

# Action für Senioren

Viele ältere Kunden gehen gern in die Apotheke. Empfangen Sie sie doch mit einer Aktionswoche, die genau auf ihre Bedürfnisse **abgestimmt** ist! Wie wäre es zum Beispiel mit dem Thema Reisen? Tipps und Ideen für gelungene Aktionstage.

**S**enioren bilden einen großen Anteil Ihrer Kunden und kommen gerne persönlich in Ihre Apotheke. Für nicht wenige von ihnen gehört der regelmäßige Besuch ihrer Apotheke zur lieb gewonnenen Routine, auch um zwischenmenschliche Kontakte zu pflegen. Gerade in der Hochphase der Pandemie

hat sich dies deutlich gezeigt. Wenn nun Aktionen vor Ort wieder möglich sind, ist dies eine fantastische Gelegenheit Ihren Stammkunden im Seniorenalter zu zeigen, wie sehr Sie diese wertschätzen, und um weitere Menschen dieser Zielgruppe auf Ihre Apotheke neugierig zu machen, sich dort auch einmal länger aufzuhalten.

Für eine gelungene Aktion ist zuerst der passende Tag oder die passende Woche auszuwählen. Bei dieser Kundengruppe kommen dabei auch Zeiten in den Schulferien in Frage, weil die meisten Senioren lieber in der finanziell günstigeren Reisezeit Urlaub machen. Natürlich sollten Sie trotzdem dafür sorgen, dass Sie

für die Vorbereitung der Aktion sowie für den Tag oder die Woche selbst genug Kollegen vor Ort haben. Vielleicht können Sie auch Praktikanten oder Ferienjobber dazu mit ins Boot nehmen.

Auch auf ein Thema müssen Sie sich in Ihrem Team rechtzeitig einigen. Naheliegend ist jetzt das Thema Reisen für Senioren,



weil die meisten Senioren inzwischen zweimal geimpft sind und lange darauf verzichten mussten. Ohne Zeitdruck und in entspannter Runde kommen meistens die besten Ideen. Sammeln Sie bei einer Teambesprechung alle Vorschläge zur Umsetzung des gewählten Themas. Gibt es weitere Themen, können

Alle Ideen, die in Ihrem Team während des Arbeitsalltags später dazukommen, können Sie an einem speziellen Ort für die nächste Teambesprechung sammeln. Vielleicht in einem kleinen Urlaubskofferchen oder auf einer mit Ferienmotiven gestalteten Pinnwand, auf der sich auch eine Checkliste mit Aufga-

tig, auf eine ausreichende Schriftgröße und kontrastreiche Farben zu achten, denn viele Menschen im höheren Lebensalter haben Probleme mit dem Sehvermögen. Bei der Gestaltung gilt das Motto „weniger ist mehr“. Konzentrieren Sie sich dabei auf die Kernpunkte wie Ihre Apotheke als Veranstal-

für die Reise entschieden haben, müssen Sie sich rechtzeitig um gute Angebote beim Wareneinkauf kümmern. Hierbei sollten Sie nicht nur auf den reinen Preis schauen, sondern auch nach Service und Rückgabemöglichkeiten für Ihre Apotheke und die Kunden fragen. Das gilt auch für Zusatzartikel

## Machen Sie auf allen Wegen auf Ihre Aktion aufmerksam: Auch die sozialen Medien werden in höheren Altersgruppen immer beliebter.

Sie im Team entscheiden, ob diese sich als Unterthema zum Thema Reisen eignen, wie zum Beispiel Stütz- und Kompressionsstrümpfe oder Impfberatung. Weckt einer dieser Themenbereiche am Aktionstag selbst besonders viel Interesse, dann können Sie sich diese Themen für eine weitere Aktion vormerken.

