

PORTRÄT DER „APOTHEKE AM NEUMARKT“ IN KÖLN

„Der Patient soll die Apotheke mit einem besseren Gefühl verlassen, als er sie betreten hat“

KÖLN / STUTTGART - 25.08.2017, 11:30 UHR



Die Apotheke am Neumarkt: Vogelreuter legt Wert auf Qualität bei seiner Apotheke - beim Design und der pharmazeutischen Beratung. (Foto: AaN)

DAZ.online reist weiter durch die Bundesrepublik und besucht besondere Apotheken für seine Leser. Heute führt uns der Weg nach Köln - ins Zentrum, an den Neumarkt. „Mitten 'drinner' als am Neumarkt geht es eigentlich fast nicht“, sagt Dr. Axel Vogelreuter. Seit Januar 2016 leitet er die nach dem größten Platz Kölns benannte „Apotheke am Neumarkt“ - Vogelreuter positioniert sich klar im Qualitätssegment und distanziert sich von Low-budget-Pharmazie.

Keine Apotheke von der Stange

„Schlicht, ein bisschen Bauhaus, wenig merkantil“ - so beschreibt der Kölner Apotheker Dr. Axel Vogelreuter den Rahmen seiner Apotheke. Der kreative Kopf hinter dem Design? Klaus Bürger, in Apothekerkreisen bekannt für seinen geradlinigen, reduzierten Stil. Wenig Chichi, dafür legt der renommierte Architekt Wert auf die Verarbeitung qualitativ hochwertiger Materialien. Ein Konzept, das den damaligen Gründer der Apotheke - Rainer Kassubek - überzeugte: Kassubek wünschte sich eine „unverwüsthliche Apotheke“, er wollte sich mit der „Apotheke am Neumarkt“ eindeutig im Qualitätssegment positionieren, erklärt sein Nachfolger Dr. Axel Vogelreuter. „Rainer Kassubek wollte pharmazeutische Qualität liefern und dies auch deutlich nach außen zeigen“.

Die „Unverwüstbarkeit der Apotheke“ scheint ihm geglückt zu sein. Gegründet 1998, sieht die „Apotheke am Neumarkt“ nach nun mehr fast 20 Jahren regen Apothekenbetriebs immer noch aus wie aus dem Ei gepellt. Die vielen Millionen Patienten, die über die Jahre mit dem Wunsch nach pharmazeutischer Beratung oder benötigten Arzneimitteln die Apotheke frequentiert haben, sieht man der Offizin tatsächlich nicht an. Und so übernahm Dr. Axel Vogelreuter im Januar 2016 auch „keine Apotheke von der Stange“. Helle Natursteinwände und viel Glas schaffen einen stimmigen Kontrast zum dunklen Granitboden und den tiefschwarzen Corian-Elementen im HV-Bereich. Als einzigen Farbtupfer gönnt sich die Apotheke – neben den säuberlich sortierten Kosmetika der Sichtwahl und den dunkelblauen Krawatten der Herren – einen Mosaikbrunnen. In blaugelb.

Preisgestaltung in der Apotheke bedeutet nicht „Geiz ist geil“

Qualität zahlt sich aus – und Qualität ist das Schlüsselwort für das Gesamtpaket der „Apotheke am Neumarkt“: „Einen qualitativen Rahmen, eine qualitativ hochwertige Hülle zu schaffen, damit fängt das Ganze an“, erklärt Vogelreuter die Philosophie und das Geschäftsmodell, die hinter seiner Apotheke stecken. Diesen Anspruch konterkariert der Apotheker, der früher als Unternehmensberater tätig war, auch nicht durch leuchtende „Rotpreise-Kleberchen“ in der Sicht- und Freiwahl der Offizin. Auch müssen Kunden weder wackelige Pappaufsteller von Vividrin & Co. artistisch umschiffen, noch stören Plexiglas-Schütten mit Bonbons oder meterhohe Traubenzuckertürme auf den HV-Tischen die reduzierte Ordnung und die transparente Atmosphäre der Offizin.

Keine Rotpreise, kein Low-budget. „Natürlich kommen wir als Apotheke um das Argument 'Preis' nicht herum, die Kunden sind vor allem auch durch die Versandapotheken hinsichtlich der Preise von Arzneimitteln sensibler geworden“, erklärt Vogelreuter. Aber er distanziert sich gleichzeitig von der allgegenwärtigen und – so mag man manchmal den Eindruck gewinnen – um sich greifenden „Geiz-ist-geil“-Mentalität. „Ich möchte nicht als Billigapotheke aufgefasst werden“ – eine klare Position.

13 Apotheker beraten in der „Apotheke am Neumarkt“

Den Anspruch an pharmazeutische Qualität lebt Vogelreuter konsequent – und setzt die Qualität offensichtlich auch quantitativ bei seiner Personalgestaltung um: Das Team der „Apotheke am Neumarkt“ besteht aus nicht weniger als 13 Apothekern und acht PTAs. Diese „Personalausstattung“ ist sicherlich ungewöhnlich, unterstreicht aber die Qualitätsstrategie nochmals deutlich. Das schätzen wohl auch die Kunden außerordentlich, die teilweise 50 km weite Anfahrten nicht scheuten, um ihre Arzneimittel in der Kölner Innenstadt, in der „Apotheke am Neumarkt“, zu holen. Die meisten Medikamente kann der Apotheker den Patienten direkt mitgeben – ansonsten sorgen zwölf Großhandelslieferungen pro Tag für eine überschaubar kurze Versorgungslatenz.

Apotheker oder Unternehmer?

