

Zukunft Apotheke

Agieren zwischen on- und offline

Die Apotheke als Touchpoint für hollistisches Gesundheitsempfinden? Folgt man den Ansichten von Trendforschern zum Thema Alter(n) und dem Streben nach Jugendlichkeit und Wellness, könnte das ein Zukunftskonzept für die öffentliche Apotheke sein.

Wichtig sei, den Kunden von heute, der immer weniger Zeit habe, direkt bei diesen Bedürfnissen abzuholen, so Antje Schünemann, Trend Consultant, auf dem Kongress „Zukunft Apotheke“ in Frankfurt. Für Präsenzapotheken böten sich beim Thema spontane Bedürfnisbefriedigung gute Marktchancen vor allem durch eine Verknüpfung von On- und Offline-Angeboten. So sei es eine attraktive Option, Schaufenster als interaktive Testfläche mit Produktdarstellung und Informationen zu nutzen. Umgekehrt gebe es einen Gegentrend zum allgegenwärtigen WiFi mit einer Konzentration auf Gespräch und Begegnung, der ebenfalls durch eine neue Ästhetik und Funktionalität in Vor-Ort-Apotheken umgesetzt werden könne – etwa durch besondere Sitzmöbel für ältere Kunden. In New York habe zum Beispiel ein findiger Apotheker in seiner Apotheke mit dem Schwerpunkt Naturheilkunde eine Bar mit gesunden Drinks installiert.

Wer erfahren möchte, was „seinen“ Kunden an Service und Beratungsfeldern wichtig ist, der sollte in jedem Fall einen Wünsche- und Kummerkasten installieren oder zuhören, was Kunden im Web zum Beispiel in Bewertungsportalen sagen. Denn: „Die beste Quelle für Innovationen sind stinksaure Konsumenten!“, ist Schünemann überzeugt.

Quelle: Kongress „Zukunft Apotheke“, November 2013, Frankfurt, Veranstalter inspirato



Gesund trinken-- Ein New Yorker Apotheker offeriert den Kunden gesunde Drinks - und verdeutlicht damit seinen Schwerpunkt Naturheilkunde.