

# „... neue Chancen nützen!“

Viktoria Hausegger, Spezialistin für Apothekenmarketing und -management,  
im Interview: Was macht eine Apotheke in Zukunft erfolgreich?  
Was sind die Chancen, was die Gefahren der Veränderungen des Marktes?

*Frau Hausegger, das Umfeld, in dem sich Apotheken unternehmerisch behaupten müssen, hat sich in den letzten Jahren ebenso radikal wie schnell verändert. Was sind die größten Herausforderungen?*

Nicht nur die rasanten Entwicklungen im Gesundheitsmarkt, sondern auch das Internet und die sozialen Medien haben das Kaufverhalten für immer verändert. Viele sogenannte neue Kundenkontaktpunkte sind entstanden, die Eindrücke hinterlassen: Online im Internet und sozialen Medien, offline in der Apotheke selbst. Diese Kundenkontaktpunkte müssen durchdacht verknüpft werden. Eine klare – für den Kunden Nutzen bringende – Positionierung, mit der die Stellung am Gesundheitsmarkt behalten oder im Umfeld der neuen Mitbewerber gefunden wird, ist daher heute mehr zentraler Erfolgsfaktor denn je.

*Was tut man also am besten?*

Heute ist es wichtig, die gesamte verfügbare Energie des Unternehmens Apotheke auf – gegebenenfalls neue – mögliche Chancen und Wege zu konzentrieren. Das passiert noch viel zu wenig, während sich der Wettbewerb längst professionell rüstet. Es gilt, vier wichtige Größen für den Erfolgskurs zu entwickeln: eine klare, aussagekräftige Positionierung, das Kundenkontaktpunkt-Management, das Mitarbeiterkontaktpunkt-Management und das Ressourcen-Management.

*Findet man in jeder Apotheke Ansatzpunkte für eine solche Positionierung?*

Nach meiner praktischen Erfahrung, ja. Diese zu finden oder zu erarbeiten ist manchmal mehr, manchmal weniger, manchmal viel Arbeit – die sich aber in jedem Fall lohnt, da sie als tragende Basis das Marketing radikal vereinfacht!

*Sollten Apotheken nicht in erster Linie einfach für Fachkompetenz stehen?*

Fachkompetenz ist extrem wichtig, aber sie wird heute von Kunden vorausgesetzt. Für den nachhaltigen Erfolg ist sie daher zu wenig.

*Der Standort gilt bei vielen Apotheken als Erfolgsgarant Nummer eins. Bleibt das so?*

Da Apotheken – vor allem auch am Land – Nahversorger sind, wird der Standort immer wichtig bleiben. Dennoch wird er aufgrund der wachsenden Möglichkeiten im Internet und der steigenden Mobilität der Menschen an Bedeutung verlieren.

*Gibt's Geheimrezepte für schnelle Umsatz-Erfolge?*

08/15-Rezepte gibt es keine! Erfolgreiche Apotheken setzen ihre Energien ein, um Entwicklungen zu nützen, Chancen zu erkennen und ein neues Selbstverständnis der Apotheke zu entwickeln. Ein gut geschultes Team, das mitgestalten und mitentwickeln darf, ist hier selbstverständlich. Eine durchdachte Positionierung als Basis für Strategie und Maßnahmen, das richtige Kundenkontaktpunkt-Management sowie Geschick und professioneller Umgang mit dem Kunden sind gefragt.

*Welche Rolle spielen Mikronährstoffe in der erfolgreichen Apotheke der Zukunft?*

Hochwertige Mikronährstoffe sind heute mit Sicherheit wichtig – in den Bereichen Gesundheit, Beauty und Anti-Aging, Stichwort: Cross-Selling. Man muss aber mehr tun als diese ins Regal zu schichten. Wichtig ist zum Beispiel, die Kunden darüber zu informieren, dass Mikronährstoffe auf die individuellen Bedürfnisse – hinsichtlich Dosierung oder auch Zusammensetzung mit anderen Mikronährstoffen – abgestimmt werden müssen. Hier spielt eine hohe Kundenberatungskompetenz, die der Discounter zumindest jetzt noch nicht bieten kann, eine entscheidende Rolle!

## Viktoria Hausegger

ist Inhaberin der Wiener Agentur mehr.wert.  
für ärzte und apotheker – marketing, das gezielt bewegt.  
0664/460 16 35, office@mehrwertmarketing.at  
www.mehrwertmarketing.at

