

DIE HERAUSFORDERUNGEN FÜR TOURISMUS-DROGERIEN

Der Schweizer Tourismus kränkelt. Der starke Franken, die Zweitwohnungsinitiative und unsichere Wetterlagen bereiten den klassischen Ferienorten in der Schweiz Kopfzerbrechen. Betroffen sind auch die Drogerien in Feriendomizilen – *d-inside* hat drei von ihnen besucht.

Bis vor wenigen Jahren kannten die meisten Drogerien in klassischen Tourismusorten keine grösseren Probleme. Der ärgste Feind war oft der Apotheker oder Drogist in der näheren Umgebung. Die Gäste kauften, die Kosmetikabteilungen waren prall gefüllt, und der Personalbestand wurde in der Hochsaison massiv hochgefahren. Heute sieht die Lage nicht mehr so rosig aus. Die beiden Eurokrisen und der damit erstarkte Franken haben tiefe Spuren hinterlassen: Die Schweiz ist für Gäste aus dem Ausland massiv teurer geworden. Dies wirkt sich vor allem in den klassischen Zielmärkten aus. Seit 2007 sind die Besuche aus Deutschland um 40 Prozent zurückgegangen, aus Grossbritannien um 28 Prozent und aus den Niederlanden um 41 Prozent. Zwar boomen die Asienmärkte, aus China kommen rund 400 Prozent mehr Gäste, aus Indien 85 Prozent und aus Südkorea 105 Prozent mehr, in absoluten Zahlen bleibt aber immer noch ein fettes Minus von rund 2,5 Millionen Logiernächten gegenüber 2007.

Wenn auch noch das Wetter verrückt spielt Während Drogerien in Grenzregionen unter dem Einkaufstourismus leiden, klagen Drogerien in Tourismusdestinationen über massive Umsatzeinbrüche seit Beginn der Eurokrise. *Isabelle Mosca* ist mit ihrer Drogerie in Scuol (GR) beheimatet. Bis vor knapp zwei Jahren besass sie auch noch Dro-

gerien in Samedan und St. Moritz. Im schlimmsten Jahr der Krise, als neben dem Euro auch noch das Wetter verrückt spielte, musste sie 14 Prozent weniger Umsatz verkraften. Speziell die Oberengadiner Gemeinden mussten Federn lassen, in Scuol ist *Isabella Mosca* nochmals mit einem blauen Auge davongekommen: «Der grösste Teil unserer Gäste sind Schweizer, gefolgt von Deutschen und Italienern. Dank der treuen Gäste aus der Schweiz und den einheimischen Kunden konnten wir unseren Umsatz nun stabilisieren. Viel trägt der Wochentourismus dazu bei. Dank dem Vereinatunnel und dem Bad Scuol sind wir aber auch für einen Kurzabstecher interessant.»

Arosa lockt mit «Inklusiv-Angeboten»

Ähnlich ergeht es *Markus Grieshaber*, Besitzer der Drogerie Abderhalden in Wildhaus (Toggenburg). Ihm macht zwar der Einkaufstourismus Sorgen, viele Einheimische kaufen auf der anderen Seite der Grenze ein, doch dank über 400 Ferienwohnungen, die mehrheitlich im Besitz von Schweizern sind, hat sich die Abwanderung der deutschen und niederländischen Kundschaft nicht gravierend ausgewirkt. «Wir haben im Toggenburg viele Familien und auch Rentner zu Gast. Diese kommen traditionell aus den Regionen Zürich, Aargau und Schaffhausen. Als die Strasse am Walensee noch bekannt war für ihre langen Staus, entwickelte sich das



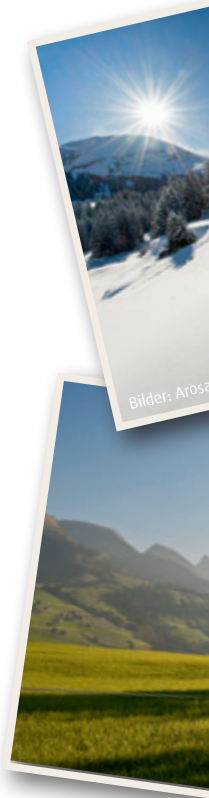
ISABELLA MOSCA, DROGARIA MOSCA

«Dank dem Vereinatunnel und dem Bad Scuol sind wir für einen Kurzabstecher interessant.»



