

# BERATUNG OHNE RISIKEN UND NEBENWIRKUNGEN

Ob Hypochonder oder Quasselstrippe – zuweilen brauchen Apotheker starke Nerven. Wie es auch mit anstrengenden Kunden bestens klappt? Erfahren Sie im Magazin...



# JETZT

# REVINTY® ELLIPTA®

Angepasst an den  
Alltag mit Asthma

ASTHMA

1x  
TÄGLICH

YEAH!

REAL  
LIFE



**Revinty Ellipta 92 Mikrogramm/22 Mikrogramm, Einzeldosiertes Pulver zur Inhalation; Revinty Ellipta 184 Mikrogramm/22 Mikrogramm, Einzeldosiertes Pulver zur Inhalation.** Wirkstoffe: Fluticasonfuroat/Vilanterol (als Trifenat). **Zusammensetzung:** Jede einzelne Inhalation enthält eine abgegebene Dosis (die aus dem Mundstück abgegebene Dosis) von 92 bzw. 184 µg Fluticasonfuroat und 22 µg Vilanterol (als Trifenat). **Sonst. Bestandt.**: Lactose-Monohydrat, Magnesiumstearat (Ph.Eur.). **Anwendungsgebiete:** Asthma: Regelmäßige Behandlung bei Erwachsenen u. Jugendlichen ab 12 J., bei denen ein Kombinationspräparat (langwirksamer Beta<sub>2</sub>-Agonist u. inhalatives Kortikosteroid [ICS]) angezeigt ist: Patienten, die mit ICS u.

einer Bedarfsmedikation mit inhalativen kurzwirksamen Beta<sub>2</sub>-Agonisten nicht ausreichend eingestellt sind od. Patienten, die mit ICS und langwirksamen Beta<sub>2</sub>-Agonisten bereits ausreichend eingestellt sind. **Zusätzl. bei Revinty Ellipta 92 µg/22 µg:** Symptomatische Behandlung v. Erwachsenen m. chronisch obstruktiver Lungenerkrankung (COPD) mit einem FEV<sub>1</sub> < 70 % des Normwerts (nach Anwendung eines Bronchodilators), die trotz regelmäßiger bronchodilatatorischer Therapie Exazerbationen i. d. Vorgeschichte aufweisen. **Gegenanzeigen:** Überempfindlichkeit gg. die Wirkstoffe od. einen d. sonst. Bestandteile. **Nebenwirkungen:** *Sehr häufig:* Kopfschmerzen, Nasopharyngitis. *Häufig:* Pneumonie, Infektion d. oberen Atemwege, Bronchitis, Influenza, Candidiasis im Mund- und Rachenraum, Schmerzen im Oropharynx, Sinusitis, Pharyngitis, Rhinitis, Husten, Dysphonie, Bauchschmerzen, Arthralgie, Rückenschmerzen, Frakturen, Muskelkrämpfe, Fieber. *Gelegentlich:* Hyperglykämie, Verschwommenes Sehen, Extrasystolen. *Selten:* Überempfind-

lichkeitsreaktionen (einschließl. Anaphylaxie, Angioödem, Hautausschlag, Urtikaria), Angstzustände, Tremor, Palpationen, Tachykardie, paradoxer Bronchospasmus. **Warnhinweis:** Enthält Lactose. **Verschreibungspflichtig.** Weitere Einzelheiten enthalten die Fach- und Gebrauchsinformationen, deren Aufmerksamkeit empfohlen wird. **Pharmazeutischer Unternehmer:** GlaxoSmithKline (Ireland) Limited, 12 Riverwalk, Citywest Business Campus, Dublin 24, Irland. Örtlicher Vertreter für Deutschland: BERLIN-CHEMIE AG, 12489 Berlin. (Stand 12.18)

Revinty® Ellipta® wurde in Zusammenarbeit mit INNOVIVA entwickelt.



**BERLIN-CHEMIE  
MENARINI**



**REVINTY® ELLIPTA®**  
Fluticasonfuroat/Vilanterol



## **GUTE ARBEIT BRAUCHT EINEN GUTEN RAHMEN**

Apothekerinnen und Apotheker und ihre Teams sind Menschen, zu denen man Vertrauen hat. Sie beraten, hören zu, trösten und muntern auf. Sie haben nicht nur ein großes Wissen, sondern auch Mitgefühl. Wer gesundheitlich angeschlagen ist, geht nach einem Besuch in der Apotheke oft gestärkt wieder nach Hause. Doch seien wir ehrlich: Die Kunden glücklich zu machen, ist manchmal gar nicht so einfach. Da gibt es beispielsweise den Hypochonder, der täglich das Schlimmste befürchtet, und den Besserwisser, der seinem Namen alle Ehre macht. Auch ihnen möchte das Apotheken-Team gerecht werden. Aber wie? Das haben wir Uta Simonsen gefragt. Sie ist selbst Apothekerin und Trainerin.

Wer gute Arbeit leisten will, braucht aber auch die passenden Rahmenbedingungen für die Vor-Ort-Apotheken – und die werden in Berlin gemacht. Dort ist Manuela-Andrea Pohl, verantwortlich für Public Affairs bei GEHE, täglich mit Entscheidern im Gespräch. Ihre Empfehlung an Apotheker: „Die Weichen für die Zukunft des Berufs werden jetzt gestellt. Mischen Sie sich ein. Gute Ideen sind gefragt.“ Welche Themen in Berlin gerade diskutiert werden, erfahren Sie in unserem Magazin.

Herzlichst

Ihr Dr. Peter Schreiner  
Peter.Schreiner@gehe.de

# INHALT

KUNDEN IM GESPRÄCH

## **WUNSCH NACH MEHR BERATUNG**



Vier Kunden, vier starke Meinungen. Beim GEHE-Talk haben wir vier Generationen an einen Tisch geholt und gefragt: Was erwarten Sie eigentlich von einer guten Apotheke?

Seite 6-8

### **Kurz&Kompakt**

Seite 4-5

### **Von Slowenien bis in die blaue GEHE Wanne**

Reportage über eine der modernsten  
Arzneifabriken Europas – Notol 2  
von TAD Pharma  
Seite 10-11

### **So klappt's garantiert mit jedem Kunden**

Kundencharaktere im Porträt:  
Interview mit Uta Simonsen,  
Apothekerin und Trainerin im  
Pharmagroßhandel  
Seite 12-15

### **Branchennews: Welche Folgen hat das E-Rezept?**

Seite 16

### **Facebook und Co. richtig einsetzen**

Chris Günter, Geschäftsführer der  
Werbeagentur caesar gustav, gibt  
Tipps, wie man sich im Netz richtig  
gut positioniert  
Seite 18-19

### **Was fordert die Politik von Apothekern?**

Manuela-Andrea Pohl, GEHE-Leiterin  
Public Affairs, berichtet aus Berlin  
Seite 20-21

### **Kulturtipps**

Seite 22-23

### **Wie gut sind Sie in Ihrem Job?**

Machen Sie den Test  
Seite 24-25

**gesundleben** Apotheken **SPECIAL**

*gesund leben schüttet  
Erfolgsbeteiligung aus*  
Seite 26-27

### **Blickpunkte**

GEHE startet ungewöhnliche  
Kampagne  
Seite 28-29

### **Internationale Apotheke**

Seite 30

Impressum  
Seite 29



# KURZ & KOMPAKT

## GEHE SPENDET 283 CHANCEN AUF LEBEN

Alle 15 Minuten erkrankt in Deutschland ein Mensch an Blutkrebs. Häufig ist eine Stammzellentransplantation die einzige Überlebenschance – wenn ein passender Spender gefunden wird. Und diese Chance haben 282 Mitarbeiter von GEHE jetzt erhöht. Sie alle haben sich bei der Deutschen Knochenmarkspenderdatei (DKMS) als neue, potenzielle Stammzellspender registrieren lassen. Jeder sechste, der die Voraussetzungen erfüllt, war demnach dabei. In der Niederlassung in Unna hat sich sogar jeder zweite registriert. Der Wunsch zu helfen, kam von den Mitarbeitern selbst. Für jede Neuaufnahme entstehen der DKMS Kosten, die GEHE für seine Mitarbeiter übernommen hat.

## FREUNDE MACHEN GLÜCKLICH

Eine Studie der Harvard University ist 80 Jahre lang der Frage nachgegangen, was Menschen im Alter gesund hält. Das Ergebnis verblüfft! Nicht nur sportliche Betätigung und ein gesunder Lebensstil sind ausschlaggebend, soziale Kontakte haben einen ebenso großen Einfluss auf unsere Gesundheit. Die Probanden, die sich rege mit Freunden und Familienmitgliedern austauschten, blieben länger gesund. Dabei geht es nicht darum, wie viele Freunde man hat, sondern um die Qualität der Beziehungen. Also einfach mal wieder mit der besten Freundin treffen!



## BEI IHNEN STEHT GEHE AUF DEM STUNDENPLAN

Bei einem Rundgang durch die GEHE-Niederlassung Stuttgart bekamen die Schüler der Kerschensteinerschule einen Einblick in den pharmazeutischen Großhandel. Besonders begeistert Lars Meier der technische Fortschritt. „Der Rowa ist beeindruckend. Ich kenne ihn schon aus den Apotheken, aber hier hat er nochmal eine andere Dimension.“ Er möchte nach der Ausbildung noch Pharmazie studieren. Larissa Clotheau möchte als PTA arbeiten. „Mir gefällt in der Apotheke vor allem der Kontakt zu den Kunden. Es ist schön, dass man zu ihnen im Laufe der Zeit eine so enge Beziehung aufbaut.“



**„DER BESTE WEG  
HERAUSZUFINDEN, WAS WIR  
WIRKLICH BRAUCHEN, IST UNS  
VON ALLEM ZU TRENNEN, WAS  
WIR NICHT BRAUCHEN.“**

**Marie Kondō,  
Aufräum-Expertin und Bestsellerautorin**

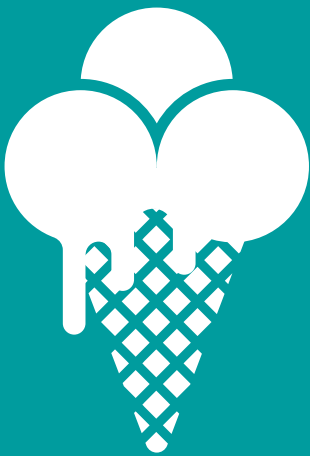
GESUND LEBEN-APOTHEKEN

## AUSGEZEICHNET: GUTE BERATUNG!



gesund leben-Apotheken bieten landesweit die beste Beratung. Zu diesem Ergebnis kommt ServiceValue, ein Partner des Handelsblatts, bei einer Befragung von 17.000 Verbrauchern in 36 Branchen. Im Bereich „Apothekenkooperationen“ wurden die gesund leben-Apotheken auf Platz eins gewählt. „Beratungskompetenz ist für die Apotheke das Differenzierungsmerkmal schlechthin. Wir freuen uns daher umso mehr, dass die Kunden und das Handelsblatt uns auf den ersten Platz gewählt haben“, sagt Dr. Peter Schreiner, Vorsitzender der GEHE-Geschäftsführung. GEHE setzt sich seit über 30 Jahren für die Weiterbildung der Apotheken-Teams ein. Mit jährlich mehr als 30.000 Teilnehmern ist die GEHE AKADEMIE eine der führenden Weiterbildungsinstitutionen im Apothekenmarkt. „In Apotheken spielt das Vertrauen zwischen Personal und Kunde seit jeher eine wichtige Rolle. Genau hier setzen wir an“, sagt Schreiner.

