

# MITARBEITERFÜHRUNG ist Teil des Marketings

Personalmarketing ist ein wichtiger Baustein zum nachhaltigen Erfolg und zur gesteigerten Lebensqualität; besonders für das „Unternehmen Apotheke.“ Ihre Mitarbeiter(innen) sind der „wertvollste“, kreativste und heikelste Dienstleistungsfaktor.

**F**ührungskompetenz spiegelt sich maßgeblich am Leistungsertrag der Mitarbeiter(innen). Ist der „Chef“ in der Lage, Prioritäten zu setzen, klare Ziele zu definieren, einlösbare Vereinbarungen zu treffen? Nutzt er das kreative Potenzial seines Teams? Erkennt er wo es bei seinen Mitarbeitern „hakt“ – ob an äußeren Hindernissen, an der fachlichen Kompetenz oder an der Motivation?

Deshalb sind alle Themen rund um das Personal auch für Sie als Apotheker von großer Bedeutung, die Mitarbeiter(innen) sind ein unumstritten wichtiger Baustein im erfolgreichen Dienstleistungs-Marketing.

Wahrscheinlich sagen Sie sich jetzt: „Jetzt soll ich mich auf noch auf die Bedürfnisse der Mitarbeiter konzent-

rieren? Als Apotheker habe ich mich um Kunden zu kümmern!“

Um damit haben Sie Recht, genau das ist der springende Punkt! Denn in einer Apotheke, in der die Kunden schon von einer motivierten MitarbeiterIn aufmerksam begrüßt werden, freundlichen Gesichtern begegnen, kompetente Auskünfte erhalten, empfinden sie Wertschätzung, erleben, dass „alles reibungslos läuft“, und fühlen sich dadurch gut aufgehoben. Das sei ohnehin selbstverständlich meinen Sie? Tatsächlich haben wir 2008 bei unserer Marktforschungstour (man könnte es auch Mystery Shopping nennen), durch Wiens Apotheken aber leider noch häufig Gegenteiliges bemerkt. In zahlreichen Apotheken scheitert es bereits an der Begrüßung,

von einem freundlichen Gesicht ganz abgesehen: Das ist es, was Kunden noch häufig erleben – und dies in einer Zeit in der die Wünsche und Bedürfnisse der Kunden in den Mittelpunkt rücken –, das Sicherheitsbedürfnis und der Wunsch nach umfassender Information werden immer stärker; Glaubwürdigkeit und Vertrauen als Eckpfeiler für erfolgreiches Apothekenmanagement sind nicht mehr wegzudenken.

**Höchste Zeit also, bei den richtigen Hebeln anzusetzen.** Personalmarketing trägt dazu bei, die Wertschöpfung zu optimieren. Attraktive und effiziente Gestaltung der Arbeitsbedingungen und bewusste Entwicklung lässt Ihre Mitarbeiter geistig zu „Mitunternehmern des Unternehmens Apotheke“ werden.



**WAS VERSTEHT MAN GENAU UNTER PERSONALMARKETING?**

Im Personalmarketing wird ziel(gruppen)-bezogen auf die Instrumente und Inhalte aller personalwirtschaftlichen Funktionen zurückgegriffen. Hauptziel ist es, Arbeitsumfeld und -bedingungen so zu gestalten, dass die Zusammenarbeit mit qualifizierten und motivierten Mitarbeitern langfristig sichergestellt ist. Die Maßnahmen richten sich an vorhandene und potentielle Mitarbeiter(innen) bzw. Bewerber.