### Werbematerial vorbereiten

Für die Gestaltung von Werbematerial ist ein lustiger Slogan sehr motivierend. Wie wäre es zum Beispiel mit einem Wortspiel wie „Mit 80 Jahren um die Welt?“ oder „Mit 88 Jahren, da fängt das Reisen an?“ Auch von den Firmen Ihrer beworbenen Produkte können Sie sich dabei helfen lassen. Wichtig ist in jedem Fall, dass Sie rechtzeitig damit beginnen, diese um Unterstützung beim Info- und Dekomaterial zu bitten, am besten ein paar Monate vorher. Dann haben Sie im Zweifelsfall noch genug Zeit, eigenes Material zu besorgen, herzustellen oder zu ergänzen, falls das gelieferte Material nicht Ihren Vorstellungen oder den Vorgaben des Heilmittelwerbegesetzes entspricht.

bengebiet und Datum befindet, die alle Kollegen an die kommende Aktion erinnert?

### Wie können Sie auf Ihre Aktion aufmerksam machen?

Da die Gruppe der Senioren eine immer größer werdende Altersspanne umfasst, sind auch die Gewohnheiten, sich zu informieren, sehr verschieden geworden. Deshalb ist es für Sie wichtig, alle möglichen Kanäle zu benutzen: von der klassischen Zeitungsanzeige über das Schaufenster, dem Gehwegaufsteller, den Plexiglas-scheiben vor Ihren Kassen, ausgelegten Flyern, in Briefkästen geworfenen oder in den Seniorenzeitschriften und den allgemeinen Kundenzeitschriften eingelegten Flyern bis hin zu Ihrer Homepage und individuellen E-Mails an Ihre Kunden. Auch die sozialen Medien werden in der höheren Altersgruppe immer beliebter.

Besonders wichtig ist aber weiterhin die persönliche Ansprache Ihrer Kunden, denen Sie zur Erinnerung dabei eine Einladung, zum Beispiel im Form einer Urlaubspostkarte, mitgeben können. Bei allem schriftlichem Infomaterial ist es wich-

tungsort, Datum und Uhrzeit sowie das Oberthema. Für Rückfragen ist die Telefonnummer Ihrer Apotheke wichtig, sie kann sich dafür an mehreren Stellen der Einladung befinden.

### Im Schaufenster verblüffen

Die Schaufenstergestaltung ist eine super Möglichkeit, auf Neuigkeiten aufmerksam zu machen. Wenn Sie auf großzügige Schrift und gute Ausleuchtung achten, steht nichts im Wege, Ihre Zielgruppe auf Ihre Neuigkeiten aufmerksam zu machen. Besonders ältere Menschen neigen dazu, eine einmal getroffene Meinung ohne neuen Anlass nicht mehr zu überdenken. So lehnen viele Stütz- und Kompressionsstrümpfe grundsätzlich ab, nachdem sie zum Beispiel bei einem Krankenhausaufenthalt unangenehme Erfahrungen mit weißen, schlechtsitzenden Standardprodukten gemacht haben. Sie sind dann geradezu verblüfft über die Farbvielfalt und Auswahl der Materialien der Stütz- und Kompressionsstrümpfe der heutigen Generation in Ihrem Schaufenster.

Wenn Sie sich für bestimmte Artikel wie neue Stützstrümpfe

wie Spezialwaschpulver, Wäschesäckchen, stoffverträgliche Hautpflegeprodukte oder erleichternde Anziehhilfen für unterwegs, mit denen Sie Ihr Schaufenster zusätzlich dekorieren können. Eine großzügige Anzahl von Probchen darf auch nicht fehlen.

**Gut geschult** Ihr gesamtes Team muss sich mit den Themen der Aktion auskennen. Dazu sollte es rechtzeitig Schulungen für alle geben. Zu den einzelnen Themengebieten können sich dann einzelne Experten im Team auf diese spezialisieren. Zum Anmessen und Abrechnen von Kompressionsstrümpfen mit den Krankenkassen wird ein Zertifikat verlangt, aber auch die Benutzung der Anziehhilfen will gelernt sein. So gibt es solche für offene oder für geschlossene Fußspitzen, die sich in der Anwendung sehr unterscheiden. Nur wer sich wirklich auskennt, kann auch überzeugen. Vorab reservierte Termine sorgen für genug Ruhe. Planen Sie lieber zu viel als zu wenig Zeit dafür ein, eine halbe Stunde schafft Puffer.