### ZAHL DES MONATS



**113**  
KUGELN EIS

isst jeder Deutsche im  
Durchschnitt pro Jahr

Quelle:  
Bundeszentrum für Ernährung

## SEETANG-NUDELN SIND SUPERFOOD

In der Traditionellen Chinesischen Medizin werden Algen seit Jahrtausenden in Pillen- und Pulverform eingesetzt, enthalten sie doch Stoffe, die gegen Bakterien, Viren und Pilze helfen. Hierzulande machen Algen jetzt auch auf dem Teller Karriere und entpuppen sich als Superfood. Nicht nur als Suppenbeilage, Sushi oder Chips, sondern in diesem Jahr auch als Butter und Nudeln aus Seetang. Algen sind sehr nährstoffreich, enthalten Kalzium, Magnesium, Kalium, Zink, Selen und Eisen in hohen Dosen. Da sie einen sehr fischigen Eigengeschmack haben, lassen sich dadurch wunderbar Fischprodukte ersetzen. Geschätzt gibt es aktuell 400.000 Algenarten auf der Welt, gut 160 von ihnen werden gegessen. Ob's schmeckt? Geschmacksache!





## „OHNE APOTHEKE WÄRE ICH AUFGESCHMISSEN“

Vier Kunden, vier starke Meinungen. Was sie eint: Das Apotheken-Team wird als starker Partner in Gesundheitsfragen gesehen.



**STEFAN HAECKS (37)**



**ANKE SCHMIDT (51)**

**NEUE WEGE:** Karla, Sie sind die Jüngste in der Runde. Hand aufs Herz: Gehen Sie noch in die Apotheke um die Ecke oder bestellen Sie alles im Internet?

**KARLA BELSER:** Gerade weil ich noch jung bin und mich in Gesundheitsfragen noch nicht so gut auskenne, gehe ich in die Apotheke, um mich beraten zu lassen. Einiges kann man ja googeln, aber eben nicht alles. Arzneimittel, die ich regelmäßig einnehme, bestelle ich allerdings im Internet, beispielsweise Kopfschmerztabletten. Ehrlich gesagt auch, weil sie dort günstiger sind.

**Frau Bauer, Sie sind mit 82 Jahren die Älteste im Kreis. Wie würde es Ihnen denn gehen, wenn es Medikamente plötzlich nur noch im Internet gäbe?**

**SIGRID BAUER:** Dann wäre ich ehrlich gesagt aufgeschmissen. Ich kenne mich im Internet nicht so gut aus, dass ich dort etwas bestellen könnte. Und in der Online-Apotheke müsste ich ja auch ganz allein Entscheidungen treffen. Das möchte ich nicht. Ich nehme regelmäßig Medikamente. Mein Apotheker behält für mich den Überblick.

**Wie oft gehen Sie alle denn überhaupt in eine Apotheke? Und was erwarten Sie dort?**

**STEFAN HAECKS:** Ich bin geschätzt zehn bis zwölf Mal im Jahr in einer



**SIGRID BAUER (82)**



**KARLA BELSER (25)**

**Für den GEHE-Talk haben wir vier Apothekenkunden an einen Tisch geholt. Die jüngste Teilnehmerin ist 25 Jahre alt, die älteste 82. Unabhängig vom Alter sind sich alle einig: Von einem Apotheker erwarten sie kompetente Beratung. Er soll den Überblick behalten und über Risiken aufklären.**



**Anke Schmidt (links), Karla Belser und Stefan Haecks bestellen auch online Arzneimittel. Immer dann, wenn sie es schon kennen.**

**„EIN APOTHEKER IST EIN APOTHEKER UND EIN ARZT IST EIN ARZT. ICH BIN FÜR EINE KLARE TRENNUNG.“**

**Anke Schmidt**

**„GERADE WEIL ICH NOCH JUNG BIN, GEHE ICH IN DIE APOTHEKE, UM MICH BERATEN ZU LASSEN.“**

**Karla Belser**

Apotheke und erwarte vor allem eine schnelle und gute Beratung. Ich bin selbstständig und habe wenig Zeit. Leider auch wenig Zeit, um krank zu werden. Ich brauche also eine rasche Lösung für mein Gesundheitsproblem. Zudem bin ich ein Mann. Und wenn ein Mann krank ist, hat er mindestens die Männergrippe und ist kurz vorm Sterben. Schön, wenn der Apotheker sofort den Ernst der Lage erkennt (lacht).

**ANKE SCHMIDT:** Ich bin vielleicht drei bis viermal pro Jahr in der Apotheke. Dann aber wünsche ich mir eine gute Beratung. Ich möchte nicht, dass mir der Apotheker nur kommentarlos das Medikament über den Verkaufstisch reicht. Das habe ich aber schon oft so erlebt. Ich wünsche mir, dass der Apotheker oder seine Mitarbeiter mich fragen, welche Medikamente ich sonst noch nehme und mich über mögliche Wechsel- und Nebenwirkungen aufklärt. Ansonsten kann ich tatsächlich gleich im Internet bestellen.

**SIGRID BAUER:** Das ist bei mir anders. In der Apotheke bin ich Stammkunde, werde dort schon mit Namen begrüßt. Vor Kurzem musste täglich mein Blutdruck gemessen werden, das hat das Apothekenteam übernommen.

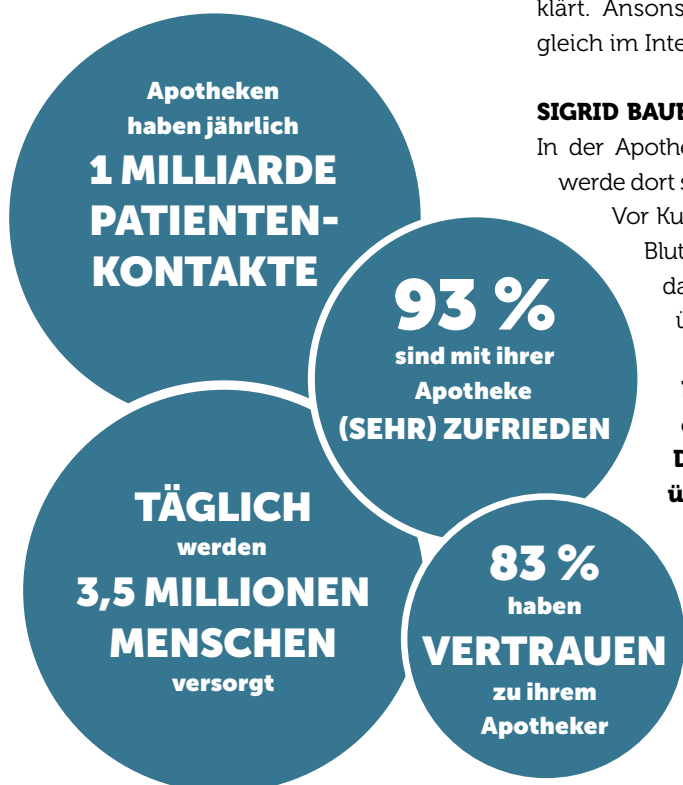
**Blutdruckmessen ist ein gutes Stichwort. Die Politik denkt darüber nach, Apothekern mehr Verantwortung zu übertragen. Sie könnten beispielsweise Blut abnehmen oder impfen. Was denken Sie als Kunde darüber?**

**STEFAN HAECKS:** Nein, davon halte ich nichts. Man sollte Sachen dort machen lassen, wo der Fachmann sitzt. Und das ist in Sachen Blutabnehmen und Impfen eindeutig der Arzt. Ihn kenne ich, ihm vertraue ich. Nichts für ungut, aber zu einem Apotheker kann ich dieses Vertrauen nicht aufbauen. Er ist mein Fachmann für Medikamente.

**KARLA BELSER:** Ich denke auch, das ist ein Schritt zu viel. Beim Arzt weiß ich, dass jemand Blut abnimmt, der das gelernt hat. Ein Apotheker ist für mich der Experte für Arzneimittel. Das Vertrauen ist nicht da, weil es gefühlt nicht zu seinen Aufgaben gehört, mir Blut abzunehmen.

**Dieser Vorschlag der Politik kommt also bei Ihnen nicht gut an. Welche Zusatzleistungen könnten Sie sich in der Apotheke vorstellen?**

**ANKE SCHMIDT:** Denkbar wäre für mich beispielsweise eine Mütterberatung. Als meine Tochter noch klein war, habe ich mir eine Waage in der Apotheke ausgeliehen. Was spräche dagegen, mit seinem Säugling in die Apotheke zu gehen, das Kind dort wiegen und begutachten zu lassen? Möglicherweise könnte man sich in der Apotheke auch Ernährungstipps



**Siegrid Bauer ist in ihrer Apotheke Stammkundin und fühlt sich sehr gut betreut. Stefan Haecks will schnelle Hilfe bei „Männergrippe“.**



**„WENN ES MEDIKAMENTE NUR NOCH IM INTERNET GEBEN WÜRDEN, WÄRE ICH AUFGESCHMISSEN.“**

**Siegrid Bauer**

**„IMPFFEN BEIM APOTHEKER? NEIN, DAFÜR FEHLT MIR DAS VERTRAUEN.“**

**Stefan Haecks**

für Kleinkinder abholen. Alle weiteren medizinischen Angebote in der Apotheke sehe ich mit Skepsis. Ich bin kein Freund davon, alles zu verwässern. Ein Arzt ist ein Arzt und ein Apotheker ist ein Apotheker. Ich bin für eine klare Trennung. Auch wenn es natürlich sinnvoll ist, dass beide Parteien einen Blick auf meine Gesundheit haben.

