

NEU: MEMBERKARTE UND START-UP IN BERN

Zwei Ereignisse prägten das Frühjahr bei Dromenta: die Lancierung einer Kundenkarte, die für die fünf führenden Naturkosmetik-Marken eingesetzt werden kann. Sodann die Eröffnung eines ganz besonderen Dromenta-Start-ups: der Naturdrogerie Bern.

Seit über 15 Jahren setzt Dromenta in der Kommunikation und der Sortimentsausrichtung erfolgreich auf das Thema Natur. Die Ende April lancierte Naturkosmetik-Kundenkarte ist für die Kunden und Mitglieder ein neues wichtiges Marketingtool, das mit einem Novum aufwartet. «Das Spezielle an der neuen kostenlosen Kundenkarte ist, dass sie für fünf Naturkosmetik-Marken gilt», erläutert Markus Koch, der Geschäftsführer der Dromenta AG. «Mit der Naturkosmetik-Memberkarte, die in allen Dromenta-Geschäften gültig ist, bringen wir als Erste die fünf führenden Naturkosmetik-Marken in der Schweiz unter einen Hut: Goloy 33, Dr. Hauschka, Lavera, Santaverde und Weleda. Dank der vertrauensvollen Zusammenarbeit, die uns seit Jahren mit diesen Firmen verbindet, war es möglich geworden, sie bei uns an einen Tisch zu bringen. Wir stellten unser Konzept vor, das dann gemeinsam weiterentwickelt wurde.»

Wie wird die Memberkarte eingesetzt? Koch: «Hat der Kunde für 250 Franken eingekauft – egal ob nur von einer der fünf Marken oder assortiert –, erhält er bei seinem nächsten Naturkosmetik-Einkauf einen Gutschein über 25 Franken: Dies entspricht einem Rabatt von 10 Prozent. Einlösbar ist der Gutschein beim nächsten Naturkosmetik-Einkauf, wobei der Kunde unter den fünf Marken frei wählen kann. Dadurch ergibt sich für ihn ein Anreiz, auch einmal eines der teureren Produkte auszuprobieren.»

Michael Moser, Geschäftsleitung Dromenta AG, ergänzt: «Die Kundenkarte gilt neben schon bestehenden Kundenkarten der einzelnen Geschäfte unserer Mitglieder. Verfügt ein Geschäft bereits über ein Bonusprogramm oder gibt beispielsweise ProBon-Marken ab, addiert sich der Rabatt der Dromenta-Kundenkarte dazu. Je nach Geschäft kann so der Gesamtrabatt bis zu 17 Prozent ausmachen.» Doch nicht nur von Rabatten

würden Memberkarten-Kunden profitieren, sondern u. a. auch von Aktionen und den aktuellsten Informationen aus der Welt der Naturkosmetik.

Kundenbindung und Leaderstellung

Auf die neue Memberkarte würden die Kunden nicht nur von den Teams der Dromenta-Geschäfte aufmerksam gemacht. Koch: «Wir werben für die neue Karte mit attraktiven Strassenplakaten, sodann auf unserer Website, in unserem Konsumentenmagazin «meine gesundheit» und unserem Gratis-App.»

Die Memberkarte verstehe sich auch als Gegenpol zum Internet- und Auslandeinkauf sowie als Kundenbindungsinstrument, sagt Michael Moser. Markus Koch ergänzt: «Mit der neuen Kundenkarte bauen wir die Position und die Kompetenz am Markt aus, die wir als Dromenta mit Naturkosmetik haben und in Drogerien und Apotheken führend sind.»

DIE ERSTE
NATURKOSMETIK
MEMBERKARTE
DER SCHWEIZ

Profitieren Sie von Rabatten, Aktionen und den aktuellsten Informationen aus der Welt der Naturkosmetik.

Alle weiteren Informationen finden Sie unter www.meinegesundheits-online.ch



NATURKOSMETIK
MEMBERKARTE



Marlen Aeschlimann (links) und Regula Schild teilen sich die Geschäftsführung des neuesten Dromenta-Start-ups: der Naturdrogerie Bern.

Neues Start-up: Naturdrogerie Bern

«Anfang Mai ist das neueste Dromenta-Start-up eröffnet worden», sagt Michael Moser. «Regula Schild und Marlen Aeschlimann haben die Drogerie Rutschi in Bern von Inhaber Fritz von Allmen übernommen und zur «Naturdrogerie Bern» umgewandelt. Im Frühling 2015 hatte Herr von Allmen den Standort Dromenta zu extrem fairen Konditionen angeboten. Wir liessen eine Standortanalyse machen und sahen: Das Geschäft hat Zukunftspotenzial. Via HF-Pool konnten wir es dann den beiden Drogistinnen vermitteln. Bei der Übernahme halfen wir, wo immer es gewünscht war: bei den Vorbereitungen, der Budgetierung, den Verhandlungen, Abwicklungen, beim Umbau ... Ebenso engagierte sich Dromenta finanziell am Projekt.»

