WIR MACHENS MÖGLICH
DEINE APOTHEKE

Schweizerischer Apothekerverband
pharmaSuisse

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.

Wie kommt eigentlich die nationale Kampagne für die Konsultation in der Apotheke an und gibt es bereits erste Resultate? 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.

Die Kampagne wurde von den Angestellten sehr gut aufgenommen. «Über die Anzeige ‹Husten, wir haben ein Problem› haben wir uns gekrümmt vor Lachen. Und die Videos mit Cedi Schild sind kurz, prägnant, 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.»

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

Die Botschaft ist 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 machen. «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 die Allgemeinheit ein Mehrfaches kostet.»

Cedric Schild testete Apotheken in der Schweiz auf Herz und Nieren. Das Resultat und den Wissenstest gibt's hier: