



Alle Wege führen in die Apotheke

Die schweizweite Kampagne «Wir machens möglich – deine Apotheke» des Schweizerischen Apothekerverbands pharmaSuisse zeigt erste positive Auswirkungen. Dies unterstreicht auch ein Besuch bei der TopPharm Apotheke Schröter in Kirchberg, wo uns Apothekerin Mirjam Wacker Red und Antwort stand.

TEXT: DENIS JEITZNER

Wie kommt eigentlich die nationale Kampagne für die Konsultation in der Apotheke an und gibt es bereits erste Resultate? «Die Rückmeldungen sind allerorts positiv», zeigt sich pharmaSuisse-Kampagnenleiterin Martina Tschan zufrieden. «Die Videos mit Comedian Cedi Schild sorgen auf Social Media für Aufsehen und haben bisher für sehr gute Resonanzen gesorgt. Wir sind überzeugt, mit der Kampagne auf dem richtigen Weg zu sein.»

Wie aber sieht es draussen am Verkaufspunkt in den Apotheken aus? Was denken die Apotheker/innen und die Pharma-Assistent/innen? Wir hakten nach und statteten der TopPharm Apotheke Schröter in Kirchberg einen Besuch ab. «Wir sind eine typische Landapotheke und haben uns unter anderem auf Hautberatungen spezialisiert», begrüsst uns Apothekerin Mirjam Wacker. Und fährt fort: «Die

Kampagne wurde von den Angestellten sehr gut aufgenommen. Über die Anzeige «Husten, wir haben ein Problem» beispielsweise haben wir uns gekrümmt vor Lachen. Und die Videos mit Cedi Schild sind kurz, prägnant, lustig und nehmen ein wichtiges Thema auf», fasst Mirjam Wacker die Stimmung zusammen. «Die Kampagne ist humorvoll und hat viel Gehalt. Und sie spricht auch die Jungen an.»

«Über die Anzeige «Husten, wir haben ein Problem» haben wir uns gekrümmt vor Lachen.»



Comedian Cedi Schild

Mirjam Wacker und ihr Team finden auch die verschiedenen Inserate-Sujets mit den provokativen Titeln sehr auffällig und passend: «Wir haben die Anzeigen auf unseren Social-Media-Kanälen geteilt und auch dafür viel Zuspruch erhalten», analysiert die Apothekerin und ergänzt: «Auch unsere Mitarbeitenden finden die Kampagne cool und unterhaltend. Zudem finde ich stark, dass wir aufzeigen können, dass wir uns in den verschiedensten Themen gut auskennen – von Allergien über Gewichtsproblem bis zu Entzündungen oder Herzchecks.»

Für Mirjam Wacker und ihr Team ist zentral, dass die Menschen wissen, dass sie mit praktisch allen akuten Beschwerden in der Apotheke gut aufgehoben sind. «Wichtig ist, dass man die Bestrebungen jetzt fortsetzt und die Kampagne mit weiteren Themen bespielt», zeigt sich die junge Apothekerin überzeugt. Die Botschaft ist jedenfalls

WIR MACHENS MÖGLICH

DEINE APOTHEKE 

im Umfeld der Apotheke Schröter angekommen. «Wir verzeichnen einen leichten Anstieg von Konsultationen – insbesondere bei den persönlichen Beratungsgesprächen. Zum Beispiel bei Blasenentzündungen, Zeckenimpfungen oder Blutzucker- und Cholesterinmessungen.»

Wacker und ihr Team sind auf jeden Fall motiviert, weitere Aufklärungsarbeit zu leisten. «Wir kennen die meisten Kundinnen und Kunden persönlich und können ihnen bei Bedarf eine vertiefte Abklärung anbieten.» Dass diese etwas kostet (45 Franken für zirka 25 Minuten), ist für die meisten kein Problem. «Wir geniessen ihr Vertrauen. Und es ist ihnen bewusst, dass ein Arztbesuch oder gar eine Notfallkonsultation ein Mehrfaches kostet.»

Rein inhaltlich sind die Themen natürlich von Apotheke zu Apotheke verschieden. Für Mirjam Wacker und das TopPharm-Team sind beispielsweise Abklärungen bei Blasenproblemen oder auch Wechseljahrbeschwerden oder die Frauengesundheit im allgemeinen Themen, die regelmässig zur Sprache kommen. «Viele Kundinnen und Kunden wissen nicht, dass wir ihnen in Bezug auf diese gesundheitlichen Anliegen mit einer Beratung und allfälliger Behandlung zur Seite stehen können. Für uns ist deshalb von entscheidender Bedeutung, dass wir auch mal proaktiv auf die Kunden zugehen und sie darauf aufmerksam machen, dass wir sie in unseren vertraulichen Behandlungsräumen beraten und allenfalls behandeln können.» <

«Unseren Kunden ist bewusst, dass ein Arztbesuch oder gar eine Notfallkonsultation ein Mehrfaches kostet.»

Mitmachen und gewinnen: Welche Anzeige gefällt Ihnen am besten?

Insgesamt acht Sujets hat der Schweizerische Apothekerverband pharmaSuisse anlässlich seiner Kampagne «Konsultation in der Apotheke» umgesetzt. Welches gefällt Ihnen am besten? Auf unserer Website wir-machens-möglich.ch können Sie abstimmen – und eine von 20 exklusiven FLAWA-Reiseapotheken im Wert von 60 Franken oder eines der 20 hochwertigen EUCERIN-Gesichtssonnenschutz- und Handpflege-Sets im Wert von 35 Franken gewinnen. Als Trostpflaster werden weitere 20 tolle FLAWA-Pflasterböxlis verlost. Jetzt bis spätestens am 25. September 2024 (Internationaler Tag der Apotheke) teilnehmen:



«Kann man eigentlich Heu schnupfen?»
Johanna (24) aus Yverdon



«Mein Rücken ist eine einzige Gratwanderung.»
Gérard (67) aus La Sionne



«Meinen Pilz habe ich leider nicht im Wald aufgelesen.»
Claude (47) aus Ebrenat



«Husten, wir haben ein Problem.»
Charles (35) aus La Neuveville



«Meine Gürtelrose wächst halt nun mal nicht im Garten.»
Heidi (54) aus Hérémence



«Was, wenn meine Blasen-Entzündung flöten geht?»
Esthéra (27) aus Nyonnigenat



«Über Gewicht mache ich mir mal mehr mal weniger Sorgen.»
Stéphane (62) aus Vicoignan



«Ein bisschen Durchfall und alles geht in die Hosen.»
Leo (38) aus Nuglar

