

Der Schmetterling lernt fliegen

Wie bringe ich Diskretion und Transparenz sowie mehr Innovation und Individualität in die Apotheke? Auf diese Frage gaben Dominik Saner und Bruno Steiger eine bestechende Antwort, zu der auch die neue Apotheke bei der Basler Markthalle gehört. Analoge Entwicklungsprozesse werden auch Mitbewerber durchlaufen müssen, um bestehen zu können.

Jürg Lendenmann



Dominik Saner, Apotheker in dritter Generation und Naturarzt, ist Hauptaktionär und Namensgeber der Saner Apotheke AG mit Sitz in Arlesheim (www.saner-apotheke.ch). Seine Leidenschaft für natürliche Heilmethoden und Naturheilpflanzen hat er von seinem Grossvater geerbt.

Ungewöhnlich: Die Kunden haben Einblick in vier Fünftel des Ladens, sogar ins Chef-Büro; alle Mitarbeitenden sind auf der Verkaufsfläche, der Raum ist hell und offen, die Kunden können zirkulieren. Alles sieht selbstverständlich aus. Doch das Konzept, das hinter der kürzlich eröffneten Apotheke neben der Basler Markthalle steckt, ist das Ergebnis eines fast zweijährigen Entwicklungsprozesses, der noch immer andauert.

Transparenz und Diskretion

«Mit der Raumgestaltung wollen wir zwei Punkte umsetzen, die in Apotheken häufig ungelöst sind: Transparenz und Diskretion», sagt Apotheker Dominik Saner und weist auf die Zonen, die den unterschiedlichsten Bedürfnissen an Diskretion entsprechen. «So fühlen sich die Kunden wohl.» Zum Wohlfühlen trägt auch das schnelle Sich-

zurechtfinden bei. Marketing- und Kommunikationsberater Bruno Steiger – er gehört neben Saner, der Ita-Wegman-Klinik und Weleda dem Aktionariat an – erklärt: «Wir haben eine klare Trennung zwischen Selbstwahl und jenen Tätigkeiten, bei denen es Beratung braucht. Als Orientierungshilfe für die Kunden sind den fünf Selbstwahlsektoren – Naturheilmittel, Ernährung, Körper & Seele, Mutter & Kind, Naturkosmetik – Farben zugeordnet; sie erscheinen auch in der Schlange des modernisierten Logos.»

Das Sortiment wurde der Hauptzielgruppe «weiblich, zwischen 25 und 65» angepasst und der Komplementärmedizin besonderes Gewicht verliehen, da diese, so Saner, eine Nische mit Potenzial sei, die von Apotheken noch sehr stiefmütterlich behandelt werde.

Ein langer Prozess

Am Anfang stand die Vision: Es sollte eine ganzheitlich-integrative Apotheke werden, in der die Kundinnen und Kunden eine echte Wahl haben zwischen den Therapien der Schul- und Komplementärmedizin. «Wir stellten mehrere Fokusgruppen auf die Beine, zu denen wir Netzwerkpartner, Apotheker, Architekten und Kunden einluden», erinnert sich Saner. Anhand der Resultate der ersten Diskussionen brachte dann Geschäftspartner Steiger die Vision zu Papier. Die passende «Bühne» dazu entstand in enger Zusammenarbeit mit Szenografen des Ateliers Papenfuss.

Ein wichtiges Element im Entwicklungsprozess war das ständige Hinterfragen. «Es war eine Gratwanderung», sagt Saner. «Denn es galt herauszufinden: Wie weit können beziehungsweise müssen wir uns von der traditionellen Apotheke wegbewegen, damit der Kunde uns noch als Apotheke erkennt, aber auch den Unterschied zu einer Kettenapotheke noch wahrnimmt.»