Ein Glücksfall ... und professionelle Unterstützung

«Der HF-Pool ist ein Glücksfall», sagt Regula Schild. «Marlen Aeschlimann und ich hatten uns vor dem regionalen HF-Pool-Treffen im letzten Herbst nicht gekannt. Von Patricia Moser habe ich erfahren, Herr von Allmen wolle sein Geschäft verkaufen. Ich meldete mein Interesse an. Da ich aber nicht mehr zu 100% als Drogistin arbeiten wollte, weil ich in der Stadt Bern eine Praxis in chinesischer Medizin führe, fragte ich, ob ein Jobsharing möglich sei? Da hat mich Patricia Moser mit Marlen Aeschlimann bekannt gemacht.» Danach sei alles schnell gegangen: «Marlen und ich haben unser Interesse am Projekt angemeldet, und bald darauf fand ein Treffen mit Patricia und Michael Moser statt.»

«Das Treffen war sehr konstruktiv», erinnert sich Marlen Aeschlimann. «Es gab kein langes Reden um den heissen Brei, sondern es wurde gegessen.» Regula Schild: «Wir haben gemerkt, wie extrem erfahren Dromenta mit Übernahmen ist und sich in der Branche hervorragend auskennt. Sie unterstützten uns bei Liegenschaftsverwaltungsverhandlungen, organisierten Vertragssachen, Kaufverträge, Arbeitsverträge ... Es war super.»

Viele Ideen und ein Neuanfang

Nach dem ersten Augenschein am neuen Standort stand bald fest, was sich alles verändern sollte. Regula Schild: «Wo die Reformecke war, sollte eine neue Laborbox hinkommen mit Schaufenstern zum Verkaufsraum hin. Weiter planten wir einen neuen Boden mit Holzstruktur sowie hellere Leuchten, denn die Kunden sollten sich rundherum wohlfühlen. Geplant war auch, die Gestelle von VisioTop (adroplan) neu einräumen zu lassen. Und nicht zuletzt ein neuer Name – Naturdrogerie Bern – und ein neues Logo. Für dieses wählten wir einen Ausschnitt aus einem Scherenschnitt, den Wendy Perren-Novell in St. Stephan im Simmental für uns angefertigt hat. Mit all diesen Massnahmen wollten wir frischen Wind reinbringen, aber zugleich die Stammkunden behalten. Wir planen zudem, mehr Hausspezialitäten anzubieten; eine unserer Stärken ist das Herstellen von Schlüsselersalzmischungen auch in Pulverform.»

«Weil die Ladenfläche relativ klein ist, mussten wir Prioritäten setzen», sagt Marlen Aeschlimann. «Bei uns im Vordergrund stehen ganz

klar Naturheilmittel, Naturkosmetik und gesunde Ernährung. Mit diesen drei Bereichen möchten wir uns bei den Kunden profilieren. Mit unserem Auftritt wollen wir zudem auch neues Kundensegment ansprechen: die Jüngeren hier im aufstrebenden Quartier.»

Erfolgreiches Dromenta-Start-up

Dass das Konzept der Naturdrogerie Bern – sie ist noch die einzige klassische Drogerie in der Stadt Bern – stimmig ist, zeigen die vielen positiven Kundenreaktionen nach der Eröffnung. Für den Erfolg des Projekts waren innere, vor allem aber äussere Faktoren ausschlaggebend.

Marlen Aeschlimann: «Ich hatte mich im Vorfeld dem Gegenwind des beruflichen Umfelds entgegengestellt, blieb offen und optimistisch: Dies hat sich gelohnt.»

Regula Schild: «Ohne Dromenta wäre dieser Standort höchstwahrscheinlich geschlossen worden. Der HF-Pool hat uns schnell und unkompliziert mit den Personen zusammengebracht, die das Projekt umsetzen. Wann immer Fragen auftauchten, konnten wir Markus Koch oder Michael Moser anrufen und erhielten Unterstützung. Es war sehr hilfreich, mit Dromenta als kompetentem Partner zusammenarbeiten zu können.» //

Weitere Informationen

Dromenta AG
Rudolfstrasse 10
8008 Zürich
Tel. 044 380 42 02
Fax 044 380 42 03
info@dromenta.ch
www.dromenta.ch

