

Zentral geführt und effizient: Clan-Apotheken

Sie verfolgen eine gemeinsame Strategie und bündeln Aufgaben: Sind Clan-Apotheken die richtige Antwort auf einen immer schwieriger werdenden Markt?

Immer häufiger tun sich familiär oder freundschaftlich verbundene Apotheker zusammen. An der Spitze dieser mittelständischen Gesundheitsunternehmen stehen

Fazit:

- *Clan-Apotheken sind die Antwort auf gestiegene Anforderungen.*
- *Eine Apotheken-Marke lokal zu etablieren lohnt sich.*
- *Die Bündelung von Aufgaben schafft neue Kapazitäten.*



Verena Höllriegl, Geschäftsführerin Medicon: „Unsere Mitarbeiter wollen Gesundheitsberater sein, keine Manager. Durch die Bündelung zentraler Aufgaben nehmen wir ihnen Arbeit ab, dadurch entsteht mehr Zeit für unsere Kunden.“

Heilberufler mit ausgeprägten Wirtschaftskennntnissen und auch Betriebswirte. Hinter der Marke MEDICON beispielsweise stehen in Nordbayern 17 Apotheken mit acht Inhabern und über 400 pharmazeutischen Mitarbeitern. Seit 60 Jahren besteht das Familienunternehmen bereits, seit 2005 auch offiziell als Apothekenkooperation. Das Besondere daran ist die strategische Führung, die viele Funktionen bündelt und dem Apotheker vor Ort den Rücken für seine tägliche Arbeit mit den Kunden frei hält. Auf dem Kooperationsgipfel in München Anfang Februar 2016 erläuterte Geschäftsführerin Verena Höllriegl das Konzept der Verbundgruppe.

Ladenbau und Category Management

Generell werden die Immobilien- und Miet-Angelegenheiten der Kooperations-Apotheken zentral verwaltet. Alle erscheinen in einem einheitlichen Laden-

bau-Design, das von blau-weißen Tönen bestimmt wird, die Marke hat somit einen Wiedererkennungseffekt. Dabei wird jede Apotheke nach einem professionellen Category-Management-System eingerichtet, das es dem Kunden ermöglicht sich schnell zurecht zu finden. Wenn es der Platz erlaubt, gibt es gesonderte Beratungstische, an denen zum Beispiel auch alternative Behandlungsmöglichkeiten aufgezeigt werden. Ins-

gesamt verfolgt MEDICON das Konzept der ‚Customer Centricity‘: „Wir beraten unsere Kunden ganzheitlich und nutzen dazu, wo immer es möglich ist, natürliche Methoden aus der Naturheilkunde“, betont Höllriegl.

Marketing: Bewährtes und Modernes

Die Kooperation gibt sich auch im Marketing modern, doch der gute alte Flyer hat auch hier noch nicht ausgedient. In Sachen Print-Werbung schaltet das Unternehmen regelmäßig lokale Anzeigen, was in einem regionalen Gebiet mit 17 Apotheken einen erheblichen Synergie-Effekt hat. Neben den Handzetteln gibt es für die Kunden noch einen eigenen Katalog, als Kundenbindungskonzept funktionieren auch hier noch Taler und Bonuskarten. „Was die Digitalisierung angeht, gehen wir mit vielen kleinen Schritten mit. Unsere Homepage ist seit kurzem Tablet- und Smartphone fähig und unsere Online-Services werden ständig erweitert“, so Höllriegl. Über alle Medien

hinweg soll der Markenname MEDICON für ein ganzheitliches Markenerlebnis stehen und für Bekanntheit und Vertrauen sorgen.

Personalentwicklung

Schulungen für die Mitarbeiter werden ebenfalls zentral organisiert und durchgeführt – bei 400 Mitarbeitern bietet das einen hohen Synergie-Effekt. MEDICON ist Mitglied der „Natürlich“-Gruppe und erhält auch hierdurch regelmäßig Fortbildungen. Um ausreichend gutes Personal zu finden, begleitet das Unternehmen potenzielle Mitarbeiter von Anfang an und bietet in ihren Apotheken Plätze für PTA in der Ausbildung und Praktikantenplätze für Pharmazie-Studenten. Viele von ihnen werden nach ihrem Abschluss übernommen, man kennt sich und weiß sich gegenseitig zu schätzen.

Effiziente Prozesse & Tools

„Wir legen großen Wert auf ein gutes Controlling, alles muss bei uns messbar und damit bewertbar sein“, erklärt Verena Höllriegl. Der Einkauf, die Buchhaltung, das QMS und das Controlling werden zentral gesteuert. Die einheitlichen Auswertungstools und die QMS-zertifizierten Abläufe ermöglichen Steigerungen der Umsätze der Verbundgruppe über dem Durchschnitt. Alle 17 Apotheken sind nach DIN Norm 9001:2008 zertifiziert. Die Gemeinschaft der familiengeführten Apothekenkooperation macht ein breites soziales Engagement möglich: 2015 konnte so ein Fußballturnier für unbegleitete minderjährige Flüchtlinge organisiert und eine Spende von 10.000 Euro an die Stadtmission Nürnberg e.V. gesammelt werden. Eine Gruppe kann mehr bewegen als ein Einzelner: Clan-Apotheken bündeln Aufgaben, wo es Sinn macht, und setzen somit an anderen Stellen Kapazitäten frei – die richtige Antwort auf die immer zahlreicher werdenden Aufgaben einer Apotheke.

■ Antje Siehl