



→ EINZEL-HANDVERKAUF



**Dipl.-Ing. Michael W. Höferlin**

*hat Innenarchitektur und Architektur studiert. Er ist Inhaber des Architekturbüros Höferlin & Höferlin in Blomberg. Das fünfköpfige Planungsteam entwickelt spezielle Konzepte zur Optimierung der Abläufe sowie zur Verbesserung von Struktur und Optik. Mittlerweile ist das Team auf außergewöhnliche Konzepte für Apotheken spezialisiert. 2007 gewann es den 1. Preis des ABDA-Wettbewerbs „Beratung braucht Diskretion“ für Apothekeneinrichter.*

MARKETING/VERKAUF

## DISKRETION – GESCHÜTZTE BEREICHE FÜR PERSÖNLICHE BERATUNG

Jeder kennt die Diskretionszonen bei Post, Banken und auf Ämtern. Mit mäßigem Erfolg wurde dieses Konzept bisher auf Apotheken übertragen. Das Ergebnis dieser Bemühungen ist eben nur eine Kopie: Der gravierende Unterschied liegt darin, dass wir in der Apotheke in gleichem Maße Diskretion wie Kommunikation haben wollen. Das sind jedoch offensichtlich absolute Gegensätze – ein Dilemma, das es im Folgenden zu lösen gilt.

Der Marktplatz „Apotheke“ ist eine sensible Zone. Der Patient will Information und Beratung von einem sachkundigen Partner, und er möchte sie in einer vertrauensvollen und sicheren Atmosphäre vermittelt bekommen. Sensible Themen werden nicht in der Öffentlichkeit besprochen. Basierend auf diesen Überlegungen hat sich das Architekturbüro Höferlin & Höferlin immer eingehender mit dem Spezialthema „Diskretion“ beschäftigt.

Eine Übertragung der bestehenden Konzepte aus Bank, Post etc. ist ohne präzise Überarbeitung nicht zielführend. Der Unterschied ist, dass Geschäfte in Bank und Post zwar diskret abgewickelt werden sollen, aber dafür die Einhaltung eines Abstands völlig ausreicht. In der Regel geht es ja auch nur um Überweisungen, Unterschriften oder Auszahlungen. Konkrete Beratung wird auch in Banken separat erledigt.

In der Apotheke hingegen spricht der Kunde über ein Krankheitsbild oder ein körperliches Handicap – etwas, was ihm möglicherweise peinlich ist. Hier ist eine ganz andere Wertung des Bedarfs nach Diskretion je nach Abhängigkeit von der besonderen Situation jedes Kunden notwendig. Optimal umsetzen lässt sich eine diskrete Beratung zum Beispiel durch den Einsatz des Beratungszylinders (vgl. weiter unten Punkt 3). Er wird momentan erstmalig in einer Apotheke in Holzkirchen eingesetzt. Bereits während der Montage konnten erste sehr positive Kundenmeinungen registriert werden.

Mit dem 2007 ausgelobten Wettbewerb „Beratung braucht Diskretion“ der Bundesapothekerkammer und der ABDA war uns klar, dass das Thema in Zukunft immer mehr an Bedeutung gewinnen würde. Unser damaliger Wettbewerbsbeitrag war quasi die Initialzündung für eine sehr interessante und andauernde Diskussion um dieses Thema.



→ BERATUNGSMUSCHEL

## ARCHITEKTONISCHE MÖGLICHKEITEN

Wer kennt nicht die Situation, dass der Kunde offensichtlich etwas auf dem Herzen hat, sich aber nicht traut, das im Bereich des HV auch zu sagen. Hier sind gute Konzepte und Ideen gefragt. Die folgenden innenarchitektonischen Beispiele zeigen eine logische Entwicklung in diesem Themenfeld auf. Dabei verzichte ich bewusst auf bekannte Varianten wie den normalen Beratungsraum oder eine Abtrennung zwischen den Verkaufsplätzen bei Block- und Doppel-Handverkäufen.

