

VON SCHNEESCHUHEN, KÜRBISSEN UND BRANCHENFINDUNG

Mitte Januar fanden in Arosa die 48. Drogistenskitage unter rekordverdächtigen Umständen statt. Die diesjährige Austragung des Drogerie-Gipfels stand ganz unter dem Motto «Branchenfindung».

Was für ein Wetter, was für eine Stimmung – die 48. Drogistenskitage in Arosa brachen einige Rekorde. Noch nie waren so viele Brancheninsider gleichzeitig mit Schneeschuhen unterwegs. Noch nie war der Himmel an den Drogistenskitagen so blau, der Schnee so weiss und die Sonne so hell. Noch nie war das Waldhotel National in Arosa so schnell ausgebucht. Die Drogistenskitage 2017 standen unter dem Motto «Branchenfindung». Erstmals hat sich das Happening von Drogistinnen, Drogisten und Industriepartnern derart intensiv mit dem Befinden und der Zukunft der Branche befasst.

Chef oder Mitarbeiter im Mittelpunkt?

Bereits die Kurzreferate beim Eröffnungspapéro zeigten, dass richtig oder falsch, schwarz oder weiss kaum zu definieren sind. *Dominik Moll* (Drogerie Moll AG) stellte in seinem Kurzspeech die Forderung, man müsse den Mitarbeitenden möglichst viele Freiheiten lassen und sie in die Entscheidungs-

prozesse einbinden. Individuelle Stärken und Interessen müssten im Geschäftsalltag vermehrt genutzt werden. Moll betonte, dass in Zukunft vermehrt in neue Kommunikationskanäle wie Influencer (Blogger, Instagramer) und Social Media investiert werden müsse, diese Aufgaben könnten auch kompetent von Auszubildenden erledigt werden. *Pierre-Alain Widmer* (Weleda AG) forderte, der Chef müsse eine dominante Führungsrolle einnehmen. Ziele seien vom Inhaber oder Geschäftsführer klar zu definieren und vom ganzen Team konsequent zu verfolgen. Nur so könne eine Strategie erfolgreich und zielgerichtet umgesetzt werden. Widmer betonte auch, dass es enorm wichtig sei, dass die Mitarbeitenden verstehen, was die Idee hinter einer Strategie ist und dass dies an die interne Kommunikation enorme Anforderungen stelle.

Einig war man sich, dass speziell im Ausbildungsbereich nebst der steten fachlichen Verbesserung auch das Thema Persönlichkeitsentwicklung nicht



Bilder: Andrea Ultes

1



Daniel Kellenberger

2



vernachlässigt werden darf. Am Ende sind die Mitarbeitenden der entscheidende Faktor in der ganzen Maschinerie Drogerie.

Wir notieren: Branchenfindung Punkt 1:
Gute, motivierte und bestens
ausgebildete Mitarbeitende sind der
Schlüssel zum Erfolg. Führungsstile können
unterschiedlich sein.

Auf Schneeschuhen zur Branchenfindung

Das Organisationskomitee um *Erich Müller*, *Urs Schläpfer* und *Peter Heinzer* unter Mithilfe von *Thomas Szuran* nutzte den Teamevent am Donnerstag nachmittag, um der Branche den Puls zu fühlen: Mit Schneeschuhen und Wanderkarten ausgerüstet, machten sich über 150 motivierte Branchenleute auf den Weg ins kuptierte Gelände. Auf dem Weg zur Prätschalp mussten die 20 Teams Fragen zur Branche beantworten und über Zukunftsszenarien philosophieren. Gewagte Thesen wie «In zehn Jahren gibt es weniger als 300 Drogerien» oder «Geld und Energie verpuffen durch Gruppierungen» regten zu spannenden Diskussionen an – zweifellos förderlich war, dass die Teams gemischt aus Drogistinnen und Drogisten, Industriepartnern und Studierenden der ESD zusammengesetzt waren. Entsprechend unterschiedlich waren Sichtweisen und Informationsstand.

Eine erste Auswertung durch das OK zeigt, dass eine gewisse Unsicherheit in der Branche vorhanden ist, die Zukunft jedoch nicht partout negativ >

- 1 Arosa fest in Drogisten-Hand. Sogar die Busbetriebe haben auf «Drogerie» umgestellt.
- 2 Sich vom Normalen lösen und etwas Neues ausprobieren: Das ist das Rezept, das Kürbisguru Martin Jucker der Drogeriebranche mit auf den Weg gibt.
- 3 Drogistinnen, Drogisten, ESD-Studierende und Industrievertreter: Vernetzung durch gemeinsame Aktivitäten.
- 4 Passend zum Motto «Harry Hirsch»: Hirschkäse und weitere Leckereien wurden auf der Prätschalp serviert.
- 5 Erich Müller verabschiedet sich aus dem OK und wird in Zukunft «normaler» Teilnehmer.



