

Nicht nur zur Weihnachtszeit

In der Adventszeit trifft glitzernde Konsumwelt auf ruhige Besinnlichkeit. Marketing versus **Moral**? In jedem Fall Anlass, auch darüber einmal im Apothekenmarketing nachzudenken.



© contrastwerkstatt / fotolia.com

Marketing und Apotheke schließen sich schon lange nicht mehr aus. Ohne Marketing, ohne Werbemaßnahmen kann keine Apotheke überleben. In der Rolle der Verkaufenden in der Apotheke kann einen da schon mal das Gewissen plagen – nicht nur gerade zur Weihnachtszeit. Schließlich ist das Berufsbild einer PTA nicht ausschließlich von „Verkaufen“ geprägt, sondern eben auch ein Heilberuf. Das geht mit hohen Ansprüchen an sich selbst und Idealen einher, die das Gefühl hervorrufen, dass Marketing-

und Verkaufsaktivitäten damit ethisch nicht vereinbar sind. Gerade in Deutschland sind Marketing und Werbung häufig negativ besetzt. Da wird „Verkaufen“ gleichgesetzt mit „Aufschwätzen“, mit dem Bestreben, Kunden etwas anzudrehen, was die gar nicht wollen, nur den eigenen Vorteil im Blick. Mit diesem Negativbild möchte man als Apothekenteam und -mitarbeiterin natürlich nicht in Verbindung gebracht werden.

Marketing muss sein ... Aber eine Apotheke ist nun mal – bei aller Orientierung an den Idealen von Heilberufen – auch ein

Unternehmen, das Umsatz und Gewinn machen muss, um wirtschaftlich überleben zu können. Die Gesetze des Marktes und die Funktionen von Marketing und Werbung gelten auch für die Apotheke. Und eine Apotheke, die diese Instrumente nicht erfolgreich ein- und umsetzt und Gewinn erwirtschaftet, kann langfristig keine Arbeitskräfte bezahlen, keine Arbeitsplätze bieten.

Es gibt also sehr handfeste Gründe, sich im Apothekenalltag den Prinzipien von Marketing, Werbung und Verkauf nicht zu verschließen. Aber was tun, wenn Sie dabei trotzdem ein ungutes Gefühl haben?

... **Moral auch!** Orientierung bieten Gesetze. Nicht nur, weil sie festlegen, was strafbar ist und was nicht. Sondern auch, weil Gesetze stets Ausdruck von gesellschaftlichen Normen und Regeln sind und damit Handlungsrahmen vorgeben. Für die Fragestellung „Moral und Marketing in der Apotheke“ bieten sich zwei Gesetze an: Das „Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG)“ www.gesetze-im-internet.de/uwg_2004/ und das Heilmittelwerbegesetz (HWG) www.gesetze-im-internet.de/heilmwerb/index.html. Folgende Aspekte sind

dabei für den Apothekenalltag besonders interessant:

- ▶ Die Entscheidungsfreiheit des Kunden darf nicht durch unangemessenen, unsachlichen Einfluss beeinträchtigt werden.
- ▶ Gebrechen, Alter, Leichtgläubigkeit und Angstgefühle der Kunden dürfen nicht ausgenutzt werden.
- ▶ Keine Arzneimittelwerbung an Kinder unter 14 Jahren
- ▶ Handlungen müssen der fachlichen Sorgfalt entsprechen (Sie als Fachkraft sind gefragt!)
- ▶ Irreführung des Verbrauchers ist unzulässig
- ▶ Nennen Sie keine Wirkungen oder Inhaltsstoffe eines Präparates, die es tatsächlich gar nicht hat
- ▶ Erwecken Sie nicht fälschlich den Eindruck, dass ein Erfolg mit Sicherheit erwartet werden kann.
- ▶ Täuschung über die Ware (Inhalte, Funktionen etc.) ist unzulässig. Dies gilt auch bei Unterlassung, wenn zum Beispiel Informationen vorenthalten werden.

Gerade der letzte Punkt zeigt, dass Marketing und Verkauf in der Apotheke immer auch mit Beratung zu tun haben. Es ist Ihr Einsatz, dies dem Kunden positiv zu vermitteln. Sie nehmen sich Zeit und geben Informationen rund um seine Gesundheit und dafür passende Produkte. Wenn beim Kunden dann das Gefühl entsteht „Hier nimmt man sich Zeit für mich, bringt mir Aufmerksamkeit entgegen, bemüht man sich, meine Probleme zu lösen“ – dann haben Sie in Moral und in Marketing alles richtig gemacht. ■

Verena Gertz,
Marketingfachfrau
und Journalistin