



## ■ 5 Minuten unter uns

# Das Geheimnis der Schmetterlinge

Klaus Fehske, Inhaber der Rathaus-Apotheke in Hagen, mag es bunt. Nicht nur, dass er immer eine farbenfrohe Fliege trägt und seine Verkaufsräume mit Schmetterlingen schmückt. Er legt auch großen Wert auf ein vielfältiges Sprachenangebot in seinem Haus, das deshalb den Titel „Internationale Apotheke“ trägt.

**?:** Warum ist Ihnen die Bezeichnung „Internationale Apotheke“ im Namen so wichtig?

FEHSKE: Schon unmittelbar nach meinem Abitur habe ich in München die „Internationale Ludwigsapotheke“ gesehen und eine Vision entwickelt:

Wenn ich je eine Apotheke leiten sollte, diese auch mit



Bunte Schmetterlinge:  
Markenzeichen von Klaus Fehske

dem Premium-Attribut „Internationale Apotheke“ auszustatten. Später habe ich konsequent die Voraussetzungen für die Anerkennung dieser Bezeichnung geschaffen, die Internationalität im Team, und diese auch gegenüber den Kunden umgesetzt.

Ich habe trotz mehrerer verlorener Gerichtsverfahren zehn Jahre lang bis hin zum Bundesverwaltungsgericht gekämpft, das den Anspruch als nützliche und qualifizierte Information für den Verbraucher schließlich bestätigte.

**?:** Haben Sie mehr ausländische Kunden als andere Apotheken?



Immer mit Fliege: Klaus Fehske vor seiner internationalen Apotheke

## ZUR PERSON

**NAME:** Dr. Klaus Fehske (58 Jahre)

**POSITION:** Inhaber der Rathaus-Apotheke in Hagen (Nordrhein-Westfalen).

**WETTBEWERBSVORTEIL:** In insgesamt 14 Sprachen berät ein hochmotiviertes Team in der Rathaus-Apotheke die Kunden. Zu Recht trägt sie deshalb die Zusatzbezeichnung „Internationale Apotheke“. Das bestätigten jetzt auch die obersten deutschen Richter – zur Genugtuung des Inhabers.

**SEIN PROBLEM:** Er trägt gerne Fliege. In den vergangenen Jahren hat er so viele verschiedene Einzelstücke anfertigen lassen, dass ihm inzwischen morgens die Entscheidung manchmal schwerfällt. ■

**5 Minuten unter uns**

Zentral: Die Rathaus-Apotheke liegt im Gesundheitszentrum Badstraße in Hagen.

Das weiß ich nicht. Ich weiß aber, dass es sehr interessant klingt, wenn im HV nebeneinander teilweise fünf verschiedene Sprachen zu hören sind.

**?: Welches sind die wichtigsten Fremdsprachen, die von den Kunden in Anspruch genommen werden?**

Englisch, Türkisch, Polnisch, Französisch und Spanisch. Besonders russische Kunden sind dankbar, sich in ihrer Muttersprache beraten lassen zu können. Die Griechen, Portugiesen, Italiener und Ungarn kennen inzwischen die Arbeitszeiten der betreffenden Mitarbeiter, die ihre Sprache sprechen, und bilden schon fast eine kleine „Fan-Gemeinde“.

**?: Was macht die Rathaus-Apotheke unverwechselbar?**

Im Laufe der Jahre haben wir uns als „ganzheitlich beratende Lotsen im komplexen Gesundheitswesen“ ein eigenständiges Profil erarbeitet, das wir mit allen Mitteln einer modernen „Markenpflege“ stetig weiterentwickeln.

Wir begegnen unseren Kunden mit hoher persönlicher Zuwendung und bieten eine umfassende ganzheitliche Beratung an. Dabei begleiten und helfen uns Schmetterlingsbilder. Sie bringen unsere „Gäste“, wie ich unsere Kunden gerne nenne, zum Lächeln – und helfen dabei, gesund zu werden oder zu bleiben.

**?: Sie haben über 50 Mitarbeiter. Stehen Sie noch selbst hinter dem HV?**

Ja! Da ich selbst ein wesentlicher Teil „unserer Marke“ bin, muss ich meine Fliegen natürlich auch ausreichend häufig vor Mitarbeitern und Gästen präsentieren.

Außerdem tut mir das Baden im lebendigen, fröhlichen Handverkauf mit kundenorientierter, qualifizierter Beratung und Sprachenvielfalt gut und bereitet mir richtig viel Freude!

**?: Wie wichtig sind Ihnen motivierte und kompetente Mitarbeiter?**

Für neue Mitarbeiter gibt es bei uns drei Einstellungsvoraussetzungen: ein strahlendes, von innen kommendes Lächeln, Teamfähigkeit und –bereitschaft sowie unbändige Neugier.

Daraus bilden wir ein Netzwerk von Team-Spezialisten, die vorbehaltlos unseren Leitsatz umsetzen. Dieser kundenorientierte Leistungswille des zusammenarbeitenden Teams ist unser größtes Kapital und gegenüber Wettbewerbern wertvoller als jeder Kleinriegel mit Talern, Zugaben, Preiskatalogen oder Rabattplakaten.

**?: Wenn es um das Thema Apothekenzukunft geht, was ist dann Ihr erster Gedanke?**

Ich bin entsetzt darüber, dass die größte Gefahr für Apotheken nicht von außen kommt, sondern aus dem eigenen Kollegenkreis. Wer Schmerzmittel zum Schleuderpreis wie Bonbons verkauft, stellt unsere gesamte wissenschaftliche Ausbildung, die pharmazeutische Verantwortung und den Anspruch auf ein Beratungshonorar in Frage. Ich bin entsetzt darüber,

wie viele Apotheken den Wert ihrer Leistungen „verramschen“.

**?: Zum Schluss: Was sind Ihre drei Lieblingsfliegen?**

Die individuellen Acryl-Fliegen aus Wien mit dem Bild von meinem Marathonlauf durch das Brandenburger Tor, die mit der Atropa belladonna und sieben Goldkörnchen nach Dr. Wiesenauer und natürlich die Fliege mit den echten eingegossenen bunten Schmetterlingen. ■



Neben Medikamenten bietet die Apotheke auch Kosmetik- und Wellnessprodukte an.