**STEFAN HAECKS:** Ich fände es großartig, wenn es in der Apotheke beispielsweise auch Krücken, Bandagen oder ähnliches geben würde. Als ich mir letztes Jahr den Fuß verstaucht habe, hätte es mich sehr gefreut, wenn ich für die Krücken nicht extra in ein weit entferntes orthopädisches Fachgeschäft hätte fahren müssen.

*Das Thema dreht sich noch einen Moment weiter darum, welche Zusatzangebote in der Apotheke sinnvoll wären. Von Ernährungstipps bis hin zur Allergieberatung.*

**Sie alle wünschen sich eine gute Beratung und dass das Apothekenteam den Überblick in Ihrem privaten Medikamentschrank behält. Wie sieht es mit der Datenspeicherung aus? Darf der**

**Apotheker wissen, was Sie zuvor gekauft und eingenommen haben?**

**SIEGRID BAUER:** Mein Apotheker weiß das und ich habe absolut nichts dagegen. Im Gegenteil, ich vertraue ihm. Und das hängt auch mit guten Erfahrungen zusammen. Als ich eine Gürtelrose hatte, hat mir meine Ärztin ein Medikament verschrieben, das Pfeffer enthält. Mein Apotheker hat die Hände über dem Kopf zusammengeschlagen und dringend abgeraten. Wäre er nicht gewesen – ich mag gar nicht daran denken. Mein Apothekenteam hat mein Vertrauen.

**STEFAN HAECKS:** Gern darf alles gespeichert werden, was ich einnehme. Im Falle eines Unfalls könnte es mir helfen, wenn der Notarzt meine Gesundheitskarte ausliest und sieht, welche Medikamente ich nehme oder benötige. Selbst im Ausland profitiere ich, wenn ich mich nicht mit Händen und Füßen verständigen muss, sondern die dortigen Apotheker Zugriff auf meine Medikamentenliste haben.

**KARLA BELSER:** Wenn wir ehrlich sind, hinterlassen wir doch täglich sehr viele Daten im Internet. Ich sowieso, wenn ich online Medikamente bestelle. Ich vertraue darauf, dass meine Daten sicher sind.

**Eine gute Beratung, ausgewählte Zusatzleistungen – was würde Sie in einer Apotheke sonst noch glücklich machen?**

**ANKE SCHMIDT:** Mehr Diskretion wäre schön. Es geht schließlich niemanden etwas an, welche Beschwerden ich habe. Genauso wenig möchte ich wissen, ob ein anderer Kunde möglicherweise gerade unter einem Furunkel leidet. Wie wäre es also mit einer schnellen Service-Schlange und einem Bereich, in dem man mit dem Apotheker privat sprechen kann?

**STEFAN HAECKS:** Tolle Idee. In kleineren Apotheken würde ja schon ein separater Raum reichen, in den man sich für ein Gespräch zurückziehen kann.

**Vielen Dank für das Gespräch.**





Damit **Kopfschmerzen**  
Sie nicht ausbremsen.

## **IBU-LYSIN-** ratiopharm® 684 mg

- Im Magen schnell löslich,  
im Kopf schnell wirksam
- Mit Wirkbeschleuniger Ibu-Lysin



**ratiopharm**

Gute Preise. Gute Besserung.



Im slowenischen Novo mesto sitzt die Konzernzentrale von Krka. Dort steht auch das Werk Notol 2, in dem 320 Mitarbeiter arbeiten.

# VON SLOWENIEN BIS IN DIE BLAUE GEHE WANNE

In „Notol 2“, einer der modernsten Fabriken Europas, produziert die Krka-Gruppe **DREI MILLIARDEN TABLETTEN PRO JAHR**. Weltweit sind es sogar 14,3 Milliarden. Zum Konzern gehört **TAD PHARMA**.

Im Hochregallager von Notol 2 in Slowenien hat ein Hochhaus mit elf Etagen Platz. Das Gebäude ist stolze 32 Meter hoch, 100 Meter lang und bietet Stauraum für 9.000 Paletten. Auf denen werden unter anderem Rohstoffe und Packmittel gelagert, doch auch 250 große Lastwagen würden dort spielend neben- und übereinander einparken können. Die Produktionsstätte ist die modernste der Krka-Gruppe in Europa und wurde 2018 sogar zu Sloweniens Fabrik des Jahres gewählt.

Sie beeindruckt mit ihrer immensen Größe (56.500 Quadratmeter), der durchdachten Logistik, einem hohen Grad an Automatisierung und nicht zuletzt mit der Produktionskapazität: Allein im vergangenen Jahr wurden dort drei Milliarden Tabletten hergestellt. „Wenn das Werk vollständig

ausgestattet ist, sollen es pro Jahr sogar 4,5 Milliarden Tabletten, Filmtabletten und Kapseln sein“, erklärt Pascal Hancz, Pressesprecher von TAD Pharma, die seit 2007 mit aktuell 300 Mitarbeitern zur Krka-Gruppe gehört.

## **KRKA-GRUPPE BIETET WELTWEIT 250 WIRKSTOFFE AN**

Der Mutterkonzern der TAD Pharma ist seit mittlerweile 65 Jahren am pharmazeutischen Markt. Zu den wichtigsten Produkten der Krka-Gruppe zählen verschreibungspflichtige Arzneimittel. Rezeptfreie Produkte bilden zehn Prozent des Gesamtumsatzes. Auch veterinärmedizinische Produkte (besonders antimikrobielle Mittel sowie Antiparasitika) gehören zum Portfolio. Aktuell bietet die Gruppe 250 Wirkstoffe und mehr als 800 Produkte in den Bereichen Herz-Kreislauf, Stoff-



**In dieses Hochregallager passt ein ganzes Hochhaus.**



wechsel, Onkologie, Infektiologie (z.B. HIV), Neurologie, Psychiatrie und Urologie an. Die Krka-Gruppe re-investiert rund zehn Prozent ihres Umsatzes in die Forschung und Entwicklung. Allein in Notol 2 arbeiten 320 Mitarbeiter, die überwiegend aus den Bereichen Pharmazie, Chemie, Biologie und Tiermedizin kommen. Schritt für Schritt kann man in der Produktionsstätte Notol 2 beobachten, wie aus einem Rohstoff ein verpacktes Arzneimittel wird. Die meisten Präparate der Krka-Gruppe für den deutschen Markt werden dort hergestellt, wöchentlich rollen 120 Lkw mit Arzneimitteln vom Hof.

### **DER LANGE WEG VOM ROHSTOFF BIS ZUR VERPACKTEN TABLETTE**

Notol2 besteht aus drei Gebäuden: der Produktion, der Verpackungseinheit und dem Lager. Zwischen allen drei Einheiten ist ordentlich Bewegung. Sie sind durchzogen von Transportbändern, überall bahnen sich automatisch gesteuerte Transportfahrzeuge ihren Weg, die Rohstoffe bringen oder Tabletten und Kapseln verteilen. Der gesamte Produktionsprozess ist ausgefeilt. Schon beim Wiegen – dem ersten Schritt in einem langen Produktionsprozess – wird deutlich, wie professionell und automatisiert gearbeitet wird. Der in einen weißen Schutzanzug gehüllte Mitarbeiter stellt die Ausgangsstoffe für eine Charge Tabletten oder Kapseln auf ein Kontrollsystem. Wie von Zauberhand bringt wenig später



**Der gesamte Produktionsprozess wird streng überwacht.**



**Pro Jahr werden in Notol 2 drei Milliarden Tabletten hergestellt.**

ein fahrerloses Transportfahrzeug eine Palette mit den benötigten Stoffen. Dann werden die abgewogenen Rohstoffe beziehungsweise das Granulat in absolut keimfreier Atmosphäre so zu einer homogenen Masse vermischt und vorbereitet, dass aus ihr Tabletten gepresst werden können. Die Hochleistungstablettenpressen machen anschließend ihrem

## **DIE KRKA-GRUPPE AUF DEN PUNKT**

- \* die Krka-Gruppe, zu der TAD Pharma gehört, beliefert 50 Millionen Menschen in 70 Ländern
- \* sie hat Tochtergesellschaften und Repräsentanzen in mehr als 40 Ländern weltweit
- \* pro Jahr werden in Slowenien, Russland, Polen, Kroatien und Deutschland mehr als 14,5 Milliarden Tabletten und Kapseln hergestellt
- \* 2018 hat die Krka-Gruppe 96,3 Millionen Euro in die Erhöhung der Produktionskapazitäten investiert, neue Produktionsanlagen gebaut, die Infrastruktur modernisiert

Namen alle Ehre: Eine Presse produziert bis zu 300.000 Tabletten pro Stunde. Einige von ihnen werden nun noch in einer Beschichtungsmaschine mit einem dünnen Film überzogen, der sie vor Feuchtigkeit und Licht schützt, oder den zum Teil unangenehmen Medikamentengeschmack des Wirkstoffs überdeckt. Im Produktionsprozess haben die Arzneimittel schon jetzt eine enorme Strecke zurückgelegt.

### **ARZNEIMITTEL WERDEN IN 70 LÄNDER GELIEFERT**

Bevor sie jedoch unter anderem in Deutschland in der bekannten blauen GEHE Wanne liegen, werden sie wie zuvor noch ein weiteres und letztes Mal einer umfassenden Qualitätsprüfung unterzogen. Nicht nur die eingesetzten Stoffe, sondern auch die Packmittel – Blisterfolie, Faltschachtel und Beipackzettel – werden dabei eingehend untersucht. Von Slowenien aus treten sie dann ihre Reise in die Welt an, um mehr als 50 Millionen Menschen in 70 Ländern zu helfen.



