

S wie Sofortmaßnahmen für eine bessere Präsentation Ihrer Apotheke nach innen und aussen – der kleine Apothekenumbau

Betrachten Sie Ihre Apotheke einmal wie ein Lebewesen: Eingeschliffene Muster und Gewohnheiten prägen den Charakter und das Aussehen. Es lohnt sich jedoch, Abläufe und Gestaltungen zu hinterfragen. Wir geben Ihnen 6 Tipps, wie Sie schnell und kostengünstig Ihr Apothekendesign optimieren.

Wer gerade erst eine Apotheke übernommen hat oder bereits seit Jahren die eigene führt, sollte einmal die Perspektive wechseln. Betrachten Sie die Warenpräsentation und Apothekengestaltung aus Sicht Ihrer Kunden. Betreten Sie Ihre Apotheke bewusst durch den Haupteingang, statt durch den Lieferanteneingang. Ergründen Sie, wie Ihre Kundschaft die Apotheke wahrnimmt.

Tipp 1: Überprüfen Sie die Schaufenstergestaltung & Außenfassade Ihrer Apotheke

Wie bei einem Menschen, den wir neu kennenlernen, entscheidet auch bei einer Apotheke der erste Eindruck darüber, ob Passanten und potenzielle Kunden tatsächlich in Ihre Apotheke eintreten. Dieser Fakt ist natürlich weniger bedeutsam, je kleiner die Konkurrenz in der Nähe ist. Dennoch gehen wir lieber in schön eingerichtete und einladend wirkende Ladengeschäfte, fühlen uns in ihnen wohler und kaufen hier mehr ein. Nehmen Sie sich also die Zeit und betrachten Sie zunächst die Außenansicht. Was sieht der Kunde? Wie präsentiert sich Ihr Unternehmen?

Meine langjährige Erfahrung zeigt:

- Das menschliche Auge sucht Ruhe.
- Wir fühlen uns wohler, wenn wir sehen, was uns erwartet.
- Nicht funktionierende oder auch nur teilweise defekte oder beschädigte Elemente der Außenwerbung beeinträchtigen einen positiven Eindruck und wirken, als würde sich der gegenüber keine Mühe geben.

Aus diesen Erkenntnissen lässt sich Folgendes für Ihre Schaufenstergestaltung ableiten:

- Verbauen Sie nicht den Blick in die Apotheke. Hängen Sie das Schaufenster daher nicht mit Plakaten oder Infomaterial zu. **Reduzieren Sie Aufsteller, Plakate und Co. auf ein Minimum** und **ermöglichen Sie einen freien Blick in die Apotheke**. Als Nutzer gehen wir oft in Räume, in denen schon jemand ist. Selten setzt man sich beispielsweise in ein leeres Lokal, wenn direkt nebenan der Laden voll ist.
- **Leuchten Sie Ihre Apotheke ausreichend aus**, damit Ihre Kunden von außen einen ersten Eindruck bekommen und Bewegung wahrnehmen können. Hier gilt dasselbe Prinzip wie für

andere Geschäfte: Wir gehen ungern in dunkel wirkende oder leere Läden. Andere Kunden oder Bewegung scheinen vielmehr ein Indiz für die Güte des Unternehmens zu sein.

- Verzichten Sie auf eine unruhige Gestaltung, indem Sie eher auf eine **thematische Dekoration** als auf eine Produktpräsentation verschiedener Hersteller setzen. Hierfür eignen sich **saisonale Themen** wie die Jahreszeiten, Schulanfang, Feiertage, Kindermalwettbewerbe oder für die Jahreszeit typische Krankheitsbilder. So erschaffen Sie einen einheitlichen Kontext, dem sich die Produkte unterordnen.
- **Überprüfen Sie die Funktionsfähigkeit Ihrer Außenbeleuchtung** und Reklame. Ersetzen Sie kaputte Elemente.

Tipp 2: Räumen Sie in Ihrer Apotheke auf & sortieren Sie

Nachdem Sie Ihre Apotheke von außen auf ihren ersten Eindruck hin eingeschätzt haben, ist der Verkaufsraum dran. Auch hier gilt es, **Ruhe und eine angenehme Atmosphäre herzustellen** sowie Ihre Apotheke als Marke zu präsentieren.

