

# Rowa – ein gutes Gefühl!



**Warum aufgrund der Geschäftsentwicklung in den letzten Jahren nicht nur bei der Firma Rowa, sondern auch bei ihren Kunden ein gutes Gefühl aufgekommen ist, wollten wir in einem Gespräch mit Dr. Christian Klas, Geschäftsführer der Rowa Automatisierungssysteme GmbH, in Kelberg in der Eifel herausfinden.**

**PhR:** Herr Dr. Klas, die Apotheken-Umsatzrendite sinkt in den vergangenen Jahren drastisch – es wird enger in deutschen Apotheken. Wie verkaufen Sie heute einer Apotheke eine Investition in Höhe von 100.000 Euro oder anders ausgedrückt – wie sieht die typische Apotheke aus, für die sich die Anschaffung eines Kommissionierautomaten lohnt?

**Dr. Christian Klas:** Die typische Apotheke, bei der sich der Einsatz eines Kommissionierautomaten rechnet, ist jene, bei der die Verbesserung der Arbeitsabläufe und eine hohe Kundenorientierung im Vordergrund stehen.

Die eigentliche Kernkompetenz des Apothekers besteht in der Beratung seiner Kunden. Ohne einen Kommissionierautomaten geht wertvolle Zeit verloren, um das Medikament aus den Schub-säulen zu holen und wieder an den HV-

Tisch zurückzukehren. Diese Zeit kann der Apotheker für die Beratung nutzen – bezüglich des Medikamentes, aber auch, um zusätzliche Verkäufe zu initiieren, also einen Impuls zu geben, der gegebenenfalls zu mehr Umsatz führt.

Außerdem spart ein Rowa Platz in der Apotheke. Im Vergleich zu den herkömmlichen Schubsäulen benötigt man mit diesem Kommissionierautomaten bis zu zwei Drittel weniger Platz für die gleiche Menge an Medikamenten. Den freiwerdenden Platz kann man beispielsweise für zusätzliche Sichtwahl nutzen. Oder man reduziert seine Ladenfläche und damit gegebenenfalls seine Mietkosten. Und man kann mit einem Rowa durch mehr Transparenz im Warenlager wichtige Parameter wie Lagertiefe, Lagerumschlag oder Lieferfähigkeit wesentlich verbessern.

Insgesamt gesehen kann der Kommissionierautomat also zu positiven Effekten hinsichtlich Zeit, Raum und Arbeitsabläufen in der Apotheke führen. Damit ist er gerade in Zeiten sinkender Erträge pro Arzneimittel ein sinnvolles Instrument, um die Ertragskraft einer Apotheke zu verbessern.

**PhR:** Deckt sich das mit den Erkenntnissen Ihrer Apotheken-Kunden; sehen diese auch den Zeit- und Personal- sowie den Raum- und Organisationsaspekt als den wichtigsten an?

**Dr. Christian Klas:** Den »einen« Kunden gibt es nicht; die Gegebenheiten sind immer unterschiedlich. Aber grundsätzlich sind Zeit, Raum und Prozessverbesserung die wesentlichen Aspekte, wobei es dann immer wieder individu-

elle Nuancen gibt. Von daher ist es für uns wichtig, individuelle Lösungen zu finden. Wir bieten eine hohe Flexibilität. Wir passen den Automaten an die Apotheke an und nicht die Apotheke an den Automaten.

Wenn wir Mitarbeiter der Apotheke fragen, was sich durch den Rowa verändert hat, kommt sehr häufig die Aussage, dass es wesentlich ruhiger, also nicht mehr so hektisch ist. Sie können sich das Arbeiten ohne einen Kommissionierautomaten nicht mehr vorstellen.

Daher haben wir auch das Konzept entwickelt, der Apotheke in ihrer Umbauphase einen Automaten im Container zur Verfügung zu stellen – das so genannte »Rent-a-Rowa«-Konzept. Es ermöglicht dem Apotheker, auch in dieser Zeit weiterhin auf die Arzneimittel aus dem Automaten zurückzugreifen.