**Das Produktionswerk der Krka-Gruppe in Slowenien gehört mit zu den modernsten in ganz Europa.**



# JEDEN TAG EIN ANDERER TYP

Ob Hypochonder oder Quasselstrippe – manche Kunden sind wirklich eine Herausforderung. **EINIGE TYPEN KOMMEN IHNEN BEKANNT VOR?** Das geht nicht nur Ihnen so.



## DIE QUASSELSTRIPPE

### **ERSCHEINUNGSBILD:**

Bei Männern und Frauen gleichermaßen vertreten. Alter: 55 Jahre und älter.

### **AUFENTHALTSDAUER:**

Unbegrenzt, wenn man sie nicht stoppt.

### **MERKMALE:**

Redet und redet und redet. Kommt von Höckschen auf Stöckchen, vom Hunderten ins Tausendste. Plaudert selbst dann noch weiter, wenn der Apotheker sich schon im Hinterzimmer versteckt.

## DER SONNENSCHN

### **ERSCHEINUNGSBILD:**

Fröhlich ruft er schon von Weitem „Hallo“ und verbreitet immer gute Laune.

### **AUFENTHALTSDAUER:**

Darf so lange bleiben wie er will. Ist gut für das Betriebsklima und reißt andere Kunden mit seinem freundlichen Wesen mit.

### **MERKMALE:**

Der Sonnenschein macht seinem Namen alle Ehre. Selbst schwere Diagnosen hauen ihn nicht um. Er erzählt lieber vom letzten Bali-Urlaub als von der schweren Krankheit und zeigt: Die, die am meisten Grund hätten, jammern am wenigsten.

## DER BERATUNGS-KLAUER

### **ERSCHEINUNGSBILD:**

Er hat immer ein Smartphone in der Hand, ist stets erreichbar.

### **AUFENTHALTSDAUER:**

Abhängig davon, wie viele WhatsApp und Facebook-News parallel reinkommen.

### **MERKMALE:**

Vom Hundefutter bis zum XXL-Flatscreen – dieser Kunde bestellt alles im Internet. Nur bei Medikamenten und medizinischen Geräten fragt er in der Apotheke um die Ecke lieber nochmal nach. Ausführlich lässt er sich dort vom freundlichen Fachpersonal das moderne Blutdruckgerät erklären, um sich dann mit einem „ich denk nochmal drüber nach“ schnell zu verabschieden. Ab nach Hause und im Netz ordern! Gelernt ist gelernt.





## DER HYPOCHONDER

### **ERSCHEINUNGSBILD:**

Meistens männlich; Anfang 40 mit ausgeprägter Selbstwahrnehmung seit Kindesbeinen an. Um sich nicht zu verkühlen, trägt er selbst im Hochsommer Schal und Socken, manchmal sogar Mütze.

### **AUFENTHALTSDAUER:**

Er hat das Potenzial, eine Apotheke für mehrere Stunden lahm zu legen.

### **MERKMALE:**

Betritt die Apotheke stets mit ernster Miene. Sein Ziehen im Unterbauch ist mindestens ein Blinddarm kurz vorm Durchbruch und auch das Zwicken im Rücken lässt schon Böses ahnen. Der Hypochonder kennt alle einschlägigen Internetforen, tauscht sich dort mit anderen Kranken aus. Ihm kann man nun wirklich nichts vormachen. Er weiß, wie es um ihn steht.

## DER NATURHEILKUNDE-FAN

### **ERSCHEINUNGSBILD:**

Öko-Treter und Flatterhosen führen manchmal auf die falsche Spur. Auch in einem Anzug oder einem Business-Kostüm versteckt sich zuweilen ein gut getarnter Naturheilkunde-Fan.

### **AUFENTHALTSDAUER:**

Er nimmt sich Zeit für ein Beratungsgespräch, schließlich möchte er sich und seiner Gesundheit etwas Gutes tun.

### **MERKMALE:**

Der Naturheilkunde-Fan ist ein sanftes Wesen und möchte für sich und seine Familie nur das Beste. In seinem Rucksack oder seiner Aktentasche hat er für jeden (Kinder-)Kummer das passende Kügelchen griffbereit. Gern lässt er sich in der Apotheke spezielle Teemischungen zusammenstellen. Anderen Kunden rät er zuweilen ungefragt, nur Medikamente zu kaufen, die nach dem Mondkalender hergestellt wurden.



## DIE EINSAMEN

### **ERSCHEINUNGSBILD:**

Sie sind nicht sofort zu erkennen, verbergen ihre Einsamkeit tapfer.

### **AUFENTHALTSDAUER:**

Ziehen ihren Besuch in die Länge – zu Hause wartet nur die Stille.

### **MERKMALE:**

Die Einsamen kommen regelmäßig, nicht selten jeden Tag. Das Apotheken-Team ist wie Familie, die sie nicht haben. Weil sie nicht immer ein Rezept einlösen können, kaufen sie Lakritzbonbons für die Nachbarskinder und Pflaster gegen Hühneraugen, die sie gar nicht quälen.



Lesen Sie auf der nächsten Seite **DAZU EIN INTERVIEW MIT BERATUNGSPROFI UTA SIMONSEN.**



# SO KLAPPT'S GARANTIERT MIT JEDEM KUNDEN

Ein gutes Kundengespräch ist keine Zauberei. Mit ein paar Tipps kann jeder Apotheker, jede Apothekerin und jede PTA zum Beratungsprofi werden. **TRAINERIN UTA SIMONSEN** erklärt, wie man mit dem Beratungsklauser, der Plaudertasche und anderen Kundentypen **GANZ SOUVERÄN** umgeht.



**Uta Simonsen,**  
**pharmaselling trainings**

Die Apothekerin und Kommunikationsdesignerin Uta Simonsen arbeitet seit 2008 als Referentin und Trainerin für den Pharmagroßhandel, die pharmazeutische Industrie, Pharma-Dienstleistungsagenturen und für Apotheken.

**NEUE WEGE:** Der Beratungsklauser und die Quasselstrippe sind wirklich ganz besondere Kunden. Bevor wir erklären, wie man mit ihnen am besten umgeht – fangen wir mit den einfachen Kunden an. Wie ist ein gutes Beratungsgespräch aufgebaut?

**UTA SIMONSEN:** Ein gutes Beratungsgespräch folgt einer gewissen Dramaturgie und gliedert sich in mehrere Phasen. Schon bei der Begrüßung

ist Menschenkenntnis gefragt, denn nicht jeder möchte mit einem jugendlichen „Hallo“ begrüßt werden. Und überall außerhalb von Flensburg wäre wohl ein saloppes „Moin“ fehl am Platz. Der Apotheken-Mitarbeiter muss also schnell entscheiden, welchen Kundentypen er vor sich hat. Im Kern geht es darum, rasch eine Atmosphäre zu schaffen, in der der Kunde sich wohlfühlt. Denn nach der Begrüßung folgt der wichtige Teil, das Beratungsgespräch.

**Was sollte das Apotheken-Team dabei beachten?**

Zunächst sollte der Mitarbeiter zu hundert Prozent bei der Sache und dem Kunden zugewandt sein. Blickkontakt und Körpersprache sind das A und O. Klingt selbstverständlich, ist aber nicht immer der Fall, gerade wenn in der Apotheke viel zu tun ist. Im Beratungsgespräch geht es darum, schnell auf den Punkt zu kommen. An dieser Stelle kommen



**Jeder Kunde ist anders. Das ist eine Herausforderung für jeden Mitarbeiter in der Apotheke. Mit einer klaren Strategie wird man jedem gerecht.**

## 5 BERATUNGSTIPPS FÜR IHRE APOTHEKE AUF EINEN BLICK



1

**Stellen Sie Nähe her** Eine zugewandte Körperhaltung, Blickkontakt und die volle Aufmerksamkeit sind notwendig. Gehen Sie individuell auf den Kunden ein, jeder ist anders und braucht eine andere Ansprache.

2

**Beraten Sie kompetent** Seien Sie mit Herz bei der Sache, strahlen Sie Ruhe und Professionalität aus und stellen Sie alle wichtigen W-Fragen. Machen Sie Gesprächsangebote, bieten Sie dem Kunden Antwortmöglichkeiten an. Viele werden dankbar dafür sein.

3

**Kommen Sie auf den Punkt**

Sie wissen viel, das ist prima. Filtern

Sie für den Kunden aber das für ihn Wichtigste aus der Informationsflut heraus.

4

**Blieben Sie authentisch** Gute Beratung lebt von Persönlichkeit. Wenden Sie gern Fragetechniken an, aber bleiben Sie auf jeden Fall Sie selbst.

5

**Ein guter Schluss:**

Schreiben Sie dem Kunden wichtige Dinge auf. Er wird sich über individuelle Tipps freuen.

die bekannten W-Fragen zum Einsatz. Von „Für wen ist das Arzneimittel bestimmt?“ bis hin zu „Wofür oder wogegen soll es angewendet werden?“. In der Praxis ist dieser Teil des Gesprächs gar nicht so leicht. Der eine Kunde plaudert wie ein Wasserfall, der andere bleibt stumm und still. Jetzt hilft eine gute Gesprächstaktik, die man lernen kann.

### Welche Tipps haben Sie?

Bei jedem Kunden hilft es, mit Herz bei der Sache zu sein, Zuversicht zu verbreiten, Ruhe und Professionalität auszustrahlen. Dann kommen individuelle Techniken zum Zug. Die Plaudertasche bremsen Sie im Redefluss, indem Sie wieder freundlich auf den Ausgangspunkt des Gesprächs zurückkommen und dafür auch mal eine geschlossene Frage einsetzen, beispielsweise: „Haben Sie noch Fragen zur Einnahme Ihres Medikaments?“ Auch reduzieren Sie das bejahende Kopfnicken, die Einladung immer weiter zu reden. Dem zurückhaltenden Kunden muss ich ein Gesprächsangebot machen, eine Landebahn ausfahren.

### Wie macht man ein gutes Gesprächsangebot?

Vielen fällt es schwer, sich frei auszudrücken. Auf die Frage „Was haben Sie denn?“ würden Sie hilflos antworten: „Eine Erkältung eben.“ Das bringt aber weder den Kunden noch die Apothekenmitarbeiter weiter. Besser ist es, Antwortmöglichkeiten anzubieten, beispielsweise: „Was plagt Sie am meisten? Sind es starke Halsschmerzen, eine laufende Nase oder Hustenreiz?“ Viele vergessen auch, Vorerkrankungen wie Asthma, Rheuma oder Diabetes zu nennen. Meine Empfehlung: konkret nachfragen!

