



Foto: fotolia

TIERISCH GUT DRAUF

Eine Aktion für Hund und Katz

Tierisch viel los in Deutschland: In mehr als jedem dritten Haushalt lebt ein Tier, darunter rund 13 Millionen Hunde und Katzen. Mit einem Rezept über ein Tierarzneimittel kommen Kunden zwar nur selten in die Apotheke; die aber kann sich dennoch für Vierbeiner engagieren – und hat damit auch die Chance, Herrchen und Frauchen als Kunden zu gewinnen. Eine Aktion bietet hier einen guten Einstieg.

➔ Immerhin 660 Millionen Euro wurden im Jahr 2008 laut Bundesverband für Tiergesundheit mit Tierarzneimitteln umgesetzt. Das Dispensierrecht für Tierärzte verhindert zwar in vielen Fällen, dass Tierbesitzer mit einer Verschreibung in der Apotheke erscheinen – rezeptfreie apothekenpflichtige Präparate oder Produkte zur Nahrungsergänzung bieten jedoch genügend Betätigungsfelder für engagierte Pharmazeuten.

Ein wesentlicher Ansatzpunkt dabei sind Emotionen: Wer sein Tier liebt und eine enge Bindung zu Hund und Katze entwickelt hat, möchte, dass es ihm gut geht. Eine Apotheke, die Herrchen und Frauchen auf der emotionalen Ebene abholt, hat die Chance, neue Kunden zu gewinnen und dauerhaft an sich zu binden. Nicht nur im Bereich der Tiergesundheit.

Grundsätzliches zur Aktion

Beratung und Produkte bieten

Allerdings ist es nicht damit getan, ein paar Flohhalsbänder vorrätig zu halten und eine Schüssel Wasser für den wartenden

vierbeinigen Patienten vor der Apotheke aufzustellen. Gefragt ist die übergreifende, auch vorausschauende Beratung.

Wünscht beispielsweise ein Kunde ein Präparat, mit dem er gegen die Flöhe seines Hundes angehen kann, gehören weiterführende Informationen zum Beratungsgespräch. Etwa der Hinweis, dass der Schlafplatz des Hundes ebenso „mitbehandelt“ werden sollte wie Teppiche oder auch das Sofa. Zu den Tipps bekommt der Kunde die nötigen Produkte und Hinweise für die richtige Anwendung. Und die Information, dass Flöhe Zwischenwirte für Bandwürmer sind, weshalb eine Wurmkur für Hund oder Katze anzuraten sei. Schließlich runden Hinweise auf Prophylaxemaßnahmen – damit das Flohproblem in Zukunft gar nicht erst auftritt – die Beratung ab.

Verschiedene Themenfelder ansprechen

Eine Aktion eignet sich gut dafür, das Engagement der Apotheke in Sachen Tiergesundheit nach außen zu tragen und bei Tierbesitzern bekannt zu machen. Vor allem Parasitenprophylaxe und Nahrungsergänzung stehen dabei thematisch im Mittel-

Checkliste Aktionsplanung

Die Aktion des Monats bietet Ihnen Anregungen 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 November 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.

punkt. Relevant sind hier nicht zuletzt folgende Produkte zur Tiergesundheit: Produkte für Wurmkuren und zur Floh- und Zeckenprophylaxe, Nahrungsergänzung für Tiere mit Verdauungsstörungen, Produkte gegen Herz- und Gelenkerkrankungen, zur Stärkung des Immunsystems und zur Haut- und Fellpflege, aber auch solche gegen Stress oder zur Beruhigung, etwa auf Reisen oder (aktuell!) am Silvesterabend.

Durchführung der Aktion

Aus den genannten Themenfeldern lassen sich auch geeignete Aktionszeitpunkte ableiten: Zeckenschutz beginnt heute bereits im Februar, Haut- und Fellpflege zum Fellwechsel im Frühjahr und Herbst. Ganzjährig aktuell sind Wurmkuren, Zahn- und Gelenkgesundheit sowie die Flohprophylaxe – wobei letztere im Winter, wenn die Wohnung beheizt ist und die Flöhe sich munter vermehren, besonders wichtig werden kann.

Anlässlich einer Aktion wird die Apotheke sowohl die Produkte als auch ihre Beratungskompetenz im Hinblick auf Tiergesundheit herausstellen. Ersteres geschieht durch eine Zweit- oder Sonderplatzierung, das Zweite durch den gezielten Hinweis auf das Beratungsangebot. Beispiele für ein Aktionsmotto: „Alles für Hund und Katz: Wir beraten Sie umfassend zur Tiergesundheit“. Oder: „Tierisch gut drauf! Wir wollen, dass Ihre Vierbeiner gesund bleiben“.

Beispiele für Schaufensterdeko

Die Schaufensterdekoration stellt das Aktionsmotto in den Mittelpunkt, zeigt die Produkte, die die Apotheke bereit hält und zieht die Blicke der Kunden auf sich. Gut eignen sich dabei witzige Dekorationen. Beispiele: Tiercartoons vergrößern; einen Katzenkratzbaum aufstellen, von dem Plüschkatze und -hund gemeinsam den Passanten zuwinken; eine riesige Plüschschlange so drapieren, dass sie die Vorübergehenden à la „Dschungelbuch“ ins Visier nimmt; in Kooperation mit einem Spielwarenladen Stofftiere en gros präsentieren.

Ein wesentliches Anliegen der Aktion ist es, den Kunden die Beratungskompetenz des Apothekenteams vorzustellen. Dies geschieht, natürlich, zunächst im persönlichen Beratungsgespräch – und setzt fundiertes Wissen voraus. Schulungen und Fortbildungsveranstaltungen (auch der Pharmaindustrie) untermauern das fachliche Wissen, das Internet dient u. a. als Informationsquelle für Leitlinien (z. B. zur Bekämpfung von Würmern bei Hunden und Katzen unter www.esccap.de oder zur Bekämpfung von Zecken und Flöhen unter www.dvg.net). Broschüren, Handzettel und weiteres Material, das die Apotheke für die Kunden bereithält, fassen die Infos schriftlich zusammen.

Beispiele für Events

Keine Aktion ohne Event. Das kann eine Probieraktion für zahn-gesunde Tierleckerli sein, aber auch ein Malwettbewerb für Kinder, der die jungen Hunde- und Katzenfreunde dazu auffordert, ihre Hausgenossen „zu portraituren“ oder ein Fotowettbewerb für die Kunden. Im Rahmen einer Spendenaktion lässt sich darüber hinaus Gutes tun: Für jedes verkaufte Tier-spielzeug, das die Kunden in der Apotheke präsentieren, gibt die Apotheke einen Obolus in eine Spendenkassette – und die kommt dem örtlichen Tierheim zugute.

Last but not least: Ein Vortrag zur Tiergesundheit – auch in Zusammenarbeit mit einem örtlichen Tierarzt – informiert die Besitzer über richtiges Entwurmen, Floh- und Zeckenprophylaxe, Zahnpflege oder Nahrungsergänzungsmittel für die Gelenke und anlässlich des Fellwechsels. +

Download-Service

Wir unterstützen Sie bei Ihrer Aktion rund um das Thema „Hund und Katz“ mit einer To-do-Liste zur Abwicklung der Aktion. Die Liste finden Sie zum Download im Internet unter www.apotheke-und-marketing-de/extras.

Gabi Kannamüller | Kontakt: am-redaktion@springer-gup.de