Die Freiwahl sollte zum passenden Motto umdekoriert werden.

Besonders bei den verkaufsfaktiven Blick- und Hüftzonen müssen Sie vorab überlegen, welche sich darin befindlichen Produkte Sie dafür ausräumen. Ein Extratisch als Eyecatcher bietet viel Raum für phantasievoll dekorierte Ware, wenn dafür in Ihrer Apotheke genug Platz ist. Denn es ist klar, dass ein Teil der Senioren mit Gehhilfen wie Rollatoren unterwegs ist und deswegen erhöhten Platzbedarf hat.

Eine gemütliche Möglichkeit zum Hinsetzen trägt sehr zur entspannten Atmosphäre bei. Eventuelle Wartezeiten lassen sich dort mit Hilfe von auf die Seniorenaktion abgestimmtem Infomaterial besser überbrücken. Das ist auch sehr hilfreich für eine mögliche Begleitung der Senioren, die zum Teil von ihrem Partner, einem Angehörigen oder Nachbarn gebracht werden. Damit die Begleitperson nicht ungeduldig wird, sollten Sie auch diese aktiv ins Geschehen mit einbeziehen. Die Sitzzecke ist auch eine super Möglichkeit für eine Getränkestation mit kalorien- und zuckerarmen Getränken wie ungesüßten Tees, Mineraliendrinks oder Vitamingetränken, die alle in Ihrer Apotheke auch käuflich erhältlich sind.

**Kooperationen suchen** Für Abwechslung geeignet sind auch Kooperationen mit Ge-

schäften aus Ihrem Umfeld wie Reisebüros, Sport- oder Fahrradläden oder den örtlichen Vereinen. Denn eines sollte Ihre Aktion nicht sein: langweilig. Erfolgversprechend ist es dabei, wenn bei den Aktionen an bestehende, aber in Vergessenheit geratene Fähigkeiten Ihrer Kunden angeknüpft werden kann. So wird durch das Ausprobieren von E-Bikes unter fachkundiger Anleitung oder durch eine Tanzvorführung des Sportvereins das Interesse an Bewegung bei vielen älteren Menschen wieder neu erweckt. Ihre Apotheke kann dabei mit magnesiumhaltigen Getränken zur Erfrischung beitragen und mit individuellen Sonnen- und Insektenschutzpräparaten für ungetrübte Freude bei der nächsten Fahrradtour oder Reise sorgen. Zum Abschluss ist ein passendes Give-Away das i-Tüpfelchen. Das kann sowohl etwas Materielles wie ein kleines Pflaster-Set für die nächste Reise als auch ein Gutschein für eine Durchsicht des Impfpasses sein. Wenn sich darauf Ihr Apothekenlogo mit Adresse und Telefonnummer in leicht lesbarer Größe befindet, bleibt Ihre Aktion noch lange in bester Erinnerung. ■