Sortieren Sie unnötige Industrieaufsteller aus

Industrieaufsteller provozieren in der Masse ein unruhiges Bild durch die vielen verschiedenen Designs der Hersteller. Erinnern Sie sich noch an die kleinen, vollgestellten Schlecker-Filialen? Vergleichen Sie diese Erinnerung mit dem Einkaufserlebnis beispielsweise in einem heutigen dm. Die Gänge sind hier breit und hell. Beim Durchlaufen muss niemand befürchten, versehentlich Ware von einem Aussteller oder aus einem Regal zu reißen. Bei Schlecker hatte ich dagegen immer den Eindruck, es sei gerade Ware gekommen, die ja irgendwo hin muß. **Sortieren Sie daher unnötige Industrieaufsteller aus.** Dies führt zu einem angenehmeren Gesamteindruck und erleichtert außerdem die Laufwege in Ihrer Offizin.

Füllen Sie Ihre Regale auf

Oft wird Ware in den Regalen mit viel Platz zwischen den einzelnen Packungen ausgestellt. Dies ruft bei den Kunden jedoch oft ein ungutes Gefühl hervor. Denn zu wenige Produkte in den Regalen wirken schnell wie Restware, die abverkauft werden soll. Da Sie die Zahl der Industrieaufsteller reduzieren, können Sie Ihre Regale mit diesen Produkten gut auffüllen.

Wichtig ist hierbei der Gedanke des sogenannten Warendrucks. Dahinter steht die Überlegung: Viel verkauft viel. Machen Sie die Regale voll, oder, wenn das aus betriebswirtschaftlichen Gründen nicht sinnvoll erscheint, dann reduzieren Sie die Anzahl der Warenträger und gestalten Sie die dadurch frei werdenden Flächen beispielsweise mit einem Bildschirm und einem individualisierten Programm.

Legen Sie eine Struktur fest

Außerdem sollten **alle Dinge ihren Platz haben. Sortieren Sie unnötige Elemente aus.**

Gestalten Sie Ihre Warenpräsentation bewusst und punktuell, indem Sie konkrete Angebote platzieren. Bei Angeboten ist es sinnvoll, wenige Produkte in einem kurzen Zeitraum anzubieten. 10 bis maximal 15 Produkte für eine Woche bis maximal 10 Tage. Nehmen Sie Ihrem Kunden die Auswahl ab.

Beachten Sie die Greifhöhe für die Ware

Achten Sie darauf, dass der **oberste Regalboden bei einer maximalen Höhe von 1,80 m** befestigt ist. Denn der Kunde möchte nicht auf Zehenspitzen balancierend nach Produktpackungen angeln. Ein unbewusster Prozess wird in Gang gesetzt: Ware, die höher platziert ist, wird eher ignoriert. Um ein einheitliches und ruhiges Bild in Ihrer Apotheke zu schaffen, sollten Sie zudem die Höhe der Regalböden vereinheitlichen.

Tipp 3: Sortieren Sie Infomaterial aus

In vielen Apotheken liegen massenhaft Zeitungen, Broschüren oder Flyer aus. Ganz klar, Sie wollen Ihre Kunden informieren und einen Kaufanreiz schaffen. Das sollen Sie auch. Doch zu viel Material, insbesondere wenn dieses an mehreren Plätzen in der Apotheke verteilt ist, macht einen unaufgeräumten Eindruck. Ganz wie ungeputzte Schuhe zu einem neuen Anzug.

Räumen Sie daher Ihre Aussteller auf und schaffen Sie spezielle Plätze für die Broschüren und Co. Ist dieser Platz voll, muss aussortiert anstatt ein neuer gefunden werden. Oft begegnen mir Ablageorte, die wie Fremdkörper wirken: Beispielsweise Tischchen inmitten des Verkaufsraums, die mit Tischdecken abgedeckt als Ablageort für Infomaterial erhalten. In einigen Apotheken werden zudem Orte umfunktioniert: Da verbauen Berge an Flyer oder Industrieaufstellern die Handverkäufe, sodass die Apothekenangestellten gar keinen Platz für die Übergabe der Ware finden. Auch ist die Taschenablage kein geeigneter Ort für Flyer, sondern für die Taschen Ihrer Kunden. Mit einer solchen „Ordnung“ schmälern Sie nicht nur das Einkaufserlebnis, sondern behindern auch Ihre Arbeitsabläufe.