### Kommen wir zu den besonderen Kunden. Wie gehe ich beispielsweise mit dem Beratungskläuer um, der sich beraten lässt, aber im Internet bestellt?

Ganz freundlich aber deutlich Grenzen setzen. Ich habe zu einem Kunden mal gesagt: „Ich berate Sie gern und finde es toll, dass wir so gute Gespräche führen, die Sie weiterbringen. Und für uns ist es auch wichtig, dass Sie an-

schließend bei uns kaufen und nicht im Internet bestellen.“ Danach hat er sein Verhalten zum Teil geändert.

### Wie wird man den Einsamen gerecht, jenen, für die Apotheker und PTA oft der einzige Kontakt sind?

Ich widme ihnen Zeit. Sie brauchen einen Gesprächspartner und das bin ich in dem Fall dann ich. Dauert das Gespräch sehr lange, sage ich beispielsweise: „Jetzt haben wir gerade richtig gut miteinander geredet. Die Geschichte mit Ihrem Hund hat mir gut gefallen. Aber hinter Ihnen stehen ganz viele Kunden, um die ich mich jetzt auch kümmern muss. Das verstehen Sie doch, oder? Lassen Sie uns gern beim nächsten Mal weitersprechen.“ Dann geht der Kunde mit einem guten Gefühl.

#### SEMINAR GEHE AKADEMIE

Uta Simonsen gibt an der GEHE Akademie mehrere Seminare zum Thema „Beraten und Verkaufen im Wandel. Fit mit Social Media & Dr. Google“. Mehr unter: [www.gehe-point.de](http://www.gehe-point.de)

# DAS E-REZEPT STEHT KURZ VOR DER EINFÜHRUNG. WAS ÄNDERT SICH FÜR APOTHEKER?



**MIT GERDA** (Geschützter e-Rezept-Dienst der Apotheken) **IST BADEN-WÜRTTEMBERG VORREITER BEIM ELEKTRONISCHEN REZEPT.** GERDA ist ein sicherer Fachdienst, der von Arzt, Patient und Apotheke bedient werden kann. Seit Beginn sind die Softwarehäuser, Rechenzentren und Krankenkassen eingebunden. **DURCH GERDA KANN DER PATIENT DAS E-REZEPT EINER APOTHEKE SEINER WAHL ZUWEISEN. DIE AUSGEWÄHLTE APOTHEKEN WIRD DARAUFHIN BENACHRICHTIGT UND KANN DAS REZEPT DIGITAL AM BILDSCHIRM SEHEN, BELIEFERN SOWIE DEM RECHENZENTRUM ZUR ABRECHNUNG MIT DEN KRANKENKASSEN ÜBERMITTELN.** Bei GERDA wird das derzeit sicherste Verschlüsselungsverfahren angewendet. Ab November soll GERDA in den Apotheken in Stuttgart und Tuttlingen in Verbindung mit der Fernbehandlungsplattform docdirect der KVBW getestet werden.

**Dr. Günther Hanke, Präsident Landesapothekerkammer Baden-Württemberg**

**FAST EINE HALBE MILLIARDE REZEPTE** stellen Deutschlands Vertragsärzte jedes Jahr **AUF PAPIER FÜR ARZNEIMITTEL** aus. Mit dem E-Rezept erprobt die **TK ALS EINER DER ERSTEN AKTEURE IN DEUTSCHLAND** nun ein Rezept in elektronischer Form und schafft eine innovative Lösung für Apotheken, Ärzte und Patienten. **APOTHEKEN BIETEN IHREN KUNDEN MIT DEM E-REZEPT EINEN ZEITGEMÄSSEN DIGITALEN SERVICE AN.** Zudem verschlanken sie ihre Prozesse im Hinblick auf die Abrechnungen.

**Thomas Ballast, stellvertretender Vorsitzender des Vorstandes der Techniker Krankenkasse**







# Der Champion gegen Halsschmerzen

Lindert den Schmerz<sup>1</sup>

Behandelt die Entzündung<sup>1</sup>

Bekämpft die Ursache<sup>1,2</sup>



**Septolete® – Dein Hals ist Deine Stärke.**

<sup>1</sup> Gebrauchsinformation Septolete®, Stand Mai 2017 <sup>2</sup> Wirkt antiseptisch

**Septolete® 3 mg/1 mg Lutschtabletten. Wirkstoffe:** Benzylaminhydrochlorid/Cetylpyridiniumchlorid. **Zus.:** 1 Lutschtablette enthält: Wirkstoff: 3 mg Benzylaminhydrochlorid und 1 mg Cetylpyridiniumchlorid. Sonstige Bestandteile: Eukalyptusöl, Levomenthol, Citronensäure, Sucralose, Isomalt (Ph. Eur.), Brillantblau FCF (E 133). **Anwendungsgebiete:** Entzündungshemmende, analgetische und antiseptische Behandlung von Halsschmerzen in Verbindung mit Infektionen der oberen Atemwege, einschließlich Pharyngitis. **Gegenanzeigen:** Überempfindlichkeit gegen die Wirkstoffe oder einen der sonstigen Bestandteile. Kinder unter 6 Jahren. **Anwendungsbeschränkungen:** Bronchialasthma, offene Wunden der Schleimhaut oder Ulzerationen im Mund- und Rachenraum, Überempfindlichkeit gegen Salizylate (z. B. Acetylsalicylsäure und Salicylsäure) und andere nicht-steroidale Antirheumatika (NSAID), gleichzeitige Anwendung mit anionischen Verbindungen (z. B. in Zahnpasta) oder Milch, hereditäre Fructose-Intoleranz. **Schwangerschaft:** Strenge Indikationsstellung. **Stillzeit:** Strenge Indikationsstellung. **Nebenwirkungen:** Gelegentlich: Photosensitivität. Selten: Bronchospasmus, Laryngospasmus, Urtikaria. Sehr selten: Irritation der Mucosa im Mund, brennendes Gefühl im Mund. Nicht bekannt: Brennen der Mucosa, Taubheit der Mundschleimhaut, Verfärbung von Zunge und Zähnen, Überempfindlichkeitsreaktionen, anaphylaktische Reaktionen, Störung der Wundheilung. Weitere Informationen siehe Fach- oder Gebrauchsinformation. Apotheckenpflichtig. **Stand:** Januar 2018  
TAD Pharma GmbH, Heinz-Lohmann-Straße 5, 27472 Cuxhaven. [www.tad.de](http://www.tad.de)





# SO WERDEN SIE ZUM SOCIAL MEDIA PROFI

Facebook, Instagram und eigene Homepage – muss man das als Apotheken-Team wirklich alles haben? **SOCIAL MEDIA PROFI CHRIS GÜNTER** sagt: „Ja, Sie können nur gewinnen.“



**Chris Günter, Geschäftsführer der Werbeagentur caesar gustav**

Wenn Social Media Profi Chris Günter seine Zuhörer beeindruckend möchte, nennt er nur eine Zahl: 38 Millionen. Genauso viele Menschen nutzen in Deutschland Social Media – also Facebook, Instagram, Twitter und Co. „Diese Zahl ist an sich schon Grund genug, Social Media in den Alltag der Apotheke zu integrieren“, sagt der 35-Jährige. Denn wie und wo sonst könnte man mit einem vergleichbaren Aufwand so viele Kunden gleichzeitig erreichen wie mit einem Facebook-Post oder einer interessanten Instagram-Story?

„Mit einem gut gemachten Social Media Auftritt kann man Stammkunden an sich binden und zugleich neue Kunden ansprechen“, sagt der Geschäftsführer der Stuttgarter Werbeagentur caesar gustav. Schließlich sei der Apothekenkunde – wie jeder andere auch – ein typischer Konsument. Das heißt, er recherchiert im Netz, bevor er Kaufentscheidungen trifft. Dabei interessiert ihn nicht nur das Arzneimittel, das ihm

helfen soll. Darüber hinaus möchte er auch wissen, mit wem er Geschäfte macht. „Vermutlich wird er Facebook nutzen und Instagram, um herauszufinden, ob der Anbieter seriös, zuverlässig und sympathisch ist“, sagt Günter und fügt hinzu: „Menschen vertrauen der guten, alten Werbung nicht mehr allein. Sie ziehen echte Bewertungen von echten Menschen vor. Und die werden im Internet abgegeben.“

## TOLLES TEAM AUF EINEN KLICK

Doch wie sorgt man für positive Bewertungen im Internet? Wie präsentiert man sich als Team sympathisch im Netz? Zum einen verweist Chris Günter auf die klassischen Instrumente der Kundenbindung einer Apotheke: Die Kundenkarte, auf die man auf der Facebook-Seite aufmerksam machen kann oder auf ein Treueprogramm im Onlineshop. Doch Vorsicht: Zu werblich sollte der Internetauftritt nicht sein. Der Kunde möchte umworben werden, nicht nur Adressat für Werbung sein.

## GUTE STORY STATT WERBUNG

Vielmehr möchten Menschen im Internet unterhalten, inspiriert und fasziniert werden. „Das Internet ist auch dazu da, uns den Alltag und das Leben leichter zu machen“, so der 35-Jährige. Deshalb zählen ins-

**SIE WOLLEN SOCIAL MEDIA PROFI WERDEN? DANN: GELA SUMMER SCHOOL SAVE THE DATE 9. und 10. September 2019 erst in Berlin und dann in Hamburg**



besondere Themen, die einen aktuellen Bezug haben und für die Zielgruppen gleichermaßen relevant sind. Social Media eignet sich insbesondere für Lifestylethemen wie Beauty, Kosmetik und Wellness. „Das sind ohnehin Trendthemen in der Apotheke, die in sozialen Medien hervorragend aufgegriffen werden können“, so Günter. Konkret: Apothekenteams könnten eine Kosmetikerin einladen, die Kunden die neuesten Beauty-Produkte vorstellt. Und dabei entstehen spannende Posts und fröhliche Instagram-Stories. Social Media eignet sich auch hervorragend für die Apotheke vor Ort. Günter nennt dabei Erfolgsgeschichten, insbesondere die einer Apotheke, die mit Facebook ihre Ladies-Night beworben und durch diese Aktion ein großes Kundenaufkommen erzeugt hat.