Individualität und Innovation

Wolle der Apotheker ein glaubwürdiger Gesundheitsdienstleister werden, müsse es einen Rollen- und Imagewandel geben. Zwar laufe auf Weiterbildungsebene sehr viel, doch würden die Bühne und das Sortiment der Entwicklung hinterherhinken. «Die Pharmazie hat heute zu wenig Individualität, aber auch zu wenig Inno-

vation. Es geht darum, für seine Vision die individuelle Bühne und das individuelle Sortiment zu bauen. Auf diese Weise kann man sich differenzieren», sagt Saner und nennt drei Unternehmen, die diesen Weg gegangen sind: NatureFirst, die Naturathek und die Apotheke St. Peter. «Spannend ist zu sehen, dass diese drei Geschäfte mit hohem Individualisierungsgrad auch in der Komplementärmedizin tätig sind. Denn die Komplementärmedizin ist eine individualisierende Medizin, während die Schulmedizin standardisiert.»

Die Vision leben

«Nur aus dem Dialog heraus kann etwas wirklich Neues entstehen, und das geht über Bühne und Sortiment weit hinaus», sagt Saner. «Während des ganzen Prozesses hat uns ein Organisationsentwickler begleitet. Ein wichtiges Unterscheidungsmerkmal zu früher ist, dass wir heute die Mitarbeitenden dialogisch führen und deren Dialogfähigkeit fördern. Denn die Kultur, die man schafft, muss von den Mitarbeitenden mitgetragen und im Kontakt mit den Kunden wahr werden.» Der Kundenkontakt sei nicht dazu da, möglichst viel zu verkaufen, sondern Wünsche zu erfüllen und Lösungen zu offerieren. Denn nur wenn der Kunde zufrieden sei, komme er wieder.

Damit die Vision gelebt werden könne, müssten auch die Mitarbeitenden fachlich fit sein. Nur wenn diese Voraussetzung erfüllt sei, könne der Kunde so umfassend beraten werden, dass er eine echte Wahl zwischen Schul- und Komplementärmedizin habe und Selbstverantwortung am Gesundheitsprozess übernehmen könne. Saner: «Im Gegensatz zur Schulmedizin, die auf die Entstehung der Krankheit – die Pathogenese – fokussiert, steht bei der Komplementärmedizin die Gesundheitsentstehung – die Salutogenese – im Zentrum. Wir sehen uns als Begleiter der Kunden in diesem Prozess.»

Ein starkes Profil strahlt aus

Um die Beratungsqualität zu erhöhen, versuchen die Saner Apotheken intern das Expertentum zu fördern. Die über 30 Mitarbeitenden der drei Apotheken in drei Kantonen werden vor allem durch interne Ausbildungszyklen geschult



Individuell, innovativ und mit einer wohltuenden Harmonie sind die neuen Saner Apotheken in Dornach und Basel Markthalle eingerichtet.



Bruno Steiger: «Das neue Logo ist moderner und ernsthafter geworden; der Brand ist stärker gewichtet.»

in integrativer Naturheilkunde mit Schwerpunkt anthroposophische Medizin.

Wie hilfreich ein klares, eigenständiges Profil sein kann, zeigt Bruno Steiger auf: «Nur durch Mund-zu-Mund-Propaganda hatten wir schon vor der ersten und einzigen Inseratenrunde 80 Prozent aller Mitarbeitenden für die neuen Standorte.» Um den Bekanntheitsgrad zu erhöhen, ergänzt Saner, sei es wichtig, Netzwerke zu

pflegen: «Wir arbeiten sowohl mit schulmedizinischen Ärzten zusammen wie mit komplementärmedizinischen Ärzten und Therapeuten.»

Der Schmetterling fliegt aus

Dominik Saner, der mit einem kurzen Unterbruch seit 15 Jahren auch als Naturarzt tätig ist, bietet seit der Eröffnung der Apotheke in Dornach Fachberatungen in Homöopathie und Na-

turheilkunde an. Die letzten zwei Jahre vergleicht er mit einem Schmetterlingsprozess: Während der Verpuppung hätte oft Chaos geherrscht. «Doch jetzt ist der Kokon aufgerissen, der Schmetterling muss fliegen lernen. Meine Arbeit wird es sein, ihn auf seinem Flug zu begleiten.» ■