Setzen Sie auf zielgerichtete Präsentation, statt auf Improvisation. Platzieren Sie auf den Handverkäufen maximal einen Zehnteller und einen Aufsteller und lassen Sie Raum für die Übergabe der Käufe.

Tipp 4: Machen Sie Ihre Apotheke zur Marke

Stellen Sie Ihre **Apotheke als Marke in den Mittelpunkt** Ihrer werblichen und gestalterischen Tätigkeit und nicht die verschiedenen Produkte und Medikamente. Kommunizieren Sie hierfür Ihre **Alleinstellungsmerkmale**. Das setzt natürlich zunächst einmal voraus, dass Sie die Frage nach dem „Warum?“ beantworten können: Warum sollte der Kunde zu Ihnen kommen?

Können Sie die Frage gut und schnell beantworten? Vor allen Dingen kann es auch ihr Personal? Denn, wenn Sie es nicht können, wie soll dann der Kunde wissen, was er bei Ihnen findet, bei Ihren Mitbewerbern jedoch nicht. Der Hintergrund für die Darstellung Ihrer Apotheke als Marke ist zum einen ein positiveres Unternehmensimage zum anderen ein ruhigeres Design. Wenn Sie werben, dann tun Sie dies mit Ihren Farben. Entwickeln Sie eine Warenpräsentation und Verkaufsraumgestaltung, die zu Ihrem Corporate Design passt. Das setzt natürlich voraus, dass Sie eines haben. Zumal jeder Hersteller mit seinen eigenen Farben, Logos, Schriften und Stilen wirbt und so in der Masse der unterschiedlichen Auftritte ein unruhiger Gesamteindruck entsteht.

In diesem Zusammenhang noch ein Hinweis: Gute Beratung und Freundlichkeit ist kein Alleinstellungsmerkmal. Das wird in einer Apotheke erwartet. Damit zu werben lockt keinen Kunden zu Ihnen.

Tipp 5: Beleuchtung

Bei 85 Prozent der Apotheken ist die Beleuchtung zu dunkel. Stellt sich auch vor Ihrer Apotheke die Frage, ob Sie geschlossen oder geöffnet haben? Dann sollten Sie in Ihre Beleuchtung investieren. Schließlich ziehen Lärm, Licht und Leute Aufmerksamkeit auf sich. Eine gute Beleuchtung lässt Bewegung in Ihrer Apotheke erkennen, ermöglicht einen ersten Eindruck der Offizin bereits vor dem Ladengeschäft und sorgt für eine willkommen heißende Atmosphäre. Es lohnt sich, Leuchtmittel auszutauschen oder gar eine moderne LED-Beleuchtung einzubauen. Je nach Größe der Apothekenfläche sollten Sie hier Kosten zwischen 10.000 und 20.000 Euro einplanen.

Tipp 6: Überprüfung

Wenn Sie alle unsere Tipps oder auch nur einen Teil berücksichtigt haben, so profitieren Sie definitiv bereits von einem besseren optischen Eindruck Ihrer Apotheke. Jedoch ist dies keine einmalige Aufgabe. Im Alltag schleichen sich immer wieder Verwässerungen ein. Wenn Sie nicht aktiv etwas gegen diese Marotten unternehmen, so werden Sie bald wieder den ursprünglichen Zustand vorfinden. Mein Vorschlag ist, wieder und wieder und wieder vor und durch Ihre Apotheke zu gehen und nachzujustieren. Sie werden stets etwas finden. Es lohnt sich also.

Wünschen Sie sich Unterstützung bei Ihrer Umgestaltung? Gerne begleite ich Sie bei diesem Prozess und zeige Ihnen Möglichkeiten für einen Apothekenumbau sowie ein verkaufsförderndes Design. Vereinbaren Sie jetzt einen Beratungstermin.

mediraum design GmbH

Hagen Brockhaus
Wolfener Straße 21
04155 Leipzig

Mobil: 0160 96321218

Telefon: 0341 2419470

Fax: 0341 2419471

E-Mail: info@mediraum.de

Öffnungszeiten

Mo bis Do: 08:00 – 18:00

Fr: 08:00 – 17:00

Sa bis So: geschlossen