

AUF ZU NEUEN UFERN

So reich an positiven Überraschungen war noch keine der jährlichen Standortbestimmungen der Topwell Apotheken AG. An der 8. TopLounge konnten die 130 Gäste aus der Industrie auch hautnah den neuen Markenauftritt erleben. Erfolgreiche Unternehmen, so der bekannte Gastreferent Felix Thönnessen, müssten «bereit sein für neue Wege».



1 Gast-Referent Felix Thönnessen 2 Topwells neues Erscheinungsbild 3 CEO Tayaout Hervé Perret 4 Claudia Mumenthaler und Oliver Lüscher (Parsenn Produkte AG)
5 Rebecca Guntern Flückiger (Sandoz Pharmaceuticals AG), Rinaldo Just (Towell AG Apotheken) 6 Marco Heilig und Daniel Hummel (Mepha Schweiz AG) v. l. n. r.
7 Susanne Ruf (Pierre Fabre) und David Teleki (L'Oreal)

«Wenn Sie jemanden sagen hören: «Das haben wir schon immer so gemacht», dann ist es Zeit, etwas Neues zu beginnen», sagte Start-up-Coach Felix Thönnessen in seinem Gastreferat an der 8. TopLounge im Casino Winterthur. «Wichtig für den langfristigen Erfolg eines Unternehmens ist die Bereitschaft, neue Wege zu gehen.»

Erfolgreiche Wachstumsstrategie

2017 hat Topwell eine neue Strategie mit acht Handlungsfeldern definiert, die bereits sichtbare Erfolge verzeichnet. «Wir sind dieses Jahr hervorragend gestartet und haben eine Umsatzsteigerung im zweistelligen Bereich», so Topwell-CEO Tayaout Hervé Perret. «Dieses Jahr planen wir, die 150-Millionen-Grenze zu knacken. Wachstum und Grösse sind entscheidend: Für 2018 haben wir bereits fünf neue Verträge mit Apotheken.» «Das Allerwichtigste für uns sind jedoch unsere

Mitarbeitenden, für die wir viel machen. Dass sie sich viel wohler fühlen, spiegelt auch die Fluktuationsrate, die innerhalb eines Jahres auf die Hälfte gesunken ist und noch nie so tief war.»

Neue Marke, neue Positionierung

«Topwell positioniert sich neu», sagte Rinaldo Just, Leiter Marketing und Verkauf. «Das Erscheinungsbild wird frischer, moderner, das Logo stimmiger – so, dass klar ist, wer wir sind: eine Apotheken-Kette». Bis Ende 2020 werden alle Standorte neu beschriftet sein. «Mit dem neuen Claim «Ganz bei Ihnen» rückt die Nähe zum Kunden ins Zentrum. Durch den neuen Imagespot wird die Nähe zum Menschen noch intensiver präsentiert. Und die Botschaft «Am Puls der Zeit» soll mehr als Fachkompetenz vermitteln.» Die Topwell-Gruppe wird, so Rinaldo Just, die Digitalisierung weiter vorantreiben, die Onlinepräsenz verstärken, mit Info-

Top ein neues Kundenmagazin lancieren und wie bis anhin auf Einkaufserlebnisse setzen.

Mit Rauch und Licht perfekt inszeniert, präsentierte Topwell-CEO Tayaout Hervé Perret anschliessend das neue Erscheinungsbild realitätsnah indem die Apotheke im neuen Erscheinungsbild nachgebaut wurde, sodass sich die Gäste beim Apéro rüch und dem Netzwerken auf die Topwell-Zukunft einstimmen konnten.

Weiterentwicklung Topwell Gruppe

«Unser Verwaltungsrat prüft verschiedene Zukunftsmöglichkeiten für Topwell. Gesucht wird ein Aktionariat, welches die Weiterentwicklung der Topwell-Gruppe im Sinne der verabschiedeten Strategie 2017/2018 weiterführt. Oberstes Ziel ist die umfassende Weiterführung der heutigen Geschäftstätigkeit mit allen Mitarbeitenden am Hauptsitz Winterthur und den Standorten.» //