**PhR:** Wenn sich nun eine Apotheke für den Einsatz eines Automaten interessiert – wie läuft nach Ihrer Erfahrung der Informations- und Entscheidungsprozess und wie unterstützen Sie die Apotheken?

**Dr. Christian Klas:** Wir leben sehr stark von den persönlichen Erfahrungen unserer Kunden. Aufgrund der Zufriedenheit unserer Kunden, die möglicherweise auch in Erfa-Gruppen vertreten sind, werden wir sehr häufig weiterempfohlen. Eine von uns durchgeführte Umfrage bestätigt dies: 98 Prozent unserer Kunden empfehlen uns uneingeschränkt weiter. Darüber hinaus gibt es im Markt Netzwerke, in denen die positiven Erfahrungen mit Rowa weitergegeben werden. Das sind insbesondere Einrich-

Die Geschäftsführer der Rowa Automatisierungssysteme GmbH, Dirk Wingenter und Dr. Christian Klas (vorne im Bild)





ter, mit denen unser Vertrieb auf lokaler Ebene zusammenarbeitet. Da kommt es auf Verlässlichkeit und Professionalität an. Hier ist ein perfektes Zusammenspiel wichtig.

**PhR:** Wie erreichen Sie sonst noch Ihre Kunden?

**Dr. Christian Klas:** Auf der Marketingebene gibt es eine Fülle von Aktivitäten, angefangen bei Messepräsenz bis hin zu Anzeigen, Mailings und Internet; außerdem sind wir Partner bei der Innovationsakademie Deutscher Apotheker IDA. Dort wurde ein Automat von uns installiert.

Aber zurückkommend auf Ihre Frage nach dem Informations- und Entscheidungsprozess: Das wirklich Wesentliche ist, dass man bei solch einer Investitions-Entscheidung Vertrauen hat. Von daher ist der persönliche Kontakt so wichtig und dass der Apotheker das Gefühl hat, in sicheren und guten Händen zu sein. Aus diesem Grund legen wir sehr viel Wert auf die Beratungskompetenz unserer Mitarbeiter.

**PhR:** Und dieser persönliche Kontakt läuft über Ihre klassische Vertriebsorganisation?

**Dr. Christian Klas:** Wir sehen unsere Vertriebsmitarbeiter als Berater des Kunden, da ist der intensive persönliche Kontakt unabdingbar. Gemeinsam mit dem Kunden wird die für die Apotheke optimale Lösung entwickelt. Wichtig ist uns, dass der Vertrieb ausschließlich eine Beratung für Kommissionierautomaten macht und nicht beispielsweise auch noch Vertrieb für Apotheken-Software

oder Ähnliches. Unsere Produkte sind relativ komplex und daher auch sehr beratungsintensiv. Da ist es wichtig, dass man ein umfangreiches Wissen in dem Bereich hat, auch was die Prozesse in den Apotheken betrifft.

**PhR:** Ein oft genanntes Argument für den Einsatz eines Automaten sind Einsparungen vor allem im Personalbereich. Wie begegnen Sie einem solchen Argument auch von Seiten persönlich Betroffener, z.B. einer PTA?

**Dr. Christian Klas:** Es ist nicht seriös, von vornherein zu sagen, man könne durch den Einsatz eines Automaten einen bestimmten Betrag einsparen. Es kommt entscheidend auf die Ziele des Apothekers an. Der Automat ist ein Instrument, um bestimmte Ziele zu erreichen; wir vermitteln Möglichkeiten, sie umzusetzen.

80 bis 90 Prozent der Apotheker sagen, dass nicht unbedingt das Einsparen von Personalkosten ihr Ziel sei; vielmehr schaffe der Automat die Voraussetzungen dafür, die Tätigkeit der Mitarbeiter aufzuwerten. Der Rowa verbessert die Arbeitsqualität innerhalb der Apotheke und ermöglicht ein ruhigeres und weniger hektisches Arbeiten.

**PhR:** Wenn nun die Entscheidung für Rowa gefallen ist; wie lange dauert der Installationsprozess und wie laufen die einzelnen Etappen der Information und Schulung ab?