MARKUS GRIESHABER, DROGERIE ABDERHALDEN

«Mit unseren Hausspezialitäten können wir langfristig eine Kundenbindung generieren.»





Toggenburg zu einer schönen Alternative zum Bündnerland und zum Tessin. Dank vieler Ideen und Anstrengungen konnten wir unseren Umsatz mehr oder weniger halten», führt Markus Grieshaber aus.

Da hat die Drogerie Spillmann in Arosa schon mit grösseren Problemen zu kämpfen. «Wir haben durch den starken Franken ungefähr zehn Prozent an Umsatz eingebüsst. Speziell der Kosmetikbereich ist davon betroffen», sagt Geschäftsführerin Marina Suter. Dass das Minus nicht noch höher ausgefallen ist, verdankt Arosa der schnellen Reaktion der Tourismusverantwortlichen. Neben dem kostenlosen Busverkehr wurden für die Gäste weitere «Inklusiv-Angebote» eingeführt. So ist zum Beispiel die Skischule für Kinder gratis. «Die Gäste haben gemerkt, dass sie dank der guten Angebote in Arosa nicht mehr Geld ausgeben als beispielsweise bei einem Urlaub in Österreich», ergänzt Marina Suter.

Sortimente gezielt entwickeln

Steht der Tourist dann schliesslich in der Drogerie, kauft er folgende Dinge am meisten, stellen Isabella Mosca, Markus Grieshaber und Marina Suter übereinstimmend fest: Artikel, die er (oder sie) daheim vergessen hat, Medikamente, und Geschenke als Mitbringsel. Speziell für letzteres Be-

dürfnis hat Isabella Mosca in Scuol eine Arven- und eine Alpenrosen-Linie entwickelt, die sich wie warme Semmeln verkauft. Hinzu kommen Produkte mit Edelweiss vom Kollegen Patrick Thurner und weitere einheimische Spezialitäten.

Bei Markus Grieshaber in Wildhaus sind die Hausspezialitäten sehr gefragt: «Die Gäste kommen oft zu uns und lassen sich zu Gesundheitsthemen beraten. Mit unseren Hausspezialitäten können wir dann langfristig eine Kundenbindung generieren.» Damit sich die Touristen in der Drogerie Abderhalden auch mit Dingen für den täglichen Bedarf eindecken können, wurde das Sortiment mit Lebensmitteln aus der Region und mit Bioprodukten ergänzt. Ein Renner sind Markus Grieshabers Ansichtskarten. Das Spezielle daran: Grieshaber fotografiert die Sujets selber.

In Arosa liegt das Schwergewicht unter anderem auf dem Bereich Kosmetik. «Unsere Kunden schätzen die grosse Auswahl, die fachkundige Beratung und unsere «Luxusprodukte». Ich muss aber ehrlich sein: Im Bereich Hausspezialitäten haben wir noch ziemlich viel Potenzial und möchten dieses in Zukunft auch nutzen», sagt Marina Suter.

Personalsuche kann schwierig sein

Im Vergleich zu früher variiert die Anzahl der Mitarbeitenden in der Hochsaison und in der Zwischensaison nicht mehr so krass. Alle drei besuchten Drogerien geben an, in der Hauptsaison von Weihnachten bis Ostern über 100 Stellenprozent zusätzlich zu verfügen als in den restlichen Monaten. Während in Arosa eine effektive Saisonstelle besetzt wird, regulieren die Drogerien in Scuol und Wildhaus den Mehrbedarf über Pensenerhöhungen. Früher galt es als attraktiv, sich nach der Lehre eine Saisonstelle im Graubünden oder im Berner Oberland ergattern zu können. Heute setzen junge Drogistinnen und Drogisten eher auf Kontinuität. Trotzdem kann Marina Suter in Arosa ihre



MARINA SUTER, DROGERIE SPILLMANN

«Unsere Kunden schätzen die grosse Auswahl, die fachkundige Beratung und unsere «Luxusprodukte».»



