

Virtuelle Sichtwahl ist mehr als Warenpräsentation

Apotheker Gunther Böttrich arbeitet in seiner Burg Apotheke seit 2012 mit einer Sichtwahl ohne Waren. Sein Credo: Prozessoptimierung und Changemanagement.

Die Sichtwahl ist die attraktivste Verkaufsfläche in der Apotheke – umso wichtiger ist es, sie optimal und effektiv zu gestalten. Gunther Böttrich, Landapotheker aus Nordhessen, hat kürzlich eine bundesweite Vortrags-

reihe zu diesem Thema durchgeführt und 2014 die Firma promosi gegründet. Die Redaktion sprach mit ihm über sein Konzept der Warenpräsentation.

DeA: Herr Böttrich, das Wort „Prozessoptimierung“ ist nicht wirklich neu. Warum nennen Sie Ihr Produkt „Prozessoptimie-

rende Monitor-Sichtwahl“?

Gunther Böttrich: Henry Ford, der die Automobilisierung Amerikas revolutionierte, beschrieb in seinem Buch „Mein Leben und Werk“ von 1923 die missliche soziale und wirtschaftliche Situation der Bevölkerung als Folge von Zeitverschwendung und Ineffizienz im System. Mit seiner Prozessoptimierung und dem umfangreichen Einsatz von Technik erreichte er eine erhebliche Verbesserung der Wirtschaftlichkeit seiner Produktion und zugleich eine deutlich bessere Lebensqualität der amerikanischen Bevölkerung.

Von Ford kann man viel lernen. Apotheken in Deutschland haben seit Jahren mit massiven Marktveränderungen zu kämpfen und sehen sich im Spannungsfeld zwischen heilberuflicher Kundenorientierung und zunehmend Zeit fressender



Apotheker Gunther Böttrich: „Konsequente Vernetzung aller wichtigen Bereiche“.

Bürokratie. Keine schöne Situation. Die von Ford beschriebene Denkweise, vor allem die Prozessoptimierung, zeigt eine mögliche Perspektive. Bei mir kam schlussendlich die virtuelle Sichtwahl dabei heraus.

DeA: Sie entwickelten im Jahre 2012 eine Vision für Ihre Apotheke an einem neuen Standort und setzten dieses zielstrebig um. Was waren Ihre Motive?

Gunther Böttrich: Wir kombinierten bereits verfügbare Technik in einem ganzheitlich ausgerichteten Konzept in dessen Mittelpunkt der Kunde steht. Damit wollte ich die wirtschaftliche Basis schaffen, um langfristig heilberuflich tätig sein zu können. Es wurde ein Raumkonzept gestaltet, das unsere individuellen Arbeitsabläufe berücksichtigt und einen effizienten Einsatz unserer

wichtigsten „Ressource“, unseres Teams, ermöglicht.

DeA: Wie kamen Sie zur virtuellen Sichtwahl?

Gunther Böttrich: Der Reihe nach. Zunächst war klar, dass ein Lagerautomat mit vollautomatischer Einlagerung unsere Packungen bewegen soll. Unser Team kann sich dann um Kunden und um Pharmazie kümmern – das kann keine Maschine. Dafür beherrscht die Technik die „Trivialaufgaben“ im Lager schneller und besser. Wenn schon ein Lagerautomat da steht, dann soll er auch die Sichtwahl zu 100 Prozent führen. Sonst schöpfe ich das Potential der Technik nicht aus! Gerade die absatzstarke Sichtwahl muss unter Prozessgesichtspunkten betrachtet werden. Es sind Produkte, die sich schnell drehen und die häufig nachgeräumt werden müssen. All das frisst wieder Erträge. Logische Schlussfolgerung: Ich wollte eine Sichtwahl ohne Waren.

DeA: Also Bildschirme. Was veränderte sich in Ihrer Apotheke?

Gunther Böttrich: Sehr viel! Es ist ein ganz anderes Arbeiten, gleichzeitig es tut den Abverkaufszahlen gut. Durch die virtuelle Warenpräsentation auf Monitoren entfallen bei uns Nachräumen und Regalreinigung, das spart Kosten. Die Sichtwahl-Bestände haben wir erheblich reduziert, wodurch allein schon einige Bildschirme bezahlt werden konnten. Die Sichtwahl bestücke und ändere ich in kürzester Zeit vom Schreibtisch aus durch Eingabe der PZN, ohne eine Packung anzufassen.

