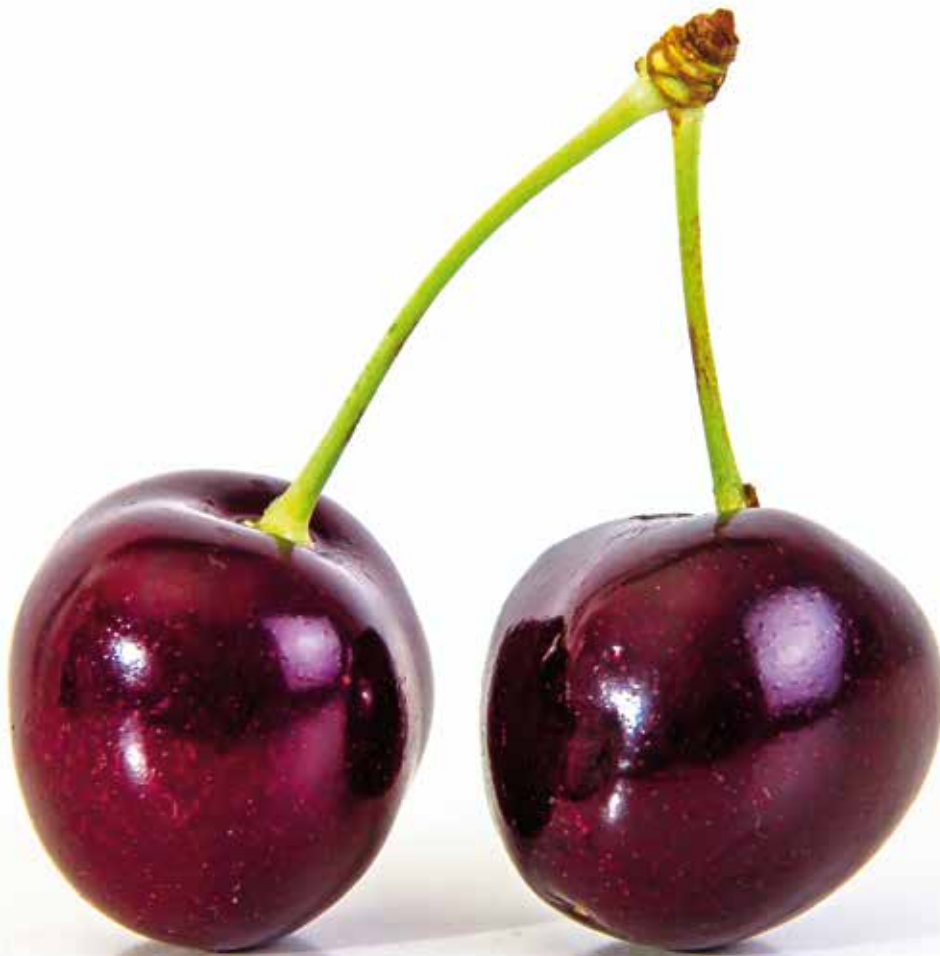


# Wirkstoff

Lesestoff für den Fachhandel Selbstmedikation

10/2021



## Journalismus oder Marketing?

### Branchenanlass

Die Consumer-Health-Branche  
trifft sich auf Einladung des SDV  
in Solothurn

### Service Excellence

Wie in der Drogerie eine  
Spitzenservice-Kultur etabliert  
und gelebt wird

### Gesunde Gelenke

Den Knorpel- und  
Knochenaufbau therapeutisch  
unterstützen

# Service der Extraklasse

Mit besonderen Dienstleistungen können sich Drogerien und Apotheken positionieren. Entscheidend ist aber auch die Art und Weise, wie diese präsentiert werden und wie die Kundschaft empfangen wird. Mehr als eine Lektion in Service Excellence erhielten die Studierenden der ESD.

 Lukas Fuhrer


Kunden begeistern und nicht nur zufriedenstellen – das will Service Excellence, eine Managementstrategie, die auf Spitzenservice setzt. Dass im Handel, und ganz besonders im Fachhandel, individueller Service zum zentralen Instrument der Differenzierung geworden ist, davon ist man auch bei der Dr. Bähler Droga AG (DBD) überzeugt. Die Drogerie- und Apothekengruppe hat dem Thema vom 16. bis 18. August drei ganze Schulungstage gewidmet – und zwar nicht für das eigene Personal, wie das regelmässig der Fall ist, sondern für die Studierenden der ESD im zweiten Ausbildungsjahr. «Jede und jeder, die oder der im Bereich Dienstleistungen arbeitet, sollte sich mit dem Thema auseinandersetzen. Es ist nicht einfach nice to have, sondern ein knallharter Wirtschaftsfaktor», sagt **Monika Lanker**, Leiterin Personalentwicklung der Dr. Bähler Droga AG. «Als Verkäufer von Produkten sind wir austauschbar, abheben können wir uns aber mit tollen Dienstleistungen und mit aussergewöhnlichem Service.» Für die angehenden Führungskräfte

der Drogerien sei es wichtig, sich bereits mit den Werten auseinanderzusetzen, mit denen sie ihre Betriebe und ihre Mitarbeitenden führen wollten.