### 1. DER EINZEL-HANDVERKAUF

Der Einzel-Handverkauf ist das einfachste Mittel, um eine diskrete Atmosphäre zu

schaffen. Allerdings begibt man sich hier auf eine Gratwanderung zwischen Größe und Warenpräsentation. Je kleiner und kompakter der HV, desto weniger Ware kann platziert werden. Aber je kompakter der Handverkauf, umso mehr ist den Kunden klar, dass hier nur eine Person zu stehen hat.

### 2. DIE DISKRETIONSMUSCHEL

Bei der Diskretionsmuschel handelt es sich um ein System aus Sicht-, Freiwahl und Einzel-Handverkauf, das sowohl themenorientiert als auch ganz universell aufgebaut sein kann. Auf jeden Fall ist durch die halbkreisförmige Anordnung ein vertrauliches Gespräch mitten in der Offizin gewährleistet.



### 3. DER BERATUNGSZYLINDER

Der Beratungszylinder ist die logische Weiterentwicklung der Diskretionsmuschel. Die Option, den Raum einfach mit runden Türen zu verschließen, wenn dafür Bedarf entsteht, führt uns quasi zu einem kleinen Raumwunder. Für den Fall, dass das Element offen bleibt, verschwinden die Türen einfach hinter den Frei- bzw. Sichtwählelementen. Es ist nicht nötig, den Zylinder immer komplett zu schließen. Je nach Diskretionsbedarf kann er auch halb geöffnet bleiben oder zu zwei Dritteln verschlossen sein. Jede Situation hat hier ihre eigene Dynamik.

Man könnte nun vermuten, dass der Zylinder nur für große Apotheken geeignet ist, aber das genaue Gegenteil ist der Fall. Gerade in der kleinen Offizin lässt er sich

nahezu optimal einsetzen und führt zu besten Ergebnissen.

### 4. AKUSTISCH WIRKSAME MATERIALIEN

Falls nun wirklich überhaupt keine Möglichkeit zum Einbau einer der genannten Varianten besteht, aber dennoch die Schallübertragung verringert werden soll, dann sollte der Einsatz von akustisch wirksamem Material geprüft werden. Es verringert durch Absorption die Übertragung von Schallwellen erheblich.

Selbst der Einsatz von entsprechenden Deckensegeln bringt schon erhebliche Verbesserungen. Die Materialien können auch für den Einbau von Lichtelementen genutzt werden und erfüllen dann gleich zwei Funktionen. Die Auswahl an Farben

ist groß, sodass hier für nahezu jede Apotheke eine passende Lösung gefunden werden kann.

Abschließend wären noch Kombinationsmöglichkeiten zu nennen. Akustisch wirksame Materialien können auch zusätzlich im Beratungszylinder oder in der Diskretionsmuschel eingesetzt werden, womit dann ein Höchstmaß an Qualität erreicht wird.

Nachdem nun schon viele Apotheken mit den genannten Systemen ausgerüstet wurden, ist es möglich, ein Resümee zu ziehen:

- Der Einzel-Handverkauf bewirkt tatsächlich, dass sich die Kunden nur einzeln in die offensichtliche Beratungszone begeben. Sie warten, bis sie an der Reihe sind. Dazu ist in aller Regel eine zusätzliche Markierung im Bodenbelag notwendig.
- Bei der Beratungsmuschel ist der Wunsch nach Diskretion derart offensichtlich, dass selbst auf eine zusätzliche Markierung im Bodenbelag verzichtet werden kann. Es ist einfach unangenehm, wenn fremde Personen einem Beratungsgespräch zu nahe kommen. Das merkt jeder Kunde und verhält sich entsprechend.

- Der Beratungszylinder ist äußerst variabel einsetzbar, je nach Bedarf ist er offen, halb offen oder geschlossen. Sein Aufbau bringt es mit sich, dass hier überhaupt keine Zweifel aufkommen können; es ist völlig klar, dass nur nach Öffnung des Zylinders der nächste Kunde Zutritt hat.