Die strategische Positionierung der Apotheke

Auf der Suche nach dem USP

WIEN - Positionierung beschäftigt sich damit, Lücken im Markt zu finden und sie zu besetzen. Es geht um eine Lücke bzw. eine Nische, in dem die Apotheke mit ihren Leistungen als einzigartig wahrgenommen werden, sich entfalten kann und Wachstumschancen hat.

Die entscheidenden Fragen, die beantwortet werden müssen, sind: Wofür stehen wir? Warum sollte sich ein Kunde ausgerechnet für uns entscheiden? Die wenigsten Apothekeninhaber wissen eine Antwort auf diese Frage, weil sie kein klares Alleinstellungsmerkmal (USP = Unique Selling Proposition) erarbeitet haben. Das Ergebnis solcher Gedanken ist das Apotheken-Profil bzw. die Positionierung. Anhand von einigen Basisfragen (s. Tabelle) und deren Antworten kann die strategische Positionierung erarbeitet werden. Marketing-Expertin Viкто-RIA HAUSEGGER: "Mit dieser Positionierung ist man dann in der Lage, einen Expertenstatus aufzubauen und/oder eine Nr.-1.-Strategie an-

zuvisieren." Das ist für den Erfolg durchaus wichtig. Denn Sieger hören auf Sieger. Sieger kaufen bei Siegern. Sieger arbeiten am liebsten mit Siegern zusammen. "Eine Nr.-1.-Strategie ist deshalb gut für das Unternehmen. Wer Spitzenleistungen erbringt, wird ganz sicher weiterempfohlen", erklärt Hausegger.

Der USP ist letztlich die Kurzform der Positionierung - alle Versprechen auf einen Nenner gebracht! Es geht dabei um eine fokussierende Vorgehensweise: sich auf einen Kernnutzen konzentrieren und diesen groß herausbringen. Das funktioniert bei jeder Dienstleistung. Fokussieren heißt reduzieren, auf das Wesentliche vereinfachen. Findet das Apotheken-Team gemeinsam eine gute Formulierung, ist das auch das beste Argument, wenn es darum geht, neue gute, loyale Mitarbeiter zu gewinnen und zu halten!

Zur Person

Viktoria Hausegger ist Geschäftsführerin der Agentur mehr.wert. für ärzte und apotheker www.mehrwertmarketing.at



Auf der Suche nach der Positionierung

Basisfragen zur Entwicklung einer aussagekräftigen Positionierung:

- Warum sollen sich Kunden ausgerechnet (immer wieder) für unsere Apotheke entscheiden?
- ▶ Welche Kunden sollen uns vertrauen? (Wen möchten wir mit dem Angebot ansprechen? Wer sind die Wunschkunden?)
- Was macht unsere Apotheke "unwiderstehlich"?

Gehen Sie im Kopf Ihrer Zielgruppe "spazieren":

- ▶ Was sind die die brennendsten Probleme der Kunden- und Zielgruppe(n)?
- Welche Wünsche, Bedürfnisse und Sorgen sind bereits bekannt denken Sie dabei auch an: Vertrauen, Risiken, Preise, bisherige Problemlösung und Erwartungen, Erreichbarkeit, Ängste, Hemmschwellen, Kompetenz, Informationen etc.
- Was bekommen Kunden nur in unserer Apotheke?
- ▶ In welchen Teileigenschaften unterscheiden sich die Leistungen/Produkte und der Service unserer Apotheke von denen der Mitbewerber?
- ▶ Wer sind die größten "Mitbewerber"? Was bieten sie?
- Welche weiteren Zukunftspotenziale gibt es?
- Was könnte Kunden davon abhalten, sich für unsere Apotheke zu entscheiden?
- ▶ Wann würden Kunden unser Angebot auf jeden Fall annehmen? Denken Sie bitte über Innovationen nach und suchen Sie zu jeder Hemmschwelle eine Lösung.
- ▶ Mit wem kooperieren Sie derzeit? Welcher Produkt- oder Dienstleister kann unser Angebot verbessern? Was können Sie einem Kooperationspartner anbieten? Wer bietet ergänzende Leistungen?
- Würden die ausgewählten Kundengruppen für zusätzlichen Nutzen auch aus eigener Tasche bezahlen?

Die strategische Positionierung muss ganz klar und erkennbar herausstellen:

- ▶ Welche Besonderheiten, Vorteile, Nutzen (rational und emotional) wollen wir bieten?
- Welches sind genau die Nutzen, die NUR WIR diesen Kundengruppen bieten?
- Welcher Nutzen unterscheidet unsere Apotheke von allen Mitbewerbern?