„Bin ich mehr Apotheker oder mehr Unternehmer?“ Derartige Schwarz-weiss-Betrachtungen findet Axel Vogelreuter unsinnig. „Ich bin natürlich beides – spätestens, wenn ich eine Apotheke eröffne und mit einem Unternehmen am Markt bin, muss ich mich auch als Unternehmer verstehen“, sagt Vogelreuter. Was er nicht tut – Apotheker als bloße Verkäufer zu sehen, sondern als „Heilberufler, die Patienten versorgen und beraten“.

„Die Menschen sind aufgeschlossener und informationsbedürftiger als früher“, beobachtet der Apotheker, der auch ein abgeschlossenes Studium der Lebensmittelchemie im Curriculum hat. „Ärzte haben keine Zeit mehr, nehmen sich keine Zeit mehr oder können sich keine Zeit mehr nehmen“ – sei es aus Wirtschaftlichkeit oder Unlust. Der Informationsbedarf besteht fraglos – „unser Wissen zu Arzneimitteln und Therapien ist tief und manifest, die Apotheke als Kontaktpunkt ist niederschwellig und die Patienten brauchen keinen Termin“ – es sei doch unklug, diesen Beratungsbedarf nicht zu bedienen und sich damit gleichzeitig von Versandapotheken qualitativ abzuheben, konstatiert Vogelreuter.

Er vergleicht die Qualifikation eines Apothekers mit der eines Allgemeinmediziners: „Generalisten sind wir ohnehin, wir können zu Fußpilz genauso kompetent beraten wie zu Migräne und MS“. Es sei aber auch für Apotheker durchaus ein sinnvoller Ansatz, sich zu spezialisieren. Der „Apotheke am Neumarkt-Chef“ fördert seine Mitarbeiter gezielt: Migräne, Parkinson, Reisemedizin, Multiple Sklerose, Schmerztherapie – jeder Apotheker hat ein Spezialgebiet. Vogelreuter selbst ist Experte für Nahrungsmittelunverträglichkeiten, -allergien und Ernährungsberatung. Und gibt sein Wissen auch an Kollegen weiter. Sein Buch „Nahrungsmittelunverträglichkeiten“ ist beim Deutschen Apotheker Verlag erschienen. Unter dem gleichnamigen Titel hat Vogelreuter auch eine verständlichere „Light-Version“ als Ratgeber für Patienten veröffentlicht.

Nahrungsmittelunverträglichkeiten

Lactose - Fructose - Histamin - Gluten



Dr. Axel Vogelreuter

Nahrungsmittelunverträglichkeiten: Lactose - Fructose - Histamin - Gluten

231 Seiten, gebunden, 42 Euro

Deutscher Apotheker Verlag

Einfach und schnell bestellen

Deutscher Apotheker Verlag

Postfach 10 10 61

70009 Stuttgart

Tel. 0711 – 25 82 341

Fax: 0711 – 25 82 290

E-Mail: service@deutscher-apotheker-verlag.de
oder unter www.deutscher-apotheker-verlag.de

„Der Kunde soll die Apotheke mit einem besseren Gefühl verlassen, als er sie betreten hat“

Das Ziel? Möglichst viele Zusatzverkäufe? „Schrecklich“, antwortet Vogelreuter. „Die Benchmark ist für mich, einen maximalen Kundennutzen zu generieren“. Zusatzverkäufe ja, wenn er aus fachlicher Sicht der festen Überzeugung sei, „dass es für den Kunden gut ist“. Denn: „Der Kunde soll die Apotheke mit einem besseren Gefühl verlassen, als er sie betreten hat“ – lautet das Credo des Apothekers. Nicht allein die pharmazeutische Kompetenz, auch empathisch auf die Bedürfnisse des Patienten einzugehen – das zeichne einen Heilberufler aus.

Dass dieser Patientenkontakt für die Apotheker und PTA an vorderster Front fordernd ist, weiß Vogelreuter. „Neun oder zehn Stunden Schichten im HV – das ist tough, man sitzt nicht hinten und liest entspannt in der DAZ“, sagt der Chef der „Apotheke am Neumarkt“. Empathie also nicht nur für die Apothekenkunden. Axel Vogelreuter weiß: „Nur wer sich wohl fühlt, macht auch einen guten Job“. Was tut der Chef für seine Mitarbeiter? Mal besuchen fliegende Masseure die Apotheker, PTA und PKA in der Apotheke, mal spendiert der Chef Karten für den 1. FC Köln – das sorgt für entspannte Abwechslung und den nötigen Ausgleich – zumindest bei den FC-Köln-Fans unter den Apothekenmitarbeitern.

Nahrungsmittelunverträglichkeiten

Lactose - Fructose - Histamin - Gluten



Dr. Axel Vogelreuter

Nahrungsmittelunverträglichkeiten: Lactose - Fructose - Histamin - Gluten

184 Seiten, gebunden, 19,80 Euro

Deutscher Apotheker Verlag

Einfach und schnell bestellen

Deutscher Apotheker Verlag

Postfach 10 10 61

70009 Stuttgart

Tel. 0711 – 25 82 341

Fax: 0711 – 25 82 290

E-Mail: service@deutscher-apotheker-verlag.de
oder unter www.deutscher-apotheker-verlag.de

Celine Müller, Apothekerin, Redakteurin DAZ.online

cmueller@daz.online

<https://www.deutsche-apotheker-zeitung.de/news/artikel/2017/08/25/der-patient-soll-die-apothek-e-mit-einem-besseren-gefuehl-verlassen-als-er-sie-betreten-hat>