

# „Es ist wichtig, langfristig zu denken – man muss dranbleiben“

**APOTHEKENMARKETING** ■ Marketingexpertin Viktoria Hausegger über gut geplante Events, Kundenzeitungen, Aktionsflyer für Apotheken zu einem Muss geworden ist. Beispiele für gelungenes Apothekenmarketing gibt es viele, meint sie.

MAG. HARALD FERCHER

**Frau Hausegger, wir haben bereits über Kundenbefragungen gesprochen. Können Sie uns noch weitere Marketingwerkzeuge nennen, die eingesetzt werden können?**

Wie bereits erwähnt, hängt die Auswahl der Werkzeuge immer von der Strategie und den Zielen des Kunden ab. Die Werkzeuge reichen von Kundenevents, Aktionen, das Gründen spezieller „Kundenclubs und -gruppen“ bis zu Online-Aktivitäten, Social-Media-Konzepten und Printumsetzungen wie einer eigenen Kundenzeitung oder dem regelmäßigen Einsatz von Aktionsflyern. Es gibt viele Möglichkeiten. Wichtig ist, dass diese durchdacht, aufeinander abgestimmt und professionell umgesetzt werden. Auch Tragetaschen sollten die eigene, einprägsame Werbebotschaft als Aufdruck haben. Vieles davon wird ohnehin umgesetzt, aber es ginge eben oftmals sehr viel durchdachter und damit wirkungsvoller!

Events eignen sich ebenfalls. Auch diese sollten durchdacht und gut geplant werden, damit sie die Zukunftsperspektive der Apo-



Marketing via Social Media wird für Apotheken immer wichtiger.

theke unterstützen und ihre Wirkung entfalten können.

Ein Beispiel wäre, bei einem Event wichtige Themenwelten der Apotheke zu präsentieren, in denen sich die Kunden wiederfinden kön-



**Hausegger:**  
„Am Smartphone werden manche Apothekenwebsites gar nicht mehr angezeigt, weil sie technisch veraltet sind.“

nen und wo man dann gleich mit Beratung und den entsprechenden Angeboten aufwarten kann. Themenwelten, die die Positionierung der Apotheke wirkungsvoll in den Köpfen der Kunden verankern. Zur Kundenbindung eignen sich auch gut gestaltete Jubiläumsthe. Man kann aus vielem wirkungsvolle Maßnahmen entwickeln.

Wichtig ist in erster Linie, dass man langfristig denkt und auf Kontinuität setzt – man muss dranbleiben. Und ja, das bedeutet Arbeit – zielgerichtet an der erfolgreichen Zukunft des Unterneh-

mens Apotheke zu arbeiten. Wenn aber allen Beteiligten bewusst ist, dass dieses Engagement dazu beiträgt, die Unternehmensvision erfolgreich umzusetzen, trägt der Einsatz Früchte und – so erlebe ich es – haben Apothekeninhaber und Mitarbeiter viel Freude daran.

**Wie wichtig ist aus Ihrer Sicht die Internetpräsenz einer Apotheke?**

Sehr wichtig – allerdings sind sich viele dessen nicht bewusst. Zahlreiche Websites sind technisch und inhaltlich veraltet, bieten lustlose 08/15-Informationen, haben kein Konzept und transportieren die Positionierung der Apotheke nicht. Manchmal wohl auch deshalb, weil diese noch gar nicht vorhanden ist.

Dabei ist das Internet heute für die allermeisten Menschen ein mehrmals täglich genutztes Hilfsmittel. Wenn ich etwas wissen will, nutze ich das Internet meist über das Smartphone. Da werden manche Apothekenwebsites gar nicht mehr angezeigt, weil sie technisch veraltet sind. Dazu kommt, dass im digitalen Bereich in den letzten zehn Jahren ein regelrechtes Paralleluniversum entstanden ist. Das „ethority Social Media Prisma“ –

und warum das Internet auch

eine Landschaft der Social Media mit allen relevanten Kanälen – zeigt dies sehr deutlich.\* Wir alle bewegen uns täglich mehrmals in dieser digitalen Parallelwelt – wer dort nicht vorkommt, ist für die meisten Menschen einfach nicht existent.

Die Bedeutung von durchdachten Social-Media-Konzepten wird stark steigen. Dazu braucht es Know-how und Zusammenarbeit in den Bereichen Marketing, Technik, Grafik, Text und so weiter. Ich rate deshalb dringend, professionelle Hilfe in Anspruch zu nehmen. Der strategische Part ist aber jedenfalls unverzichtbar.

**Können Sie uns zum Schluss noch ein paar Beispiele von Apotheken nennen, deren Marktauftritt Sie für gelungen halten?**

Es gibt viele tolle Apotheken. Spontan fällt mir da die Marien Apotheke im sechsten Wiener Bezirk ein – ich bin ein echter Fan –, die sich unter anderem auf die Bedürfnisse gehörloser Kunden und HIV-positiver Menschen spezialisiert hat. In der Apotheke selbst ist man der Gebärdensprache mächtig und soweit ich weiß, sind dort auch ge-

hörlose Mitarbeiter tätig. Auch das Konzept der Essenz Apotheken der Familie Job, eine davon in Wien Mariahilf, gefällt mir.

In den Bundesländern fällt mir sofort die Apotheke Kalsdorf in der Steiermark ein. Eine Apotheke für die ganze Familie, die ganz klar ihre Schwerpunkte nach außen kommuniziert und sich unter anderem auch auf Tiergesundheit spezialisiert hat. Es gibt dort auch zu diesem Thema mehrere ausgebildete Mitarbeiterinnen. Dort ist immer „etwas Spezielles los“ und die Kunden kommen deshalb gerne in die Apotheke. Es fällt mir auch die Fux Apotheke in St. Marein in der Steiermark ein. Eine Landapotheke, die es sich zum Ziel gesetzt hat, die ganze Familie „für Gesundheit zu begeistern“, und sich dazu noch auf die Themen Fasten, Wechseljahrsberatung und Kosmetik spezialisiert hat. Ebenfalls zu erwähnen ist die Cottage Apotheke mit ihrem Lachzentrum in Wien. Und es gibt natürlich noch einige andere herausragende Apotheken.

**Vielen Dank für das Gespräch. ■**

\* ethority.de/social-media-prisma/