Nicht immer müsse das Apothekenteam selbst Gesicht zeigen – generell sei es aber die erfolgversprechendere Strategie. Wer weniger persönlich in

Erscheinung treten möchte, setzt auf informativen Content, gern alle ein bis zwei Tage mit einem neuen Post: Im Herbst die besten Erkältungstipps, im Sommer Informationen zum passenden Sonnenschutz für Kinder. Wen man ansprechen möchte, könne man sich quasi selbst aussuchen, sagt Chris Günter. Digitale Kanäle bieten die Möglichkeit, Informationen zielgruppengerecht auszuspielen. Wer mag, informiert über die Ladies-Night nur Damen zwischen 35 und 49 Jahren, die in einem Umkreis von drei Kilometern leben.

#### APOTHEKER ALS AUSHÄNGESCHILD

„Letztlich bleibt der Apotheker das Aushängeschild der Apotheke. Und alle Studien zeigen, wie groß das Vertrauen der Menschen in den Berufsstand der Apotheker nach wie vor ist. Trotz Versandapotheken und ‚Dr. Google‘. Ich bin mir sicher, dass sich Menschen für die öffentlichen Apotheken im Netz interessieren, ihnen zuhören und vertrauen“, so Günter.

**38 MIO.**  
Deutsche nutzen  
aktiv Social Media

Durchschnittliche  
Nutzungsdauer  
pro Tag:  
**1:04 STD.**

**90 %**  
nutzen Social Media  
für private Zwecke

So viel  
Prozent der  
Deutschen nutzen:

**YouTube**  
76 %



**WhatsApp**  
75 %



**Facebook**  
63 %



**Facebook  
Messenger**  
37 %

**Instagram**  
33 %



**Pinterest**  
21 %

Rundum-Service  
für Apotheken

Qualitative  
Produktvielfalt

Hervorragendes  
Preis-/Leistungsverhältnis

Zertifizierte Qualität  
nach DIN EN ISO 9001:2015



**Gesundheit ist  
Vertrauenssache**

**axicorp**  
PHARMA

### Gesundheit steht im Zentrum unseres Handelns

Die konsequente Ausrichtung auf bezahlbare Gesundheit sowie die stetige Orientierung an den Bedürfnissen unserer Kunden macht axicorp zu einem wachstumsstarken Pharmaunternehmen.

Wir zeichnen uns durch eine partnerschaftliche und vertrauensvolle Zusammenarbeit aus – unser Leitsatz **Gesundheit ist Vertrauenssache** spiegelt dies wider. Wir bieten mit EU-Arzneimitteln und OTC-Eigenmarken ein breites und attraktives Produktportfolio aus einer Hand.

#### EU-Arzneimittel als verlässliche und günstige Alternative

- einer der führenden Reimporteure Deutschlands
- günstigere Preise bei gleicher Qualität wie Originalpräparat
- qualifizierte EU-Lieferanten
- Vielzahl an Indikationsgebieten
- überwiegend eigene, qualitativ hochwertige Faltschachteln

#### Rezeptfreie Medikamente aus deutscher Herstellung

- Herstellung und Vertrieb in Deutschland
- wachsendes OTC-Sortiment
- starke, nachgefragte OTC-Eigenmarken
- hoher Stücknutzen
- rezeptfrei, aber apothekenpflichtig







**Manuela-Andrea Pohl,  
Leiterin Public-Affairs**

Manuela-Andrea Pohl (45) ist Diplom-Politologin und seit April 2018 bei GEHE Leiterin der Public Affairs mit Sitz in Berlin. Sie vertritt die politischen Interessen von GEHE.

# WAS FORDERT DIE POLITIK VON APOTHEKERN?

Digitalisierung, demografischer Wandel – die Apothekenbranche ist im Umbruch. Die Weichen für die Zukunft werden jetzt gestellt. Doch welche Ideen hat die Politik und was wünscht sie sich von den Apothekern vor Ort?  
**MANUELA-ANDREA POHL**, Leiterin Public Affairs bei GEHE in Berlin, rät der Branche: „Gestaltet mit, nutzt die Chance.“

**I**n der Branche ist Bewegung, so viel wie seit langem nicht. 2019 wurde schon im vergangenen Jahr als ein entscheidendes Jahr für die Apotheken ausgerufen. Und auch Manuela-Andrea Pohl, Leiterin Public Affairs bei GEHE, ist sicher: „Derzeit werden die Weichen für die Zukunft gestellt.“ Und das sei eine große Chance. Die 45-Jährige meint: „Nun haben die Apotheker die Gelegenheit, sich einzubringen und mitzugestalten. Es ist eine gute Zeit, Ideen zu entwickeln und die Herausforderungen anzugehen.“

## **POLITIK WÜNSCHT SICH IDEEN**

Von der Politik sei dies ausdrücklich gewünscht, weiß sie aus Erfahrung. Berlin setze auf ein Miteinander und den Austausch mit den Apothekern vor Ort. „Die Politik freut sich über Vorschläge, denn sie hat auch nicht immer sofort die passende Antwort parat“, so Manuela-Andrea Pohl. Sie ist in Berlin sehr gut vernetzt, kennt die Themen, die auf der politischen Agenda stehen, und für Apotheker und ihr Team wichtig sind.

## **APOTHEKE IM WANDEL**

Die Apothekenbranche ist im Wandel. Viele Apotheker auf dem Land bekommen beispielsweise den demografischen Wandel zu spüren. Die Kundschaft wird älter, junge kommt kaum nach. Ärzte gehen in Ruhestand und finden keine Nachfolger. Die Apotheke kann weniger Rezepte bedienen. An manchen Orten gibt es gar keine Apotheke vor Ort mehr. „Die Politik kann für die Zukunft Rahmenbedingungen schaffen. Zugleich hat der Apotheker die Chance, sein Berufsbild aktiv mitzugestalten“, sagt Manuela-Andrea Pohl. Und das heiße zuweilen auch: Mutig sein. Die Politik wünsche sich, dass die Apotheker sich über ihr Alltagsgeschäft hinaus engagieren. Im Kern bedeute dies eine enorme zusätzliche Aufwertung des Apothekerberufs, eine Wertschätzung von Wissen und Erfahrung.

## **ENGER PARTNER FÜR MEDIZINER**

„Dieser Ansatz ist aus meiner Sicht eine große Chance für die Branche. Denn der Apotheker wird noch mehr

als bisher zu einer der zentralen Anlaufstellen im Gesundheitswesen“, sagt Manuela-Andrea Pohl. Dank der Digitalisierung sei es beispielsweise denkbar, dass ein Facharzt aus der Großstadt mit einem Apotheker auf dem Land einen Patienten begleitet – mit dem Apotheker als Fachmann vor Ort. „Die Digitalisierung und die Tele-Medizin bieten in diesem Bereich enorme Chancen. Das sieht auch die Politik so“, sagt die Leiterin Public Affairs.

Über das Blutdruckmessen hinaus könnten sich die Verantwortlichen in Berlin vorstellen, dass Apotheker beispielsweise auch impfen, so Pohl. Darüber hinaus können sie Folgerezepte bedienen, vermehrt Botendienste übernehmen, Videosprechstunden anbieten, Medikationspläne erstellen oder Präventionsangebote machen. Damit wäre der Apotheker noch mehr

als jetzt Berater und persönlicher Begleiter der Menschen vor Ort. Was Manuela-Andrea Pohl sehr wichtig ist:

## „DER APOTHEKER WIRD NOCH VIEL MEHR ALS BISHER ZU EINER DER ZENTRALEN ANLAUFSTELLEN IM GESUNDHEITSWESEN“

„Die Politik verlangt von Apothekern nicht, dass sie all dies kostenlos machen. In erster Linie wünschen sich die

Akteure in Berlin von den Apothekern, dass sie bereit sind, diesen Weg mitzugehen. Dann würden die passenden Rahmenbedingungen geschaffen, die Leistungen geklärt. Dahinter steht ein Vergütungssystem.“

Gewünscht werde von den Apothekern zudem, dass sie noch mehr als bisher von den Verbrauchern her denken. Was wünscht sich der Kunde? Welche Zusatzleistungen in Apotheken würden einen echten Mehrwert schaffen? Mit diesen Serviceleistungen grenze man sich von den anderen Akteuren ab.

### „2020 IST DAS THEMA DURCH“

Mit Blick auf die politische Diskussion in Berlin, empfiehlt Manuela-Andrea Pohl, sich schnell zu engagieren. „2020 ist das Thema durch. Genau jetzt ist noch die richtige Zeit, um die Diskussion aktiv mitzugestalten.“



 *Bombastus*

Naturheilmittel seit 1904

## Ihre Empfehlung

# Arhama®-Salbe

## Hilft der Haut sich zu regenerieren.

- trockene, rissige Hautstellen
- gerötete Haut
- Narben
- Haut im Wundrandbereich





## EIN SOMMER VOLLER SEHNSUCHT, DEN MAN NIE VERGISST

Urlaub, Sonne, jugendliches Liebesglück. Möge es nie enden. Das Buch ist für all diejenigen, die abtauchen möchten in diese wundervolle Erinnerung an die eine erste Sommerliebe – sie ist so einzigartig unvergessen wie dieser Roman. Als die Autorin Maureen Daly „Siebzehnter Sommer“ schreibt, ist auch sie nicht viel älter als ihre Protagonistin. Wir befinden uns im Jahr 1942. Es ist der siebzehnte Sommer von Angie, die in diesem Jahr, das ihr Leben verändern und prägen wird, ihre erste große Liebe

**Maureen Daly**  
**„Siebzehnter Sommer“**  
**Kein & Aber, 2019**  
**304 Seiten, 13 EUR**



erfährt. Sie lässt sich fallen und mitreißen von Sehnsucht und Lust. Mit dem berausenden Taumel kommt aber auch die Unsicherheit eines Mädchens, das auf dem Weg ist, eine Frau zu werden. Das Buch entblättert die innere Zerrissenheit zwischen dem Wunsch nach Unabhängigkeit und dem tiefen Verlangen nach diesem Gefühl, das sich Liebe nennt. Auf's College gehen wollen und zugleich an dem festhalten, was jetzt zählt – wie wird sich Angie entscheiden?