3



4



5

gesehen wird. Potenzial sehen die Teilnehmenden bei der Einkaufsoptimierung, beim Umsatz pro Mitarbeitenden und in neuen Märkten. Eher skeptisch sind die Branchenvertreter in Bezug auf die Standortentwicklung und die generelle Attraktivität des Berufs Drogistin/Drogist.



Wir notieren: Branchenfindung Punkt 2:
Eine Branchenfindung an einem
Nachmittag ist nicht möglich, es kristallisierten
sich aber Themen heraus, die vertieft betrachtet
werden sollten. Generell ist im Bereich
«Wissen über die Branche» Potenzial vorhanden.

Kürbisse machen nicht nur glücklich

Martin Jucker, Kopf der Juckerfarm-Erlebnishöfe, begeisterte am Freitagmorgen die Zuhörer. Bekannt wurde die Juckerfarm durch ihre Kürbisausstellungen, unterdessen hat sich das Unternehmen daneben auch auf Bauernhof-Events und Seminare spezialisiert. Veränderte Rahmenbedingungen zwangen die Familie Jucker, ihren Bauernhof komplett umzustrukturieren. Mit vielen Ideen im Kopf, aber ohne konkreten Plan und ohne profundes Wissen etablierte sich Martin Jucker als grösster Kürbisproduzent der Schweiz. Er riskierte, setzte um und erntete. Jucker musste aber auch am eigenen Leib erfahren, dass zu schnelles Wachstum und schlechte strategische Planung ins Verderben führen können. Vor Jahren wäre sein Kürbisimperium beinahe Pleite gegangen. Dank Hilfe von aussen, neuen Ideen und unglaublicher Kreativität konnte das Steuer herumgerissen werden, heute sind der Juckerhof und die weiteren Erlebnishöfe wieder erfolgreich unterwegs.

Den Schlüssel zum Erfolg sieht Martin Jucker darin, dass man sich vom Normalen löst und Neues ausprobiert. Dieses Neue könne durchaus durch geänderte Rahmenbedingungen (Gesetz, Mitbewerber) ausgelöst werden. Jucker sagt auch unumwunden, dass man den Mut haben muss, auch mal «etwas an die Wand zu fahren». Bremser müssen ausgeschaltet werden, ist der Juckerhof-Betreiber der Meinung. Es gebe immer hundert Gründe, weshalb etwas nicht funktionieren könnte, aber es reiche ein Grund für den Erfolg.



Wir notieren: Branchenfindung Punkt 3:
Neue Rahmenbedingungen können
helfen, sich vom Normalen zu lösen.
Ohne Risiko kann nichts
Erfolgreiches entstehen.

Erich Müller verabschiedet

Seit knapp 30 Jahren ist Erich Müller Kopf und Motivator im Organisationskomitee der Drogistenskitage. Nun will er seinen OK-Platz einer neuen Kraft zur Verfügung stellen. Seine Kollegen Peter Heinzer und Urs Schläpfer würdigten die unermüdliche Arbeit von Erich Müller im OK. Statistiker Heinzer brachte es auf den Punkt: «Rechnet man die Stunden zusammen, die Erich für uns und die Drogistenskitage investiert hat, so kommt man auf rund eineinhalb Jahre Freiwilligenarbeit.» Mit minutenlangen Ovationen dankten die knapp 200 Anwesenden Müller für seine Arbeit für die Branche. Selbstverständlich wird Erich «Aisé» Müller auch zukünftig an den Drogistenskitagen anzutreffen sein. Wer in seine Fussstapfen treten wird, ist noch nicht ganz geklärt, Gespräche wurden bereits geführt. Geht es nach dem Willen des verbleibenden OKs, so soll die Personalie erstmals mit einer Frau besetzt werden.

