

## Galenicare mit grösstem Apothekennetz

# Mit Amavita in die Zukunft

Amavita heisst die neue Marke, unter der Galenicare ihre Apotheken zusammenfasst. Amavita ist mit bald 100 Verkaufspunkten das grösste Apothekennetz der Schweiz. Die Tochtergesellschaft von Galenica vereinfacht damit ihre Strukturen und schafft eine klare Positionierung.

Nahezu 100 eigene Apotheken unter 100 verschiedenen Namen und ähnlich vielen verschiedenen Kulturen – eine riesige Herausforderung für Marketing, Werbung und Identität.

### Projekt One

Um die Struktur zu vereinfachen, hatte die Geschäftsleitung von Galenicare beschlossen, die eigenen Apotheken im Projekt ONE – «one brand, one chain, one culture» – organisatorisch unter der neuen Marke Amavita mit einem einheitlichen Erscheinungsbild zusammenzuführen. Damit verbunden sind Rationalisierungseffekte bei Systemen und Prozessen sowie das Schaffen einer «unité de doctrine» mittels einer klaren Strategie und Positionierung – auch zugunsten der Mitarbeitenden. Am 20. August erfolgte der offizielle Startschuss für die gesamtschweizerische Einführung der neuen Marke. Bis Ende November werden alle Apotheken das neue Erscheinungsbild von Amavita aufweisen.

### Service, Preis und Sicherheit

Service wird als eine der drei Säulen bei Amavita umfassend interpretiert. Dienstleistungsqualität hört bei Amavita nicht beim Ausgang eines Verkaufspunktes auf. Um auch ausserhalb der Apotheke die Sicherheit zu gewährleisten, werden bei Hauslieferungen definierte Standardprozesse angewendet, wobei ausschliesslich pharmazeutisch ausgebildetes Fachpersonal eingesetzt wird. Top-Qualität beim Service bedingt ständige Schulung der Mitarbeitenden. Top-Qualität beim Service bedingt ständige Schulung. Amavita betreibt zu diesem Zweck eine eigene Schulungsabteilung, die vom Schweizerischen Apothekerverband als Fortbildungsveranstalter im Bereich Offizinpharmazie anerkannt ist. Bei der Preisgestaltung bietet Amavita permanent vorteilhafte «Grüne Preise» auf einer Vielzahl von Produkten sowie saisonale Aktionen. Kernstück ist die bei den Victoria-Apotheken in der Romandie bereits bewährte «StarCard», die Amavita auch in der Deutschschweiz einführt. Sie belohnt die Kundentreue mit Sternen, die die Kunden in den Amavita-Apotheken in bares Geld oder vorteilhafte Einkaufsgutscheine umwandeln können.

Sicherheit wird bei Amavita ebenfalls gross geschrieben: Die Sicherheitsgarantie sowie die Führung des Patientendossiers sorgen für eine optimale Therapie und schaffen bei den Kunden das notwendige Vertrauen. Die Amavita Apotheken werden ständig von Testkäufern überprüft; die Qualitätssicherung ist vergleichbar mit dem QMS-Standard des Schweizerischen Apothekenverbandes.

Die Sicherheitsgarantie von Amavita ist einzigartig. Sie bestätigt die Prüfung von Rezepten anhand eines einheitlichen 5-Punkte-Standards. Damit bestätigt Amavita ihren Kundinnen und Kunden, dass alle Faktoren, die zu einer optimalen Therapie gehören, berücksichtigt wurden.

### Einbezug der Mitarbeitenden

Ein derart ambitioniertes Projekt wie die Neueinführung einer Apothekenmarke ist nur erfolgreich zu gestalten, wenn sich alle Mitarbeitenden dafür engagieren. In mehreren Etappen sind deshalb das Management und die Mitarbeitenden in das neue Konzept eingeführt worden. Nachdem im April die Geschäftsführerinnen und -führer der Apotheken in einem interaktiven Prozess in regionalen Workshops mehr über das Konzept, das Erscheinungsbild und die Ziele von Amavita erfahren konnten, haben sich an vier Anlässen mit Referaten und Gruppenarbeiten dann auch die rund 1200 Amavita-Mitarbeitenden für die neue Marke begeistert. ■



### Top-Beratung und attraktive Preise

Amavita verknüpft die Stärken von lokal verankerten Apotheken mit jenen eines grossen schweizerweiten Netzes: individuelle Top-Beratung und gleichzeitig attraktive Preise. Die Zugehörigkeit zum grössten Apothekenverbund der Schweiz bietet Gewähr für einen umfassenden Know-how- und Dienstleistungstransfer, so dass ein überaus attraktiver Leistungsmix resultiert. Die Grösse von Amavita ermöglicht es auf der anderen Seite, den Kunden attraktive Preise anzubieten.

Zwar will sich die Gruppe auf das Kerngeschäft mit rezeptpflichtigen Medikamenten und OTC-Präparaten konzentrieren; Nebengeschäfte wie Naturheilmittel, Beauty- und andere Nischenprodukte sowie Parfümerie-Produkte werden aber im Angebot auch nicht vernachlässigt.

**AMAVITA**   
MEINER GESUNDHEIT ZULIEBE

Informationen:  
[www.amavita.ch](http://www.amavita.ch)