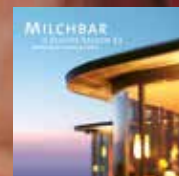
## DIE ZEIT MIT ALLEN SINNEN ERLEBEN – UND FESTHALTEN

Traum erfüllt: Urlaubsgefühle konservieren und nach Belieben abrufen. Die neue CD Seaside Season 11 garantiert den überdauernden Gefühlsrausch aus Meer, Wind und Wellen. Tatsächlich ist diese Chill Compilation besonders gut gelungen, bildet sie doch den perfekten Mix aus Sommer-Klang und Urlaubs-Rhythmus. Die Musik stellt wie gewohnt das Produzenten-Duo Blank & Jones zusammen. In diesem Jahr erfüllen die Trackinglist 17 Stücke inklusive der Beats von Cantoma, Afterlife, JKriv oder auch Smith & Mudd.

Live erleben kann man den Sound zur Sunset Session in der inzwischen legendären Milchbar auf Norderney.



// Seaside Season 11  
compiled by Blank & Jones



MOULIN ROUGE:

## DAS EINDRUCKSVOLLSTE OPEN AIR-KINO IST IN PARIS



**V**erlängern Sie Ihre Ferien, gönnen Sie sich ein Wochenende und reisen Sie nach Paris. In diesem Sommer bietet das Dach des Varietés mit dem Kino unter freiem Lustmeilen-Himmel ein Kulturereignis, das eine kleine Sünde wert ist.

Neben der „Bar à Bulles“ läuft hier perfektes Indie-Kino mit einer Prise New Wave und viel Gender-Thematik. Ganz getreu der luftigen Gestaltung, ist der Eintritt kostenfrei.

**7. August, 22 Uhr:**

**Bottle Rocket – Wes Anderson**

Komödie • USA • 1996 • 1:45

**14. August, 22 Uhr:**

**SuperBad – Greg Mottola**

Komödie • USA • 2007 • 1:59

**21. August, 21:30 Uhr:**

**Les Garçons de Fengkuei – Hou Hsiao-Hsien**

Drama • Taiwan • 1983 • 1:42

**28. August, 21:30 Uhr:**

**Everyone Else – Maren Ade**

Drama • Dtl. • 2009 • 2:04

**4. September, 21:30 Uhr:**

**Songs My Brother Taught Me –**

**Chloé Zhao**

Drama • USA • 2015 • 1:38

**11. September, 21:30 Uhr:**

**Moi, Toi Et Tous Les Autres –**

**Miranda July**

Drama/Komödie • USA • 2005 •

1:38



**Moulin Rouge,  
90 Boulevard de Clichy  
75018 Paris**



# WIE GUT SIND SIE IN IHREM JOB?

Wer täglich mit vielen unterschiedlichen Kunden zu tun hat, braucht viel **FINGERSPITZENGEFÜHL UND NERVENSTÄRKE**. Wie gut meistern Sie den Apothekenalltag? Machen Sie den Test.



**Ein Kunde mit dauernden Einwänden fordert Sie. Kritisch fragt er alles nach, weiß Dinge besser. Eine zu meisternde Herausforderung. Wie bewerten Sie die Situation?**

- A:** Einwände sind ein Zeichen von Interesse. Ich nutze sie für eine gute Beratung.
- B:** Es ist wichtig, sachlich zu argumentieren und nicht auf alle individuellen Einwände einzugehen.
- C:** Kommt immer auf den Kunden an.



**Der ganz spezielle Kunde bringt es fertig, den ausgeglichtesten Apothekenmitarbeiter binnen kurzer Zeit auf eine harte Geduldsprobe zu stellen. Wie bleiben Sie gelassen?**

- A:** Ich sage mir, es gibt keine unangenehmen Kunden, nur anspruchsvolle. Das hilft mir und spornt mich an, Ruhe und Gelassenheit zu bewahren.
- B:** Ich gehe für eine ganz kurze Zeit nach hinten, schnaube einmal kräftig durch und versuche es weiter.
- C:** Ich rede offen darüber. Das beruhigt mich. Ich sage ihm, dass er sich selbst im Weg steht und bitte ihn, meine Beratung besser anzunehmen. Das erleichtert ihm das Leben und mir.

**Ein Kunde kommt täglich, um Ihnen sein Leid zu klagen, dabei geht es ihm im Grunde gut. Wie reagieren Sie?**

- A:** Ich höre zu. Er ist ja sehr einsam, hat sonst niemanden zum Reden.
- B:** Ich sage ihm sehr deutlich, dass ich leider keine Zeit für ihn habe.
- C:** Ich schalte „auf Durchzug“, möchte nicht jeden Tag dieselben Geschichten hören – tue aber so.



**Kunden machen Sie per se für alles verantwortlich. Auch der Unmut über neue Rabattverträge, Lieferausfälle, fragliche Erstattungsfähigkeiten landet bei Ihnen. Wie gehen Sie damit um?**

- **A:** Ich lasse den Kunden erleben, dass ich aktiv werde, binde ihn emotional ein, um sein Problem zu lösen. Ich zeige ihm dabei deutlich, dass ich selbst recherchieren muss, da die Frage außerhalb meines direkten Verantwortungsbereichs liegt.
- **B:** Ich halte jede Emotion von mir fern, da ich weiß, dass ich hier nicht verantwortlich bin. Ich lasse ihn ausreden, schaue, was ich für ihn tun kann. Sachlichkeit ist hier gefragt.
- **C:** Ich sage ihm vorab ganz deutlich, dass ich dafür nicht verantwortlich gemacht werden kann. Das muss er ja wissen.

**A:** Wunderbar, wie bestimmt und doch empathisch Sie in der Beratung sind. Sie wandeln Schwierigkeiten in Herausforderungen und nehmen anspruchsvolle Kunden ernst und mit Respekt wahr. Weiter so.

**B:** Sie versuchen, sich zu schützen, lassen nicht alles an sich heran. Gut, aber dadurch fehlt Ihnen manchmal auch die Nähe zum Kunden. Versuchen Sie weiter, Ihre Sachlichkeit zu bewahren, aber sensibilisieren Sie sich ein wenig mehr gegenüber den Kundeneigenheiten. Wenn Sie versuchen, seine Bedürfnisse aktiv wahrzunehmen, dann hilft das auch Ihnen im Umgang.

**C:** Sie machen sich das Leben ein wenig zu leicht. Fokussieren Sie sich vorerst auf den Kunden und seine Bedürfnisse, dann kümmern Sie sich um Ihre Befindlichkeiten. Kunden meinen es zumeist nicht persönlich. Nehmen Sie ihn als Mensch wahr, der Sorgen hat.

**AUFLÖSUNG** ▶



**RESCUE®** Rezepturen



**SETZE  
DEINEN TAG  
AUF GELB**

**JETZT  
PROBIEREN!**



Besuchen Sie uns unter: [www.bach-rr.de](http://www.bach-rr.de)

\* Insight Health Marktdaten MAT 01/2019 Absatz Marke RESCUE®



## GESUND LEBEN SCHÜTTET ERFOLGSBETEILIGUNG AUS

Wer die Produkte  
der gesund leben-  
Industriepartner  
**GUT PRÄSENTIERT,  
PROFITIERT** selbst  
davon.

**Andreas Thiede, GEHE Geschäfts-  
führer Vertrieb und Marketing  
(links), überreicht Apotheker Detlef  
Leibner einen symbolischen Scheck.**



# Tinkturen

Pflanzliche Mazerate



# Alkohole

Desinfektionsmittel

## Grundausstattung für die natürliche Hausapotheke



## EINFÜHRUNG VON ASS-IPA (100 MG TAH)

Eigenmarken werden für Apotheken immer bedeutender. GEHE reagiert auf diesen Trend und erweitert das gesund leben-Produktportfolio um ASS-IPA 100 mg TAH. „Mit der Einführung bieten wir Apotheken eine qualitativ hochwertige und zugleich preiswerte Alternative im Bereich der Blutverdünner“, sagt Andreas Thiede. Die Eigenmarken von gesund leben, für die auch die Erfolgsbeteiligung greift (siehe links), sind in der Vergangenheit mehrfach ausgezeichnet worden. Im Rahmen der Coop-Study wurde gesund leben in diesem Jahr zum sechsten Mal in Folge als „Beste Eigenmarke“ prämiert.

Gute Arbeit und engagierte Beratung zahlt sich bei GEHE aus. Vor einem Jahr hat das Unternehmen die gesund leben-Erfolgsbeteiligung eingeführt. Die Gesamtsumme wird anteilig zu ihrer Performance auf alle gesund leben-Kooperationsapotheken aufgeteilt, die sich aufgrund der starken Industriepartner-Fokussierung für die Beteiligung entschieden haben. „Mit dem Modell der Erfolgsbeteiligung möchten wir unsere Kunden am Erfolg unserer Kooperation teilhaben lassen. Die Ausschüttung an unsere Kooperationsapotheken zeigt, dass sich das System sowohl für die Apotheken als auch unsere Industriepartner rechnet“, sagt Andreas Thiede, Geschäftsführer Vertrieb und Marketing.

Detlef Leibner, Inhaber der Diek Apotheke in Oldenburg, bestätigt: „Meine Auszahlung über 4.570 Euro

zeigt, dass die Erfolgsbeteiligung einen echten Mehrwert bietet. Das Prinzip ist dabei unkompliziert und transparent: Je prominenter wir die Produkte der gesund leben-Industriepartner platzieren, desto höher ist die Erfolgsbeteiligung.“ Andere Apotheken kommen sogar auf bis zu 13.000 Euro Erfolgsbeteiligung. Deren Höhe richtet sich vor allem nach den Bereichen Non-Rx. Im nicht-verschreibungspflichtigen Sortiment beläuft sich die Erfolgsbeteiligung auf bis zu vier Prozent des Umsatzes der Industriepartner-Produkte. Die Erfolgsbeteiligung kommt bei definierten gesund leben-Industriepartner-Sortimenten zum Tragen. Die rund 60 Industriepartner umfassen einen wesentlichen Anteil der gängigen Arzneimittel und Apothekenprodukte, insbesondere bei den nicht-verschreibungspflichtigen Präparaten.

Anzeige

Unser neuer Partner **care PLUS**

gesundleben  
Apotheken

# Der Experte für gesundes und sicheres Reisen!

Wir freuen uns, seit dem 01.06.2019 mit Care Plus® einen weiteren starken Partner für die gesund leben Kooperation gewonnen zu haben.