Das **interne Personalmarketing** bezieht sich auf bereits vorhandene Mitarbeiter(innen), und kann durch folgende Elemente beschrieben bzw. unterstützt werden:

- Leitbild der Apotheke (Image, Sinn des Tuns)
- Weiter- & Weiterbildungsmöglichkeiten -> Personalentwicklung
- gerechte Vergütung
- Leistungsanreize
- soziale Leistungen
- Job Rotation/Job Enrichment /Job Enlargement

Das **externe Personalmarketing** bezieht sich auf „neu zu gewinnende“ Mitarbeiter(innen) und kann durch folgende Elemente beschrieben bzw. unterstützt werden:

- Vergabe von Praktika & Diplome
- Bekanntheit/Image der Apotheke
- Anbieten einer interessanten Ausbildung
- Artikel/Annoncen in Fachzeitschriften
- Jobangebote
- marktübliche Vergütung + X (Incentives, Boni, Benefits)
- Bewerbermanagement

**IHRE MITARBEITER(INNEN) SIND MARKETINGFAKTOR NR. 1.**

Von Ihren Mitarbeitern hängt der Erfolg der Apotheke, das "Ankommen" bei den Kunden zumeist noch stärker ab als von Ihnen – so mancher Ihrer Kollegen hat das schon lange verstanden: In einer Apo-

theke wurde bei einer Analyse ermittelt, dass eigentlich eine MitarbeiterIn zu viel beschäftigt war. Als dies dem Apothekeninhaber mitgeteilt wurde sagte er nur:

„Weiß ich, ich weiß auch wer zuviel ist. Das ist Frau Meyer. Unter uns gesagt, sie ist nicht die schnellste. Aber! Sie ist die Liebenswürdigkeit in Person, bringt meine Kunden bereits an der Eingangstür in die denkbar beste Stimmung. Außerdem hat sie eine riesige Familie, ist in jedem Verein und kennt Hinz und Kunz. Wenn ich die nicht hätte, hätte ich einige Stammkunden weniger!“

Das Beispiel zeigt noch mehr auf, als es auf den ersten Blick scheint. Es macht klar, wie fatal es sein kann, eine ältere MitarbeiterIn loswerden zu wollen, weil sie Probleme mit EDV und anderer moderner Technik hat. Unter Umständen ist man zwar nachher eventuell ein kleines Ärgernis los, doch vielleicht auch einen wichtigen Positivfaktor, einen Experten im „menscheln“. Schon mancher musste erkennen, wie teuer so etwas unter dem Strich sein kann. Sie sollten eine angenehme, zwischenmenschlich unbeschwerte Atmosphäre schaffen, nicht nur aus marketingtaktischen Gründen. Sie sollten es für sich selbst tun. Bauen Sie sich ein Umfeld der Lebensfreude auf, in dem Bereich, in

dem Sie den größten Teil Ihres Lebens verbringen werden – das sollten Sie sich wert sein.

**Eine positive, menschliche Ausstrahlung kann allerdings nur entstehen, wenn auch innerhalb des Teams das Klima stimmt.**

Dabei kommt Ihnen als ChefIn und ArbeitgeberIn eine besondere Verantwortung zu. Setzen Sie alles daran partnerschaftlich zu handeln. Übertragen Sie Ihren Mitarbeitern Verantwortung, beziehen Sie Ihre Mitarbeiter(innen) in relevante Entscheidungsprozesse mit ein. Dies ist immer Ausdruck von Wertschätzung und die beste Motivation zugleich. Insbesondere dem Apothekenmarketing kommt es direkt zugute, wenn Sie Mitarbeiter(innen) weiterbilden lassen z.B. in Bereichen der sog. Soft-Facts wie Kommunikation, Beschwerdemanagement, etc.

Denken Sie vor allem immer an das „Gesetz von der überproportionalen Weitergabe eingesteckter Demütigungen“. Das, was Sie Ihren Mitarbeitern „antun“, landet in noch stärkerer Form bei den Kunden – so oder so.



**Viktoria Hausegger**

Infos zu relevanten Fortbildungen: mehr.wert. für ärzte und apotheker marketing, das gezielt bewegt [www.mehrwertmarketing.at](http://www.mehrwertmarketing.at) [office@mehrwertmarketing.at](mailto:office@mehrwertmarketing.at) +43 664 460 16 35, Wien