**Dr. Christian Klas:** Mit der Auftragserteilung wird bei uns der Prozess angestoßen. Sobald der Auftrag bei uns eingegangen ist, werden die entsprechenden

Materialien bestellt; der Automat wird individuell hergestellt, was in der Regel sechs Wochen dauert. Dann fährt das Installationsteam zur Apotheke und baut den Automaten auf; dies dauert drei Tage. Die darauf folgende Inbetriebnahme, die insbesondere die Software und den elektrischen Teil beinhaltet, dauert dann nochmals einen Tag. Ist dies abgeschlossen, erfolgt die Kommissionierung der Packungen, sodass der Rowa innerhalb einer Woche betriebsbereit ist. Danach findet eine erste Schulung in der Apotheke statt.

**PhR:** Im laufenden Betrieb könnte durch einen neuen Mitarbeiter Schulungsbedarf entstehen. Wird dieser dann von Ihnen separat eingewiesen oder kann dies das Stamm-Personal übernehmen?

**Dr. Christian Klas:** Die Prozesse am Automaten sind eigentlich relativ einfach – von daher ist es in der Regel möglich, dass der neue Mitarbeiter von den erfahrenen Mitarbeitern angeleitet wird. Trotzdem gibt es immer wieder neue Tipps und Tricks, die man erlernen kann oder die man vielleicht noch nicht beachtet hat, sodass wir auch regionale Customer-Care-Service-Mitarbeiter haben, die in regelmäßigen Abständen die Apotheke besuchen und vor Ort noch mal eine Beratung anbieten. Das ist ein genereller Service für unsere Kunden.

**PhR:** Ist dieser Customer-Care-Service eine zusätzliche Organisation neben Ihrem regionalen Vertrieb?

**Dr. Christian Klas:** Als Schnittstelle zwischen Service und Vertrieb ist er beim Service angegliedert und soll den sehr

persönlichen Kontakt, den der Vertrieb hergestellt hat, auch auf dieser Ebene weiter pflegen. Darüber hinaus haben wir den normalen Service-Außendienst-Mitarbeiter, der zweimal im Jahr vor Ort die Standardwartung durchführt, dann eher auf dem technischen Gebiet, während sich der Customer-Care-Service-Mitarbeiter stärker um die Prozesse kümmert.

**PhR:** Einige Ihrer Wettbewerber arbeiten mit Apotheken-Kooperationen oder auch mit anderen Dienstleistern zusammen, was halten Sie davon?

**Dr. Christian Klas:** Für uns steht der einzelne Apotheker mit seinen individuellen Anforderungen im Vordergrund. Ob er jetzt Teil einer Kooperation ist oder nicht, beeinflusst nicht unsere generelle Vorgehensweise – wir haben in unserem Kundenstamm Apotheken von unterschiedlichsten Kooperationen. Interessant ist in diesem Zusammenhang, dass wir auch Apotheken zu unseren Kunden zählen, die eigentlich exklusiv mit dem Wettbewerber zusammenarbeiten müssten.

Bei Warenwirtschaftshäusern ist es so, dass wir mit allen Anbietern kooperieren. Für uns ist es auf keinen Fall denkbar, dass wir den Weg exklusiv mit einem Softwareanbieter gehen. Dadurch würden wir uns die Zusammenarbeit mit anderen Anbietern verbauen.

In dem einen oder anderen Fall erstreckt sich die Zusammenarbeit zwischen Automatenhersteller und Softwarehaus auch auf den Vertrieb und den Service. Das halte ich für problematisch. Der Vertriebsmitarbeiter, der bisher Software verkauft hat, soll jetzt auch Hardware anbieten und teilweise auch noch den Service übernehmen. Es ist schon fraglich, ob das von der Kompetenz her funktionieren kann.

**PhR:** Von den Herstellern werden unterschiedlichste Systeme angeboten – Einsteigermodelle, modular aufgebaute Automaten und so weiter. Sie bieten

den Rowa Vmax an. Sind das Grundkonfigurationen, die als Einsteigermodell verwendet werden und auch modular erweiterbar sind?

