dazu gehört beispielsweise auch, rechtzeitig bei Firmen Informationsmaterial und Broschüren, mit denen Sie die Aktion ergänzen können, anzufordern. Ein wichtiger Punkt ist zudem die rechtzeitige Platzierung der Produkte. Ungefähr eine Woche vor dem Start der Aktion sollten Sie das Aktionssortiment in



Foto: Stockphoto

## Download-Service

Wir unterstützen Sie bei Ihrer Aktion rund um das Thema „Abnehmen“ mit einer To-do-Liste zur Abwicklung der Aktion sowie einem Handzettel zur Weitergabe an Ihre Kunden. Das Material finden Sie zum Download im Internet unter [www.apotheke-und-marketing-de.de/extras](http://www.apotheke-und-marketing-de.de/extras).

ausreichender Menge auffällig in der Offizin platzieren, um damit auf die bevorstehende Aktion aufmerksam zu machen: Der Kunde wird neugierig und nimmt Ihre Apotheke als besonders aktiv und kundenorientiert wahr.

**Schaufenster-Dekoration:** Mit einem außergewöhnlich gestalteten Schaufenster können Sie Ihre Apotheke auffällig in Szene setzen und damit die Aufmerksamkeit Ihrer Kunden erreichen. Für eine Aktion zum Thema Abnehmen eignet sich beispielsweise folgender Deko-Vorschlag: XXL-Schaufensterpuppe auf einer Personenwaage präsentieren oder in Nordic-Walking-Ausrüstung (mit Stöcken, Trikot, Walkingschuhen, Schweißbändern und Trinkflasche) auf einem Laufband zeigen. Dazu Großpackungen von Vitamin- und Mineralstoffpräparaten platzieren und ein Poster anbringen, das das Motto der Aktion zeigt. Ein guter Blickfang ist auch ein riesengroßer Korb mit knackigen Äpfeln. Ergänzend lässt sich eine Ernährungspyramide mit Holz oder aus echten Lebensmitteln dekorieren.

**Info-Stand:** Der Infostand besteht aus einem Stehtisch, an dem wahlweise Vitamindrinks (aufgelöste Vitaminbrausetabletten, Vitaminsäfte), Sauerkrautsaft oder Fastentees (Blutreinigungstee, Fastentee, Wellnesstee) ausgeschrieben werden. Außerdem liegen Warenproben (Multivitaminbrausetabletten, Teebeutel) aus, und jeder Kunde erhält einen Apfel aus großen Körben, die den Info-Stand schmücken. Darüber hinaus liegen Unterlagen für individuelle Ernährungsberatungen und zur Berechnung des Body-Mass-Indexes bereit. Neben dem Info-Stand befinden sich eine Personenwaage sowie eine Fettwaage und ein Aufsteller mit geeigneter Literatur zu den Themen Abnehmen und gesunde Ernährung sowie entsprechende Kochbücher.

**Werbung:** Alle Werbemaßnahmen, die in Verbindung mit dem Aktionsthema stehen, sollten einen hohen Wiedererkennungseffekt haben. Dafür sorgen das Wiederholen des Aktionsmottos „Abnehmen mit Lust“ und ein immer wiederkehrendes Foto.

**Plakate:** Ein Plakat wird dann zum Eye-Catcher, wenn es ein auffälliges Motiv zeigt. Für das Aktionsthema „Abnehmen“ eignen sich dynamische, aktive Menschen, wie zum Beispiel eine fröhliche Gruppe von Tänzern oder Nordic-Walkern. Das Bildmotiv sollte nahezu die ganze Plakatfläche ausfüllen, der Schriftzug auch aus der Ferne noch gut lesbar sein. Bringen Sie die Plakate öffentlichkeitswirksam in Ihrer Apotheke und deren Umgebung an. Insbesondere an stark frequentierten Plätzen und Orten von hoher Aufmerksamkeit (Wartezimmer von Arztpraxen,

benachbarte Geschäfte, der Aushang öffentlicher Einrichtungen) sollten die Aktionsplakate nicht fehlen.

**Webseite:** Mit der offensiven Bewerbung der Aktion auf der Apotheken-Homepage beginnen Sie etwa vier Wochen vor Aktionsstart. Nach Abschluss der Aktion veröffentlichen Sie dort für Ihre Kunden eine Reihe von informativen und plakativen Fotos der erfolgreich durchgeführten Aktion.

**Gutscheine:** Bei einer Aktion zur Gewichtsreduktion können Sie auch Gutscheine einsetzen – beispielsweise für Fastentees und ergänzende Vitaminpräparate. Häufig bieten Firmen den Apotheken Warenproben für Aktionen auch kostenfrei an.

### Wichtiges Extra: Kundeninformationen

**Handzettel:** Geben Sie Ihren Kunden nach jedem Beratungsgespräch zum Thema Abnehmen einen Handzettel mit, der die wichtigsten Informationen noch einmal zusammenfasst (Download-Service unter [www.apotheke-und-marketing.de/extras](http://www.apotheke-und-marketing.de/extras)).

**Vortrag:** Vorträge sind immer wieder geeignet, Ihre Apotheke als Kompetenzzentrum ins Gespräch zu bringen – dies gilt auch bei einem Aktionsthema zur Gewichtsreduktion. Hier bieten sich beispielsweise Vorträge in Kooperation mit einer Arztpraxis oder einer Ernährungsberaterin an, auch Diätköche können den Zuhörern umsetzbare Tipps bieten. Da gerade pubertierende Jugendliche sehr aufgeschlossen für das Thema „gute Figur, Idealgewicht“ sind, kann ein Vortrag auch in einer Schule stattfinden. Ebenso eignen sich Sportvereine oder auch kirchliche Einrichtungen, wie zum Beispiel regionale Bildungswerke für Vortragsveranstaltungen. +

#### Dr. Reinhild Lohmann und Dr. Sylvia Prinz

Die Autorin Dr. Reinhild Lohmann ist Apothekerin und Beratungstrainerin | Kontakt: [reinhild-lohmann@t-online.de](mailto:reinhild-lohmann@t-online.de)

Die Autorin Dr. Sylvia Prinz ist Fachapothekerin für öffentliches Gesundheitswesen und Beratungstrainerin | Kontakt: [sylviaprinz@aol.com](mailto:sylviaprinz@aol.com)