DeA: Was sagen Ihre Kunden zum neuen Konzept?

Fazit:

n Mehr Effizienz in den Arbeitsabläufen möglich.

n Virtuelle Sichtwahl kann Kosten senken und neue Impulse geben.

n Ganzheitliches Konzept von Apotheker entwickelt.

Gunther Böttrich: Die Kommentare waren durchweg positiv, weil die Vorzüge sofort ins Auge springen. Mit Jüngeren spricht man über technische Details, Senioren freuen sich über die bessere Erkennbarkeit der großen Produktbilder, und „es ist immer aufgeräumt“. Auch ist mehr Ruhe hinter den Kassen, weil wir nicht mehr an die Schubschränke und Sichtwahlregale laufen und nicht mehr nachräumen müssen. Das kommt der Beratung zu Gute. Auf Nachfrage unseres Magistrats organisierte ich einen „Abend der Konzeptvorstellung“, bei dem sogar ein heutiger Bundestagsabgeordneter interessiert Fragen zu modernem Apothekenmanagement stellte.

DeA: Anfangs hatten Sie nur starre Produktdarstellungen, heute zeigen Sie animierte Inhalte und können Ihre Regalanzeigen sogar spontan wechseln. Was steckt noch hinter Ihrem Konzept?

Gunther Böttrich: Wir definieren den Bereich hinter den Kassen neu! Unsere Bildschirme können viel mehr als bloße Sichtwahldarstellung. Der Ansatz ist pharmazeutisch, aber es darf ruhig Spaß machen und soll zukunftsorientiert sein. Apotheken-Kunden sollen sehen, dass sie gut aufgehoben sind, und die Mitarbeiter kundenorientiert und nicht technikorientiert sind. [...]

DeA: Früher ging es in der Offizin um viele Regalmeter...

Gunther Böttrich: Ja, und heute können wir auf einem einzigen 55 Zoll-Monitor mit HV-Touch alle denkbaren digitalen Inhalte präsentieren und im Kundenkontakt individuell anwählen. Beliebig viele OTC-Indikationen darstellen, unzählige Sichtwahlprodukte oder Freiwahl-Angebote zeigen, Inhalte der Kundenzeitschrift darstellen, Zusatzverkäufe und Beratungstipps visuell unterstützen, entweder auf Abruf [.....] oder automatisiert in Endlosschleifen. Sogar die Farbe der Rückwand oder das Material der virtuellen Regalböden kann die Apotheke individuell auswählen. Also deutlich mehr als „nur“ Sichtwahl.

DeA: Wie sieht die Zukunft Ihres Konzeptes aus?

Gunther Böttrich: Man kann mit diesem Konzept die „kleinste Apotheke der Welt“ bauen. Ein einziger Monitor [...] reicht. Oder es entsteht eine komplett virtuelle Offizin inklusive Freiwahl. Grundsätzlich ist zu entscheiden, was zum Leitbild der jeweiligen Apotheke passt, da ist Vieles möglich. Es kann auch an ein „Industriesponsoring“ für Produktpräsentationen gedacht werden. Aber auch ohne dieses sehen wir Amortisationszeiten für unser System, die

deutlich unter denen eines Lagerautomaten liegen. Wird unsere Technik pharmazeutisch – zielorientiert eingesetzt, hilft sie dem Team, heilberuflich zu arbeiten und schafft die wirtschaftliche Basis dazu. Zudem kann sich die Apotheke durch einen gelungenen Auftritt individuell positionieren.

DeA: Also ein ganzheitlichen Ansatz?

Gunther Böttrich: Genau. Früher wurde alles getrennt betrachtet, geplant und gestaltet: Einrichtung, Warenwirtschaftssoftware, Lager(-Automat), Bestellverhalten, Logistik, Sichtwahl und Freiwahl. Synergien, Effizienz und damit Erfolg entsteht, wenn alles zusammen spielt. Eine konsequente Vernetzung der wichtigen Bereiche in der Apotheke macht diese leistungsfähig und damit zukunftssicher. [...]

n Andrea Zeinar