Tadellose Leistung des Waldhotels

«Ich habe noch nie eine Branche erlebt, die sich so ungezwungen trifft und offen miteinander umgeht», kommentierte Martin Jucker, der oft an Seminaren als Referent auftritt, das Treffen der Drogierbranche in Arosa. In der Tat war die Stimmung an den Drogistenskitagen hervorragend, und ohne Pannen oder Wartezeiten vergingen die drei Tage wie im Flug. Nebst der tollen Organisation durch das OK lief auch die Crew des Waldhotels National unter der Leitung von Christian Zinn wieder zu Hochform auf. Kulinarischer Höhepunkt war auch in diesem Jahr das Küchenfest: Statt Service am Tisch holte man sich die Leckereien direkt in der Küche. Dabei konnte man Chefkoch Gerd Reber über die Schulter schauen oder mit dem Pâtissier über Süssigkeiten fachsimpeln.



Wir notieren: Branchenfindung Punkt 4:
Gemeinsam geht es am besten.
Alle müssen am gleichen Strick ziehen.

| Andrea Ullius



ZUSATZINHALTE ENTDECKEN!

Die Drogistenskitage 2017 in Bildern!

DIE GRUPPIERUNGEN ALS ARBEITGEBER UND PARTNER

Vier Organisationen warben an der Arena der Gruppierungen an der ESD um Mitglieder und Mitarbeitende – und stellten Unterstützung bei einer Drogerieübernahme in Aussicht.



Jede der teilnehmenden Gruppierungen stellte sich den ESD-Studierenden gruppenweise vor.

Drogeriegruppierungen sind fester Bestandteil im Drogeriealltag. Mehr als die Hälfte aller Drogeriestandorte sind in einer Gruppierung organisiert und profitieren von deren Leistungen. An der «Arena der Gruppierungen» haben sich am 27. Januar erneut vier Leistungserbringer den Studierenden an der ESD vorgestellt: Dr. Bähler Dropa, Dromenta, Swidro und Torre.

In vier spannenden Workshops präsentierte jede Gruppierung ihre Leistungen und Dienstleistungen. Die ESD-Studierenden konnten gezielt Fragen stellen und über die unterschiedlichen Angebote diskutieren.

Für jeden die richtige Gruppierung
Die Gruppierungen sind im Vergleich zu früher nicht mehr reine Anbieter

von Werbeleistungen für Drogerien. Heute sind sie auch Arbeitgeber, Standortsicherer und Partner der Branche. Die meisten Gruppierungen betreiben unterdessen eigene Standorte oder sind an solchen beteiligt. Sie bieten auch Unterstützung beim Schritt in die Selbstständigkeit und stellen oft finanzielle Mittel zur Verfügung.

Jede Gruppierung ist anders – die verschiedenen Anbieter ergänzen sich optimal. Dr. Bähler Dropa nimmt einer Drogerie alle administrativen Arbeiten ab und bietet die umfangreichste Dienstleistungspalette an. Wer möglichst frei und ohne Einschränkungen geschäften will, ist bei der Swidro gut aufgehoben. Wer seinen Fokus auf Natur-

heilmittel und Naturkosmetik legt, ist mit der Dromenta bestens bedient. Torre ist der richtige Partner für Drogerien mit dem Wunsch, im Bereich Komplementärmedizin umfassendes Fachwissen aufzubauen. Weitere Gruppierungen bieten ausschliesslich Einkaufskonditionen an und sind ebenfalls beliebt in der Branche.

Bewerben leicht gemacht

Bereits am Tag vor dem Besuch der Gruppierungen setzten sich die Studierenden an der ESD mit ihrer beruflichen Zukunft als Geschäftsführerinnen oder Drogerieinhaberinnen auseinander. Am Bewerbungsseminar am 26. Januar erhielten sie von *Hans Ruppanner*, *Therese Baumann*, *Donat Baur* und *Maurus Strässle* das nötige Rüstzeug, um sich erfolgreich in der Branche zu bewerben. Dabei wurden Themen wie Weiterbildung, persönliche SWOT-Analyse, Netzwerke, Lebenslauf und Karrieremöglichkeiten besprochen. Obwohl der ESD-Abschluss erst im Juli erfolgt, sind die meisten Studierenden bereits jetzt mit dem Thema Stellensuche beschäftigt. Für Drogerien, die Kaderstellen zu vergeben haben, lohnt es sich also, bereits jetzt die Fühler Richtung Neuenburg auszustrecken.

Die zwei intensiven Tage an der ESD Neuenburg wurden von einem spannenden Referat des Zukunftsexperten *Stephan Siegrist* und einem abendlichen Apéro umrahmt, beides ermöglicht durch die Partner der «Arena der Gruppierungen».

| Andrea Ullius