

## Unternehmensphilosophie

# Orientierung und Motivation hat starke Wirkung auf Kunden

**WIEN – Das Apothekenleitbild hält zu einem großen Teil die Unternehmenskultur fest. Sie bestimmt den Umgang miteinander und beeinflusst damit die Atmosphäre in Ihrer Apotheke.**

Das Klima in Ihrer Apotheke wird – ob gewünscht oder nicht – 1:1 auf den Kunden übertragen. Der Kunde wiederum kann die Qualität der pharmazeutischen Leistung nicht wirklich beurteilen – deshalb zieht er diese Faktoren auch unterbewusst und automatisch als Ersatzkriterium für die Beurteilung heran. Damit hat das Leitbild eine starke werbliche Wirkung – nach innen (Mitarbeiter) und außen (Kunden, Umfeld). Dies macht klar: Es ist ein unverzichtbares Instrument im Apotheken- und Personalmarketing. Das Leitbild informiert über die „Existenzberechtigung“ Ihrer Apotheke sowie deren Identität. Es hält keine aktuelle Situation fest, sondern ist richtungsweisend und zukunftsorientiert. Es ist ein realistisches „Idealbild“, eine Orientierungshilfe für alle praxisrelevanten unternehmerischen Tätigkeiten. Neben Ihrem fachlichen USP (Unique Selling Proposition) hält es Ihr ideales Alleinstellungsmerkmal fest.

## Fragen zur Kursrichtung

- ▶ Was machen wir genau?
- ▶ Warum gibt es uns?
- ▶ Wo wollen wir hin?

Darüber hinaus beschreibt das Leitbild die Wertewelt und die Kultur der Apotheke, Ziele und auch langfristige Maßnahmen zum Er-



Wohin soll es gehen? Wer sich darüber mit seiner Unternehmensphilosophie im Klaren ist, punktet bei Mitarbeitern und Kunden.

reichen der gesetzten Ziele. Es ist eine Präsentation, ein Leitfaden, ein Instrument zur Orientierung für:

- ▶ Kunden,
- ▶ Mitarbeiter,
- ▶ Kooperationspartner,
- ▶ Lieferanten,
- ▶ Kollegen/Mitbewerber
- ▶ und natürlich auch für Sie als Apothekenbetreiber.

Damit wirkt das Leitbild also nach „außen“ und „innen“. In einer Welt, in der die Leistungen immer austauschbarer und vergleichbarer werden, ist es ein wichtiges Fundament für den unternehmerischen Erfolg. Aber Achtung: Einfach gut klingende, nette Phrasen zu formulieren und schriftlich festzuhalten schadet,

wenn in Wirklichkeit alles anders läuft. Das Leitbild sollte unverwechselbar und charakteristisch für die Apotheke sein. Daher gleicht kein Leitbild dem anderen. So entwickeln Sie das Leitbild Ihrer Apotheke:

## Fragen zur Unternehmensphilosophie

Beantworten Sie sich als „Apotheker und Unternehmer“ ehrlich folgende Fragen:

- ▶ Wie kann ich dazu beitragen, ein dauerhaftes Wohlfühlklima für meine Kunden, meine Mitarbeiter und mich zu schaffen?
- ▶ Welche Werte sind für mich entscheidend, welches Wertesystem will ich leben?

- ▶ Was möchte ich mit meiner Apotheke verwirklichen?
- ▶ Wo möchte ich auf Dauer leben/arbeiten (Stadt/Land)?
- ▶ Wo will ich in fünf, zehn Jahren stehen – beruflich und privat?
- ▶ Möchte ich meine Apotheke an einen Nachfolger weitergeben und wann?
- ▶ Wie stelle ich notwendige Finanzierungen sicher?
- ▶ Indem Sie diese Fragen beantworten, legen Sie die unternehmerische Vision fest.

## Grundsätze der Unternehmenskultur

Im unmittelbar darauf folgenden Schritt erarbeiten Sie die Grundsätze der Unternehmenskultur. Die beste Wirkung erzielen Sie, wenn Sie Ihre Mitarbeiter hier mitarbeiten lassen – denn auch sie müssen diese Kultur leben und umsetzen (können). Inhalte des Leitbildes – das wollen wir sein (Leitidee):

- ▶ Wer sind unsere Kunden? Wer sollen unsere Kunden sein?
- ▶ Diese Probleme lösen wir für unsere Kunden (Leistungen, Tätigkeitsbereiche).
- ▶ Das verstehen wir unter Fairness und Verantwortung (Beziehung zu Kunden, Mitarbeitern, zuweisenden Kollegen und Lieferanten etc.).
- ▶ So führen wir unsere Mitarbeiter.
- ▶ Das ist uns im täglichen Miteinander wichtig.
- ▶ Darauf legen wir bei der Organisation und bei unserer Infrastruktur besonderen Wert.
- ▶ Das ist bzgl. Investition, Gewinn und Finanzierung wichtig.
- ▶ So stellen wir Innovationen/Verbesserungen sicher.
- ▶ Service – was bedeutet dies für das gesamte Team?
- ▶ So arbeitet unser Team.