Innerhalb der DBD-Gruppe wird der Service-Excellence-Gedanke gelebt, sagt die Leiterin Personalentwicklung. Er ist auch im Leitbild, im «Knigge», festgehalten. «Die Idee ist, dass unsere Mitarbeitenden in eine Gastgeberrolle schlüpfen und ihre Kundschaft mit dieser Haltung empfangen.» Die Möglichkeit, das zu üben, bekamen die Studierenden am zweiten Schulungstag bei einem Besuch an der Hotelfachschule Belvoirpark Zürich.

«Man muss es dem Team vorleben»

Drogistin und Gastronom sind zweifellos sehr unterschiedliche Berufe – gemeinsam haben sie aber, dass der Service an oberster Stelle steht. «Der Erfolg steht und fällt eigentlich mit der Person, die bedient: Mit



Service Excellence im Fünfsternehotel: Die ESD-Studierenden konnten sich in Gruppen gegenseitig bewirten.

Frage an drei ESD-Studierende:

Was nehmen Sie mit von den Service-Excellence-Schulungstagen?

« Wir haben als Drogistinnen und Drogisten oft das Gefühl, dass wir unserer Kundschaft den besten Service bieten. Nun habe ich gesehen, dass das nicht unbedingt stimmt, sondern dass wir es immer noch besser machen können. Ich bin sehr motiviert, dem Prinzip der Service Excellence zu folgen und es in der Drogerie umzusetzen. »

*Nadja Thürlemann*



Bilder: zVg

der Herzlichkeit, der Aufmerksamkeit, mit einer gewissen Frische», sagt **Carole Dobler**. Die Geschäftsführerin der Droga Dro-

« Mich hat vor allem das Wissen der Referentinnen Sabine Hübner und Marlies Nussbaumer beeindruckt und wie sie Service Excellence leben. Mit ihrer Leidenschaft für ihre Berufe haben sie mir auch aufgezeigt, dass Authentizität wichtig ist. Mein Ziel wäre, Service Excellence mit Mitarbeitenden «step by step» umzusetzen, beispielsweise mit Wochenzielen. »

*Rebecca Egli*

gerie Peterer in Uzwil (SG) begleitete die ESD-Studierenden als «Hostess» durch die drei Schulungstage und stand jederzeit für Fragen zum Praxisalltag zur Verfügung. Als Highlight erlebten die Studierenden den Tag an der Hotelfachschule: In Gruppen

konnten sie die Vorgänge in einer Fünfsterneküche mitverfolgen und wurden vom Gastronomie-Fachpersonal in das korrekte Auftragen der Speisen eingewiesen – was sie dann gleich in die Praxis umsetzen und sich gegenseitig bewirten konnten. Daneben standen Referate zweier namhafter Service-Excellence-Expertinnen auf dem Programm, und in Workshops erarbeiteten die angehenden Geschäftsführerinnen und Geschäftsführer, was es braucht, um die Kunden mit Spitzenservice zu überzeugen. Und wie sich die Service-Haltung im Team verankern lässt. «Ich denke, in erster Linie muss man es dem Team vorleben», sagt Carole Dobler, «es geht um Werte wie Respekt, Wertschätzung, Humor – um einen respektvollen Umgang mit den Mitarbeitenden und mit den Kunden, der am Ende alle glücklich macht.» Der Weg dorthin ist nicht ganz unbeschwerlich: Carole Dobler betont, dass es eine innere Motiva-

tion braucht, an dem Thema dranzubleiben, dass man sich reflektieren und auch Inputs aus dem Team abholen müsse.

## Gelebte Service-Excellence-Kultur

Es waren erfahrungsreiche drei Schultage (siehe auch Statements Studierende). Wie sich nun Werte und Haltungen handfest in eine gelebte Service-Excellence-Kultur in der Drogerie überführen lassen, das erarbeiteten die Studierenden in konkreten Konzepten inklusive Massnahmenplan. «Wer sich entscheidet, das Thema als Betriebsleiterin oder Betriebsleiter zu lancieren, hat nun das Material für die Umsetzung an der Hand», sagt Monika Lanker. Die Dr. Bähler Droga AG will die Schulungstage im nächsten Jahr wieder durchführen, mit dem nächsten ESD-Jahrgang.

«Ich denke, gerade in unserer Branche ist Service Excellence wichtig, damit wir uns abheben können. Ich fand es total lässig, das Thema zu behandeln, gerade auch mit tollen Beispielen aus der Praxis, beispielsweise von zwei jungen Geschäftsführerinnen. Die drei Tage haben mir gezeigt, dass es für Service Excellence eigentlich keine Grenzen gibt.»

*Michelle Alder*

ESD-Direktor **Thomas Althaus**, der dem Thema Service Excellence im Unterricht einen wichtigen Stellenwert beimisst, freut sich über die erfolgreiche Erstaustragung: «Diese drei Schulungstage sind eine perfekte Ergänzung zu den Unterrichtsthemen <ganzheitliche Therapiekonzepte und Dienstleistungsdesign>. Schlussendlich entscheidet die Qualität des Kontaktes zum Kunden, ob ein positiver Eindruck zurückbleibt und der Kunde sich wahrgenommen fühlt.» ■

Lehrreiche Schulungstage mit Referaten, Workshops – und einer personalisierten Schürze für alle Teilnehmenden.

