



Präsente, gezielt ausgesucht und überreicht, **binden** Kunden an Ihr Apothekenteam und müssen gar nicht viel kosten.

Kleine Geschenke – große Wirkung

Eine Apotheke hat andere Rahmenbedingungen als beispielsweise die Parfümerie: Heilmittelwerbegesetz, Wettbewerbsrecht und Berufsordnungen der Kammern setzen den rechtlichen Rahmen für Kundengeschenke und Zugaben. Die wichtigsten Eckpunkte:

- ▶ Arzneimittel dürfen nicht verschenkt werden!
- ▶ Geschenke dürfen nicht zur Arzneimittelwerbung eingesetzt werden (Kaufen Sie zehn Nasenspray und Sie bekommen diesen Teddy gratis)
- ▶ Geschenke dürfen aber zur Werbung für apothekenübliche Waren und zur Werbung für die Apotheke eingesetzt werden
- ▶ Die Geschenke sollten „angemessen“ (Vorsicht bei Apotheken-unüblichen Waren) und der Wert „geringfügig“ (Faustformel: 50 Cent) sein.

Details regeln die Apothekerkammern in ihren jeweiligen Berufsordnungen – fragen Sie

im Zweifelsfall bei der für Sie zuständigen Kammer nach, was erlaubt ist.

Geschenke kosten Geld Sie sollten daher gezielt und bewusst abgegeben werden. Nicht einfach irgendwas in die Tüte stecken und hoffen, der Kunde wird's schon merken. Machen Sie den Kunden auf das Geschenk aufmerksam und erklären Sie, warum Sie dieses für ihn ausgesucht haben. So ist er sich bewusst, dass er etwas geschenkt bekommt (kann sich freuen und „Danke“ sagen) und weiß außerdem, was er mit dem Geschenk anfangen kann.

Kundenorientiert schenken Ein Nasenspraykunde mit laufender Nase freut sich besonders über das Päckchen Taschentücher. Ein Kunde, der vor Heiserkeit und rauem Hals kaum sprechen kann, ist dankbar für ein geschenktes Halsbonbon. Bei strahlendem Sonnenschein passt die Sonnencremeproduktprobe. Das Signal „Da hat sich jemand Gedanken über meine Situation gemacht“ ist oft das

größere Geschenk als der eigentlich überreichte Artikel.

Produktproben Diese eignen sich besonders gut für ein Beratungsgespräch, das trotz allen Einsatzes nicht mit einem Verkauf endet. Kann sich ein Kunde noch nicht für eine Gesichtspflege entscheiden, geben Sie ihm eine entsprechende Probe mit. So kann er das Produkt zunächst unverbindlich testen und es später bei Ihnen kaufen.

Nicht jeder mag gleich eine ganze Tüte unbekannter Hustenbonbons kaufen – vielleicht schmecken sie ja nicht. Bieten Sie doch mal Bonbons aus einer offenen Dose an (Hygiene bei unverpackten Bonbons beachten!) Mit den einladenden Worten „Möchten Sie mal probieren? – sind ganz neu/zuckerfrei/gut für den Hals/diese ‚Woche unser Angebot“ – erfreuen Sie Ihre Kunden und steigern zudem den Abverkauf.

Broschüren Es gibt sie von vielen Herstellern zu ihren Produkten, Arzneimitteln sowie Krankheitsbildern – meist kos-

tenfrei. Auch wenn diese werblichen Charakter haben, liefern sie Patienten oft hilfreiche Informationen und Tipps. Geben Sie Broschüren Ihren Kunden als Zugabe gezielt, also passend zu den erworbenen Produkten.. Dann werden sie nicht als Werbung, sondern als Geschenk und Service wahrgenommen: „Hier habe ich noch eine Broschüre für Sie, in der ein paar nützliche Tipps zusammengestellt sind“.

„Wir haben nix zu verschenken.“ Wenn es in Ihrer Apotheke im Moment keinen finanziellen Spielraum für Kundengeschenke gibt – auch immaterielle Geschenke erhalten die Freundschaft und binden die Kundschaft: ein Lächeln, echte Aufmerksamkeit, Beratung und Hilfe, Zuwendung oder ein kleiner Scherz. ■

Verena Gertz,
Marketingfachfrau
und Journalistin