Saisonstelle jeweils problemlos besetzen. Arosa genießt einen guten Ruf in der Drogeriebranche. Schwieriger haben es da Drogerien im Engadin, sagt Isabella Mosca. Da

man da doch etwas «weg vom Geschütz» sei, bedürfe es mehr Überzeugungskraft, um jemanden ins Engadin zu locken. Speziell prekär sei die Suche nach Drogistinnen oder Drogisten HF. Isabella Mosca hat jedoch ein probates Mittel gefunden, um nicht in einen Personalengpass zu gelangen. «Ich lege grossen Wert auf eine fundierte und hochwertige Lehrlingsausbildung und versuche die neuen Berufsleute dann im Tal zu halten.»

Impulse sind gefragt
Egal, in welchem touristischen Gebiet sich eine Drogerie befindet: Für die Zukunft sind neue Impulse sowohl in den Regionen als auch in den Dro-

gerien gefragt. Arosa setzt nebst «All inclusive» auf einen Bärenpark, Wildhaus forciert einen Klangweg und ein neues Familienhotel, und Scuol hat mit «mia Engiadina» ein interessantes Projekt ins Leben gerufen, das die Region nachhaltig weiterentwickeln helfen soll. Vielleicht wird aber auch Olympia für alle drei Orte zum Impulsgeber, sollte eine Graubündner Kandidatur von Erfolg gekrönt sein.

| Andrea Ullius



ESD ÉCOLE SUPÉRIEURE DE DROGUERIE

HÖHERE FACHSCHULE FÜR DROGISTINNEN UND DROGISTEN



ESD-Cycle de formation 2017-19 Des perspectives pour l'avenir

Débat du cycle 2017-19: Lundi 14 août 2017

Délai d'inscription pour le cycle 2017-19: Le délai d'inscription pour tous les candidat(e)s est fixé au **28 février 2017**.

Journée de discussion: Nous répondrons à toutes vos questions relatives à la matière de l'examen d'admission le jeudi 9 mars 2017.

Examen d'admission: Mercredi 22 mars 2017

Branches soumises à l'examen: Connaissance des médicaments, biologie, chimie, connaissance des plantes médicinales, gestion et vente y compris calcul commercial. Pour vous préparer à l'examen d'admission, vous recevrez des exercices sur CD-ROM. Les titulaires d'une maturité professionnelle ou gymnasiale sont dispensé(e)s de l'examen d'admission.

Journée d'information cycle 2018-20: Lundi **30 octobre 2017**, 14h00-17h00. Toutes les personnes intéressées sont les bienvenues.

Weitere Information + Anmeldung an /
Informations complémentaires et inscription à:

École supérieure de droguerie
Rue de l'Évole 41, 2000 Neuchâtel, Tél. 032 717 46 00, Fax 032 717 46 09, cpln-esd@rpn.ch, www.esd.ch

ESD-Ausbildungszyklus 2017-19 Eine Zukunft mit Perspektiven

Beginn des Ausbildungszyklus 2017-19:
Montag, 14. August 2017

Einschreibefrist für den Zyklus 2017-19: Die Einschreibefrist für sämtliche Kandidatinnen und Kandidaten ist der **28. Februar 2017**.

Besprechungstag: Wir beantworten Ihre Fragen zum Prüfungstoff am Donnerstag, 9. März 2017.

Aufnahmeprüfung: Mittwoch, 22. März 2017

Prüfungsfächer: Arzneimittelkunde, Biologie, Chemie, Heilpflanzenkunde, Betriebs- und Verkaufskunde inkl. kaufmännisches Rechnen. Sie erhalten eine CD-ROM mit Übungsaufgaben zur Prüfungsvorbereitung. Kandidatinnen und Kandidaten mit Berufmaturitätszeugnis oder gymnasialem Maturitätszeugnis sind von der Aufnahmeprüfung dispensiert.

Informationstag Zyklus 2018-20: Montag, **30. Oktober 2017**, 14.00-17.00 Uhr. Alle interessierten Personen sind herzlich willkommen.