Steuertipps & -tricks

Rechtsformzusatz noch heuer ändern

WIEN – Das Unternehmensgesetzbuch (UGB) ist seit 1. Jänner 2007 in Kraft. Die Übergangsfrist für die Änderung des Rechtsformzusatzes läuft mit 31.12.2009 aus und ist nur noch heuer kostenlos möglich.

Im Rahmen des Unternehmensgesetzbuches (UGB) sind alle Unternehmen, die im Firmenbuch eingetragen sind, verpflichtet, im Firmenwortlaut einen Rechtsformzusatz zu verwenden. Die Verpflichtung zur Führung eines Rechtsformzusatzes gilt auch für bereits eingetragene Unternehmen, wobei bis Ende des Jahres die Ergänzung kostenlos durchgeführt werden kann.

Die Pflicht zur Änderung bzw. zum Eintrag des Rechtsformzusatzes betrifft insbesondere Einzelunternehmen sowie die OEG und die KEG. Im Firmenbuch eingetragene Einzelunternehmen haben den Rechtsformzusatz "eingetragener Unternehmerin" bzw. "e.U." zu führen. Eine freiwillige Änderung auf Firmenbuchgericht Zwangsstrafen ren. Im Zuge des UGB wurde die Unterscheidung in OEG und OHG sowie KEG und KG beseitigt und die



Mag. Andreas Sobotka

Rechtsformen vereinheitlicht. OEGs und KEGs haben daher bis spätestens 31.12.2009 den Rechtsformzusatz OG oder KG zu verwenden.

Seit dem Inkrafttreten des UGB können nur mehr Offene Gesellschaften (OG) oder Kommanditgesellschaften (KG) gegründet werden. Bei bestehenden OHGs und KGs besteht kein Handlungsbedarf. OHGs können auch weiterhin

Unternehmer" bzw. "eingetragene den Rechtsformzusatz "OHG" füh-"OG" ist allerdings ebenfalls nur bis 31.12.2009 kostenlos möglich. Keinen Handlungsbedarf haben auch KGs, da sich die Bezeichnung "KG" bzw. "Kommanditgesellschaft" nicht geändert hat.

Gebührenbefreiung

Der Antrag beim Firmenbuch zurÄnderung des Rechtsformzusatzes muss bis spätestens 31.12.2009 gestellt werden, um die Gebührenbefreiung nutzen zu können. Der Antrag muss auch nicht beglaubigt werden, es genügt die Unterschrift von Gesellschaftern in vertretungsbefugter Anzahl.

Kommt der Unternehmer seiner Verpflichtung zur Änderung des Firmenwortlautes nicht nach, können ab 1. Jänner 2010 keine weiteren Eintragungen ins Firmenbuch vorgenommen werden. Die Sperre bleibt so lange aufrecht, bis die Anmeldung der Änderung erfolgt.

Darüber hinaus können vom in Höhe von bis zu 3600 Euro verhängt werden, wenn die Anmeldung der Änderung nicht rechtzeitig erfolgt.

Die verpflichtende Änderung bezieht sich nicht nur auf das Firmenbuch, sondern auch auf den Auftritt des Unternehmers im Geschäftsverkehr (Anpassung der Geschäftspapiere, Websites etc.).

Mag. Andreas Sobotka, Steuer- & Unternehmensberater mit Schwerpunkt Apothekenberatung der LBG Wirtschaftstreuhand Österreich; www.lbg.at

Wenn Sie eine Frage oder eine Anregung zum Thema Steuer haben, helfen wir Ihnen gerne weiter: Pharmaceutical Tribune Tel.: 01/54 600-320 redaktion@pharmaceutical-tribune.at www pharmaceutical-tribune.at

Fachkurzinformation auf Seite 16

Rezeptgebühr

Neue **Befreiung**

WIEN – Personen, die zwölfmal im Jahr weniger als 900 **Euro pro Monat als Einkom**men haben, sind von der Rezeptgebühr befreit, das gilt nun auch für Arbeitslose und Notstandsbezieher.

Der Verwaltungsgerichtshof hatte schon 2005 ein entsprechendes Urteil gesprochen. Nur die Sozialversicherung nahm bisher Arbeitslose und Notstandshilfebezieher einem Einkommen von unter 900 Euro davon aus. Die Niederös-Arbeiterkammer terreich blieb hartnäckig, und nun erkennt die Sozialversicherung die Rezeptgebührenbefreiung für diese Gruppe an. Darüber freut sich deren Präsident HERMANN HANEDER. www.noe.arbeiterkammer.at

PT_02_2009_s13.indd 13 19.10.2009 12:46:46