Prüfen Sie, ob Ihr Ergebnis folgenden Kriterien entspricht:

- ▶ Ist das Leitbild allgemein gültig?
- ▶ Vorschriften gehören nicht ins Leitbild – beschränkt es sich auf wesentliche Aussagen?
- ▶ Sind die Inhalte langfristig gültig?
- ▶ Werden Ziele und Wege zur Zielerreichung angeführt?
- ▶ Sind die erwähnten Ziele realisierbar (keine Luftschlösser)?
- ▶ Sind die Inhalte aufeinander abgestimmt oder widersprechen sich einige Aussagen?
- ▶ Sind alle Punkte einfach und verständlich formuliert?

Wichtig ist, dass Sie für das Erarbeiten Ihres Leitbildes genügend Zeit einplanen. Wählen Sie am besten einen anderen Ort als Ihre Apotheke, sorgen Sie für ein ungezwungenes, offenes Klima, damit Sie und Ihre Mitarbeiter der Kreativität freien Lauf lassen können. Investieren Sie hier in einen Experten – er unterstützt Sie dabei effizient und strukturiert zu einem Ergebnis zu kommen, und sorgt auch dafür, dass dieser Prozess zum Teambuilding beiträgt. Veränderungen wie z.B. das Eintreten neuer Mitarbeiter



Viktoria Hausegger

Foto: Archiv

wirken auf das gesamte Arbeitsumfeld ein. Stellen Sie rechtzeitig sicher, dass Ihr Leitbild die neuen Umstände berücksichtigt und damit weiterhin Orientierung für alle Mitarbeiter sein kann.

Gelingt es Ihnen, die Mitarbeiter für Ihre persönlichen und beruflichen Werte und Ziele zu begeistern, erzielen Sie die besten Ergebnisse. Die Unternehmenskultur muss vom Apothekeninhaber (der Führungskraft, die automatisch auch Vorbild ist) aktiv gelebt, unterstützt und eingefordert werden. Ein wertschätzender Umgang miteinander, eine angenehme Stimmung und relaxte Atmosphäre wirken sich enorm positiv auf die Leistungen aller aus. Ein aktiv gestaltetes Umfeld erhöht zudem die eigene Lebensqualität. Der Kunde wird dieses angenehme Klima spüren und sich bei Ihnen wohl fühlen, immer wieder kommen und Sie auch weiterempfehlen.

### Zur Person

Viktoria Hausegger ist Geschäftsführerin der Agentur mehr.wert für Ärzte und Apotheker.  
www.mehrwertmarketing.at

## Kurz notiert

### Apotheken in Graz und Eisenstadt feiern hohe Jubiläen

GRAZ/EISENSTADT – Die Adlerapotheke am Grazer Hauptplatz feiert heuer einen ganz besonderen Geburtstag: Sie wird 475 Jahre und ist damit die älteste Apotheke von Graz. Aus diesem Anlass gibt es am 26. Mai (ab 10 Uhr, Festzelt am Hauptplatz) eine Feier mit Vorträgen. Noch nicht so alt, aber immerhin auch schon 250 Jahre wird die Salvator Apotheke in Eisenstadt. Am 7. Mai fand als Jubiläumsjahr-Auftakt ein Kundenfest statt, dem weitere Events, Gewinnspiele und Aktionen folgen werden.  
www.adlerapotheke-graz.at, www.salvator-apo.at

### D: Warentest stellte Apotheken schlechtes Zeugnis aus

BERLIN (dpa) – Stiftung Warentest nahm 27 Vor-Ort-Apotheken und 23 Versandapotheken unter die Lupe und kam zu niederschmetternden Resultaten. Keine einzige Versandapotheke bekam ein „gut“, acht die Note „mangelhaft“. Die Vor-Ort-Apotheken schnitten etwas besser ab, sieben erhielten ein „gut“. Die Mängel: Die Apotheker informierten oft nicht über Wechselwirkungen zwischen Arzneien und gaben teilweise falsche Dosierungshinweise. Auch Pflichtaufgaben wie das Erstellen einer Rezeptur wurden von manchen nicht erfüllt.

### ÖGwA bestätigte gute Qualität von ätherischen Ölen

WIEN – Die Österreichische Gesellschaft für wissenschaftliche Aromatherapie und Aromapflege (ÖGwA) untersuchte im Rahmen ihrer episodischen Qualitätskontrollen zwei ätherische Öle von Young Living, und zwar Lavendel und Zitrone. Beide Stichproben waren bezüglich Inhaltsstoffe und Reinheit gut und gaben keinen Anlass zur Kritik. Dies teilte die ÖGwA kürzlich in einer Aussendung mit, Anstoß dafür war die Aufregung um strittige Aussagen im Lebenslauf von Gary Young, zu denen in den USA Gerichtsverfahren anhängig sind.