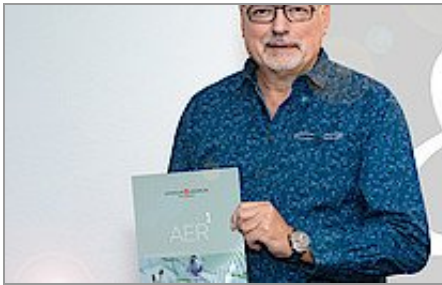


AER 2 UND 3

Höferlin: Digitale Unternehmensberatung vom Apothekeneinrichter

APOTHEKE ADHOC, 29.01.2021 14:12 Uhr



Von Inneneinrichtung bis Außendarstellung: Michael Höferlin bietet mit dem Tool AER2 eine digitale Unternehmensberatung für Apotheken an.
Foto: Höferlin & Höferlin

Berlin - Michael Höferlin ist eigentlich auf Inneneinrichtung und Apothekenarchitektur spezialisiert. Doch deren Ästhetik und Praktikabilität dient vor allem einem Zweck: dem unternehmerischen Erfolg. Entsprechend ging Höferlins Fokus in den vergangenen Jahren immer weiter über Optik und Haptik hinaus in angrenzende Themengebiete wie Marketing und betriebliche Organisation. Jetzt bietet er den Apotheken erstmals ein digitales Analysetool für das eigene Unternehmen – auf dessen Grundlage man sich auch einen vollständigen Bericht anfertigen lassen kann.

„Wenn ich von Apothekern wissen will, wann sie das letzte Mal auf die andere Straßenseite gegangen sind und geschaut haben, wie ihre Apotheke von dort wirkt, schaue ich oft in fragende Gesichter“, erzählt Höferlin. „Es fehlt einfach oft das Bewusstsein, die Dinge aus Kundensicht zu sehen.“ Seit Jahren bietet Höferlin mit dem Apothekeneinrichtungsratgeber (AER) einen „Fahrplan und Wissensvermittler für den Neubau oder die Umgestaltung von Apotheken“, wie er selbst es ausdrückt. Von Wegeführung über Beleuchtung bis Außenwirkung führt er damit durch das große Einmaleins der Apothekeneinrichtung.

Doch ein schöner Betrieb reicht heute nicht mehr. „Die Anforderungen haben sich in den letzten zehn Jahren wirklich massiv geändert. Früher wurde umgebaut und fertig. Heute sind Apotheken viel individueller und dementsprechend spielen Aspekte wie Marketing, Erkennbarkeit und Unterscheidbarkeit eine viel größere Rolle“, sagt er. Deshalb hat Höferlin seinen Beratungshorizont schon vor Jahren auf andere Themen von der Standortanalyse bis zum Internetauftritt der Apotheken aus. Und all diese Themen gehören zusammen. „Ich analysiere beispielsweise auch, wie die Homepage der Apotheken zu Angebot und Standort passen. Ich hatte schon Kunden, deren Kundschaft fast nur aus Senioren bestand – und die dann auf ihrer Webseite Babypflege und Milchpumpen hervorgehoben haben.“ Daran wiederum schließen sich noch grundlegendere Fragen an: „Man muss auch immer wieder sein eigenes Produktportfolio reflektieren und überlegen, ob es den Bedürfnissen der Mehrheit der eigenen Kundschaft entspricht.“

Bisher bot er Beratungsleistungen auf dem klassischen Wege an, der AER sei dafür „die Einstiegsdroge“ gewesen, wie er sagt, die einen Einblick in die Situation gibt, für die gerade aktuellen Themen sensibilisieren soll. Nun hat er mit dem AER2 auch ein digitales Tool im Portfolio: Interessierten Apothekerinnen und Apotheker können bei Höferlins Planungsteam in Detmold ein Login anfordern und die Arbeit an der eigenen Unternehmensentwicklung dann auf dem Portal digital durchführen. In mehreren Themenblöcken von Einrichtung über betriebliche Organisation bis zum Marketing füllen

Inhaberinnen und Inhaber Fragebögen aus, insgesamt rund 60 Seiten.

Die erfassten Daten können dann zwischengespeichert und bei Bedarf ergänzt werden. Das Arbeits-Tool soll damit eine Selbstanalyse der Apotheke und ihres Umfelds ermöglichen. Daraufhin können die Anwender einen PDF-Abschlussbericht in Form eines Dossiers ausdrucken, der Grundlage für eine umfassende Auswertung und Handlungsempfehlungen für die Weiterentwicklung der analysierten Apotheke und ihres Apothekenstandorts bieten soll. Das Angebot kann auf Anfrage komplett kostenlos genutzt werden.

Allerdings ist man sich selbst nicht immer der beste Ratgeber, sagt Höferlin: „Es ist für einen Außenstehender wesentlich einfacher, da den Finger in die Wunde zu legen und zu bohren als sich selbst zu reflektieren.“ Das Dossier könne man deshalb professionell auswerten und auf seiner Basis einen händisch erstellten Abschlussbericht samt Kommentaren zu den einzelnen Ergebnissen erstellen lassen. 500 Euro nimmt Höferlin dafür, betont aber: „Das ist recht preiswert im Vergleich zu anderen Unternehmensberatungen, weil wir die Einstiegshürde möglichst geringhalten wollten.“ Bei Analyse, Bewertung und Formulierung von Empfehlungen sei er selbst federführend, beziehe dabei allerdings in bestimmten Fachthemen wie Finanzen und Automatisierung auch externe Experten hinzu.

„Im Endeffekt raten wir dann keineswegs immer zu Umbauarbeiten oder ähnlichem, sondern raten oft auch von bestimmten Maßnahmen ab, wenn sie keinen ausreichenden Nutzen bringen“, sagt er. „Als Ergebnis kann auch die Überprüfung organisatorischer Abläufe, des Produktportfolios oder eine Teamschulung stehen.“ So falle ihm regelmäßig auf, dass Apotheken bis heute mit statischen hierarchischen Strukturen arbeiten, in denen Teamarbeit ein Fremdwort sei. „Wir hatten beispielsweise einmal ein Projekt, da wollten wir umbauen und das Team wusste gar nicht Bescheid. Da standen die Handwerker mit dem Werkzeug vor der Tür und der Chef hatte seinem Team gar nicht mitgeteilt, dass er umbauen lässt. Das ist natürlich ein Extrembeispiel, aber es zeigt, wie wichtig es ist, bei solchen Maßnahmen vorher das Team mit an Bord zu holen und auch Reflektionen einzuholen. Viele Probleme kann man ganz einfach abstellen, indem man miteinander kommuniziert.“

Quellen-URL:

<https://www.apotheke-adhoc.de/nachrichten/detail/markt/hoeferlin-digitale-unternehmensberatung-vom-apothekeneinrichter/>