**Dr. Christian Klas:** Technisch ist es machbar, den Vmax zu erweitern, das ist aber gar nicht notwendig. Es ist die Intention, der Apotheke einen Automaten zur Verfügung zu stellen, der ihr hilft, die Prozesse zu verbessern und das Lager zu optimieren. Entsprechend der ermittelten Kapazitäten liefern wir der Apotheke den Automaten, der ihren jetzigen und zukünftigen Anforderungen entspricht. Durch die Optimierung der Lagerhaltung ist es möglich, die Gesamtanzahl der vorzuhaltenden Packungen zu reduzieren. Durch den neuen Rowa Vmax sind wir in der Lage, wesentlich dichter zu lagern, d.h. auch Umsatzsteigerungen durch Zusatzverkäufe können problemlos eingelagert werden, ohne das Gesamtkonzept zu ändern.

**PhR:** Wie würden Sie Ihren einzigartigen Produktvorteil gegenüber den Wettbewerbern beschreiben?

**Dr. Christian Klas:** Letztlich kommt es darauf an, dem Kunden den maximalen Nutzen zu liefern. Ich denke, der Erfolg von Rowa liegt darin begründet, dass wir dem Kunden sehr genau zuhören und eine seinen Bedürfnissen zugeschnittene Lösung bieten. So haben wir bei der Entwicklung unseres Vmax darauf geachtet, eine maximale Kapazität zu erreichen und gleichzeitig die Geschwindigkeit für Ein- bzw. Auslagerung zu optimieren. Dies ist uns dank patentierter, einzigartiger Greifertechnologie gelungen.

Darüber hinaus bieten wir dem Apotheker durch eine Vielzahl von Optionen wie vollautomatische Einlagerung, Labeldrucker oder einen im Automaten integrierten Kühlschrank die Möglichkeit, seinen persönlichen Automatisierungsgrad zu erhöhen. Auch ist es unseren Kunden wichtig, einen kompetenten Service vor Ort zu haben. Aufgrund der hohen Anzahl an installierten Automaten sind wir sehr nah am Kun-

den. Wir haben derzeit 39 Service-Points in Deutschland. Das kann sonst keiner leisten.

**PhR:** Nach eigenen Angaben wollen Sie in diesem Jahr insgesamt 550 Automaten produzieren. Sie würden damit Ihren Umsatz von 50 Millionen Euro auf knapp 70 Millionen Euro steigern. Wenn es bei der bisherigen Aufteilung bleibt – deutscher Markt 50 Prozent, Ausland 50 Prozent –, dann kommen zu Ihren in Deutschland bereits 1.500 installierten Automaten noch mal 275 dazu. Werden Sie diese Zahlen erreichen?

**Dr. Christian Klas:** Wir sind sehr zuversichtlich, dass wir die 550 Automaten verkaufen werden. Bei den Umsatzzahlen haben wir noch keine Prognose gemacht, was aufgrund des hohen Auslandsanteils auch teilweise schwierig ist. Grundsätzlich spüren wir schon eine gewisse Verunsicherung auf dem Markt durch die unterschiedlichen Entwürfe der Gesetzgebung und möglicher Auswirkungen. Das ist nicht von der Hand zu weisen.

**PhR:** Eine Frage zum Schluss, die vielleicht auch eine Entscheidungshilfe für Apotheker sein kann, die an der Anschaffung eines Automaten interessiert sind: Warum sollten diese gerade bei Rowa den Automaten kaufen?

**Dr. Christian Klas:** Was für den Apotheker von großer Bedeutung ist und dann auch häufig den Ausschlag gibt, ist, dass wir ihm den Aspekt der Sicherheit liefern können. Ein sicheres und gutes Gefühl zu haben, dass man ein innovatives Produkt hat, die Sicherheit, den entsprechenden Service zu erhalten und die Gewissheit, dass er es mit einem gesunden Unternehmen zu tun hat, das mit Sicherheit auch in zehn Jahren noch auf diesem Markt existiert.

**PhR:** Herr Dr. Klas, herzlichen Dank für dieses Gespräch. )

*(Das Gespräch führte Norbert Pilz)*