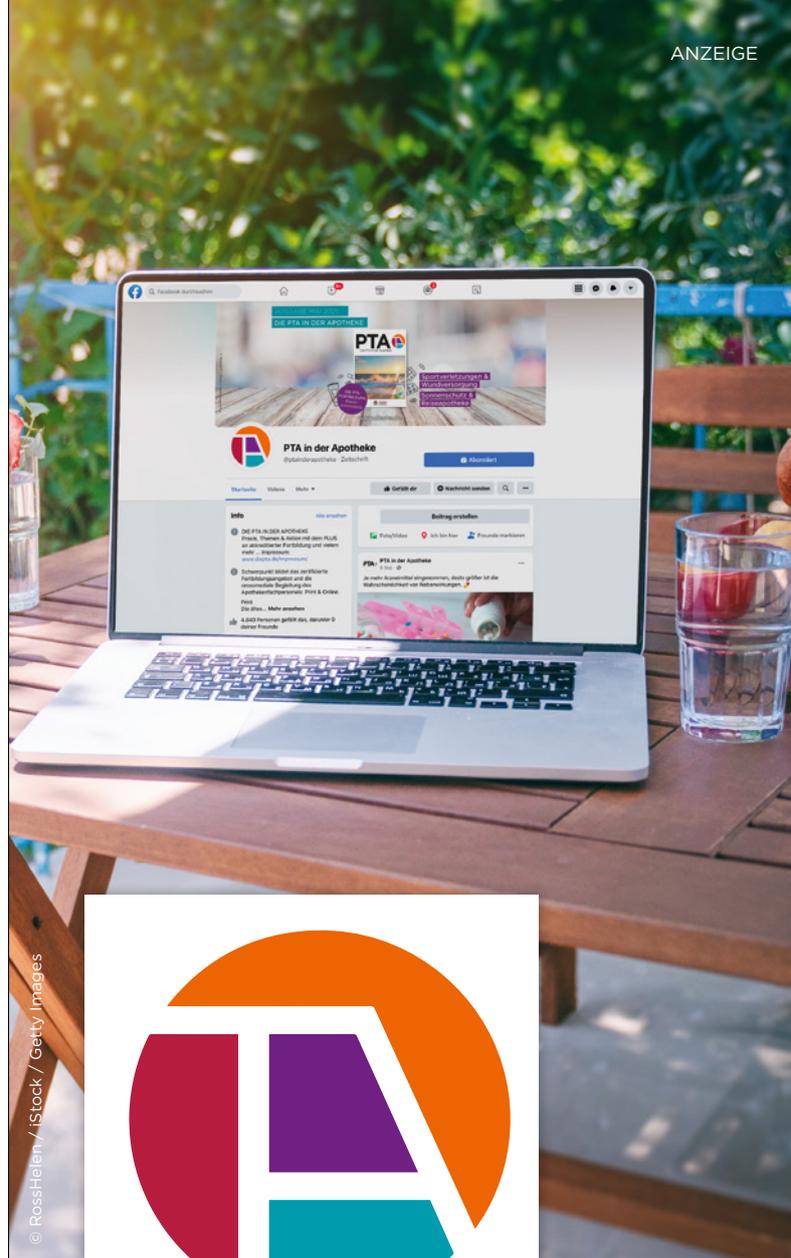
*Ute Kropp,  
Apothekerin und PKA-Lehrerin*



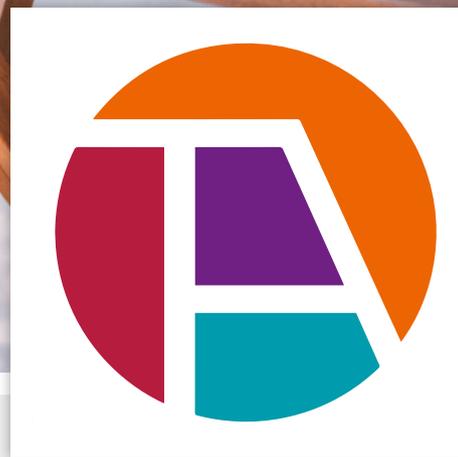
## INGEDAMPFT

Senioren sind die ideale Zielgruppe für Aktionstage, da sie sich gern in der Apotheke aufhalten.

- + Machen Sie auf Ihre Aktion aufmerksam, indem Sie mit einem lustigen Slogan oder einem unerwartet ansprechenden Produkt überraschen,
- + fragen Sie andere Geschäfte oder Vereine nach Kooperationen, denken Sie auch an die Begleitpersonen.



© Rosshelen / iStock / Getty Images



**WERDEN SIE FAN  
UND MIT UNS **AKTIV**  
AUF FACEBOOK.**



[www.facebook.com/  
ptainderapotheke](http://www.facebook.com/ptainderapotheke)

**PTA**   
Die PTA in der Apotheke