Jetzt Vorteile bei der Neueinführung nutzen:

- ✓ Care Plus®-Produkte zu A-MAX-Konditionen bestellen!
- ✓ Chance auf attraktive Erfolgsbeteiligung sichern!
- ✓ Von hohen Margen und zufriedenen Kunden profitieren!

Alle Care Plus®-Produkte werden ausführlich getestet. So bieten Sie Ihren Kunden in der Mücken- und Zeckensaison und auf Reisen effektiven Schutz und schnelle Hilfe.

Ausführliche Produktinformationen finden Sie in GEHE POINT.





# BLICKPUNKTE

Mit Slogans wie „Monogamie war gestern“, „Penetranter als jede Schwiegermutter“ und „Wir sind Chaoten“ macht **GEHE** in Form einer **KAMPAGNE** aktuell **AUF SEINE KERNLEISTUNGEN AUFMERKSAM.**

Landingpages unterstützen die sechs Motive der Kampagne mit weiterführenden Informationen zu den jeweils thematisierten Bereichen. Die gesamte Kampagne findet man unter:

**[WWW.GEHE.DE/KAMPAGNE](http://WWW.GEHE.DE/KAMPAGNE)**





## IMPRESSUM

### HERAUSGEBER

GEHE Pharma Handel GmbH  
 Hauptverwaltung  
 Neckartalstraße 153  
 70376 Stuttgart  
 Telefon: 0711.57719-0  
 Telefax: 0711.57719-400  
 E-Mail: [presse@gehe.de](mailto:presse@gehe.de)  
 Internet: [www.gehe.de](http://www.gehe.de)



Ein Unternehmen von McKesson

### GESAMTLEITUNG/V.I.S.D.:P.:

Dustin Tusch

### KONZEPTION, REDAKTION, GESTALTUNG:

Straub & Straub, Hamburg und Stuttgart  
[www.straub-straub.de](http://www.straub-straub.de)

**Gesamtleitung:** Tina Straub

**Redaktion:** Susanne Holz (Redaktionsleitung),  
 Jacqueline Schwalm, Rüdiger Straub

**Grafik:** Felix Wandler

### ANZEIGEN

Pia Prestin

### DRUCK

Blueprint AG, München

### BILDNACHWEISE

S. 3: GEHE, Oliver Reetz; S. 4-5: Boris Lehner | [vor-ort-foto.de](http://vor-ort-foto.de), Tinseltown | Shutterstock, Christian Nielinger, elapela | iStockphoto, supermimicry | iStockphoto; S. 6-8: Oliver Reetz; S. 10-11: TAD Pharma; S. 12-13: fizkes | Shutterstock, Aleksei Isachenko | Shutterstock, Ridofranz | iStockphoto, Faces Portrait | Shutterstock, FG Trade | iStockphoto, RapidEye | iStockphoto; S. 14-15: kzenon | iStockphoto, Uta Simonsen | [pharmaselling.trainings](http://pharmaselling.trainings); S. 16: Landesapothekerkammer Baden-Württemberg, Techniker Krankenkasse | Jan Pauls; S. 18: shapecharge | iStockphoto, Tetiana Lazunova | iStockphoto, caesar gustav; S. 20: PPrat | iStockphoto, Christoph Bächtle | [vor-ort-foto.de](http://vor-ort-foto.de); S. 22-23: Verlag Kein & Aber, StefaNikolic | iStockphoto, Milchbar, Tempura | iStockphoto; S. 24-25: Yuri\_Arcurs | iStockphoto, PeopleImages | iStockphoto, shapecharge | iStockphoto; S. 26: Christian Nielinger; S. 28-29: RyanJLane | GettyImages, Shai-Halud | iStockphoto; S. 4-5: Boris Lehner, PeopleImages | GettyImages, Lutz Cleffmann | [vor-ort-foto.de](http://vor-ort-foto.de), RyanJLane | GettyImages, Andreas Burmann, raagoon | iStockphoto; S. 32: PeopleImages | GettyImages

### DATENSCHUTZHINWEISE

Unsere Datenschutzbestimmung finden Sie unter  
[www.gehe-point.de/de/home/infos/datenschutz/index.jsp](http://www.gehe-point.de/de/home/infos/datenschutz/index.jsp)

Für unverlangte Einsendungen übernimmt die Redaktion keine Verantwortung. Nachdruck, Aufnahme in Onlinediensten und Internet sowie Vervielfältigung nur mit Zustimmung gestattet.

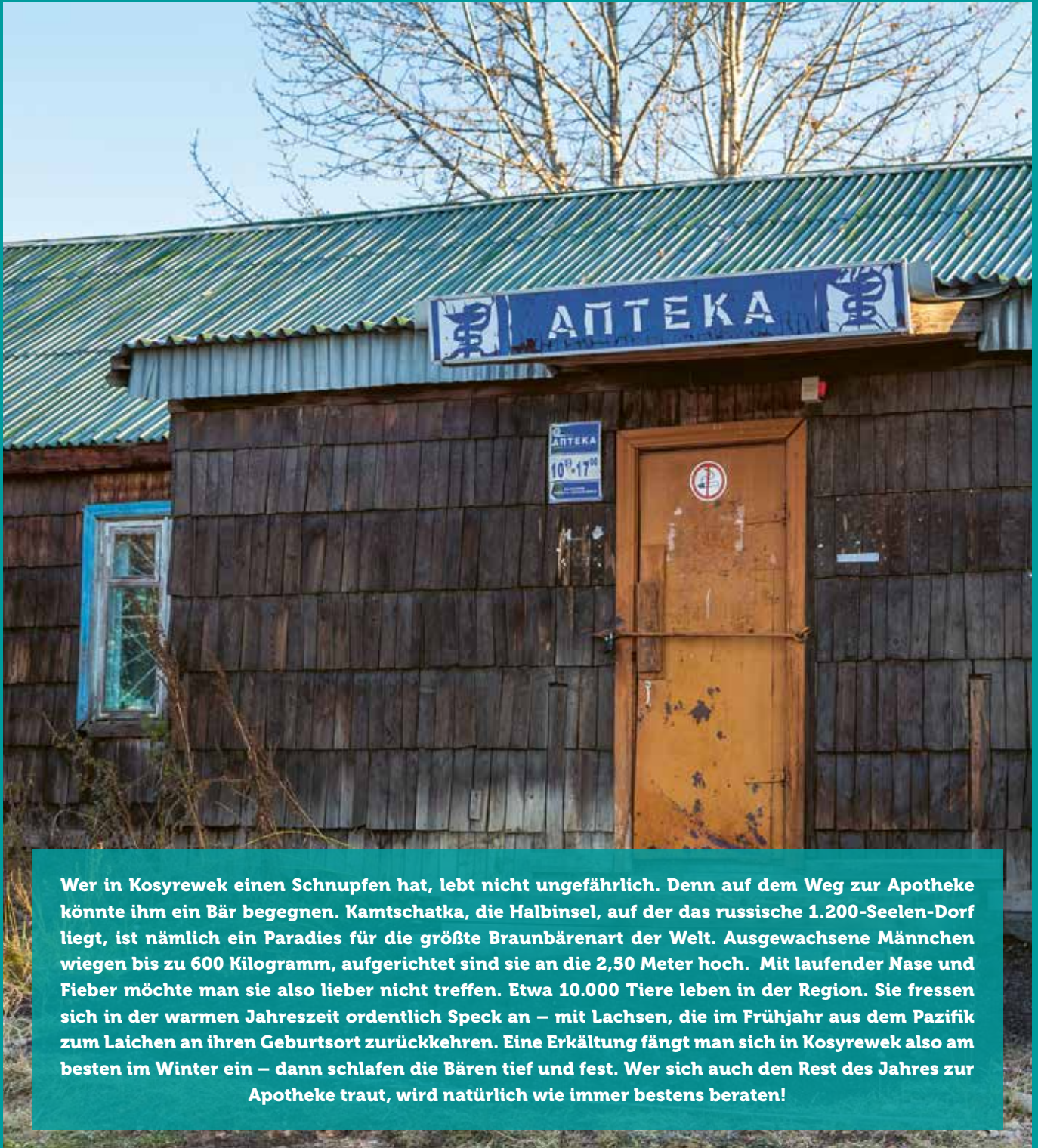




INTERNATIONALE APOTHEKE

# HEUTE: KOSYREWSK, KAMTSCHATKA

56°03'20.6"N 159°52'17.9"E



Wer in Kosyrewsk einen Schnupfen hat, lebt nicht ungefährlich. Denn auf dem Weg zur Apotheke könnte ihm ein Bär begegnen. Kamtschatka, die Halbinsel, auf der das russische 1.200-Seelen-Dorf liegt, ist nämlich ein Paradies für die größte Braunbärenart der Welt. Ausgewachsene Männchen wiegen bis zu 600 Kilogramm, aufgerichtet sind sie an die 2,50 Meter hoch. Mit laufender Nase und Fieber möchte man sie also lieber nicht treffen. Etwa 10.000 Tiere leben in der Region. Sie fressen sich in der warmen Jahreszeit ordentlich Speck an – mit Lachsen, die im Frühjahr aus dem Pazifik zum Laichen an ihren Geburtsort zurückkehren. Eine Erkältung fängt man sich in Kosyrewsk also am besten im Winter ein – dann schlafen die Bären tief und fest. Wer sich auch den Rest des Jahres zur Apotheke traut, wird natürlich wie immer bestens beraten!





People.Health.Care.



**VENOSAN®**

Kompressionsstrümpfe



„Goldene Hochzeit gefeiert,  
Walzer getanzt – und  
immer noch leichte Beine.“

Rosa, 74 – Rentnerin

Kompressionsstrümpfe von VENOSAN unterstützen bei der Vorbeugung und bei der Therapie venöser Erkrankungen – und das in Schweizer Qualität. Erleben Sie unser Sortiment auf [www.Lohmann-Rauscher.com/VENOSANde](http://www.Lohmann-Rauscher.com/VENOSANde)



Swiss Quality



**NICHT FÜRS EGO.  
FÜR IHRE APOTHEKE.**

**WIR MACHEN PTA ZU INFLUENCERN.**



[GEHE.DE/INFLUENCER](https://www.gehe.de/influencer)

**GEHE**