

NEUE WEGE

01 Mai 2023

APOTHEKEN INNOVATIONEN MENSCHEN



BERLIN INSPIRIERT: BRANCHENTREFF MIT FESTIVAL-CHARME

Doppelt-So-Großhandel bringt Apotheken-Teams und
Experten aus ganz Deutschland zusammen

S. 6

SCHNELLE HILFE

Apotheker – ohne
Grenzen im Einsatz

S. 20

INCENTIVES

Das WIR gewinnt

S. 28

Ihre starken Partner für den Arzneimittelimport



Mit den zuverlässigen Orifarm-Partnern sind Sie rund um das Thema Importarzneimittel optimal aufgestellt.



Ihre Vorteile

- + Zusammenarbeit auf Augenhöhe
- + Hohe Abgabefähigkeit dank zahlreicher Rabattverträge
- + Kulante Retourenregelung
- + Zuverlässiger Partner mit attraktiven Konditionen

Sie haben weitere Fragen?

Unser Kundenservice steht Ihnen gern zur Verfügung: Mo – Fr 8.00 Uhr – 18.30 Uhr

☎ 0800 7077-000

☎ 0800 7077-888

✉ kundenservice@orifarm.com

🌐 www.orifarm.de

Orifarm GmbH
Fixheider Straße 4
51381 Leverkusen
Deutschland

**101 Carefarm wird 5 Jahre alt.
Wir sind stolz und gratulieren
herzlich zum Jubiläum.**





LIEBE LESERINNEN, LIEBE LESER,

zusammen bewegen wir Gesundheit. Im pharmazeutischen Großhandel und in den Apotheken vor Ort. Wenn wir Wandel als Chance begreifen, uns zuhören, voneinander lernen und uns gegenseitig inspirieren und unterstützen, können wir gemeinsam etwas bewegen und die Zukunft gestalten.

Was als Gemeinschaft alles möglich ist, hat auch „Berlin inspiriert“ in den BOLLE Festsälen am 29. April gezeigt. Bei der ersten gemeinsamen Veranstaltung von AHD und GEHE haben wir uns den aktuellen Branchen-Themen gestellt und unterschiedlichen Meinungen eine große Bühne geboten. Mit dabei waren auch die gelas und Alphega-Botschafter, die unsere Kooperation mit Leben füllen und zeigen, was man mit einem starken Wir-Gefühl zusammen erreichen kann.

Sehr deutlich wurde in den Speakers' Corners und bei den vielen Gesprächen: Normal muss immer neu gedacht werden. Nachhaltigkeit, Digitalisierung, Resilienz, Mentale Gesundheit, immer neue Gesetze und Regularien – all das und vieles mehr sind relevante Themen und Rahmenbedingungen, die wir bei allem, was wir tun, mitdenken müssen.

Wir, der Doppelt-So-Großhandel, möchten Sie bei all dem bestmöglich unterstützen. Lassen Sie uns die Zukunft gemeinsam gestalten.

Herzlichst,

Ihr Florian Truckenbrodt und
Ihr Matthias Greutter

Doppelt-So-Großhandel

BRANCHENTREFF MIT FESTIVAL-CHARME



Berlin inspiriert: Mehr als 500 Gäste aus ganz Deutschland sind der Einladung von AHD und GEHE gefolgt. Selfies in der Kult-Location ausdrücklich erlaubt ...

Seite 6

News

Bunte Nachrichten
aus aller Welt

Seite 4

Einmal Blutdruck messen, bitte!

Pharmazeutische Dienstleistungen
im Fokus

Seite 14

Vereinfachung des Medikations-Managements

Partnerschaft mit Viandar

Seite 16

Kooperationsfamilie profitiert von Zusammenarbeit mit Careanimation

Apoclip für Alphega und
gesund leben

Seite 18

Apotheker – ohne Grenzen im Einsatz

Verein ist immer dort, wo er
gebraucht wird

Seite 20

Unternehmensnews

Mit der Digitalen Apotheke auch
online durchstarten

Seite 24

Machen Sie Ihre Apotheke mit Google sichtbar

Das eigene Unternehmensprofil
schärfen

Seite 25

Kultur

Urlaubstrends 2023; Das muss man
jetzt gelesen, gehört und gesehen
haben

Seite 26

Das WIR gewinnt

Incentives schweißen das Team
noch weiter zusammen

Seite 28

Internationale Apotheke

In Blankenburg gibt es die größte
unterirdische Apotheke der Welt

Seite 30

Impressum

Seite 29

KURZ & KOMPAKT

**Herz-Vorsorge
bequem von
zu Hause**



Entwickelt von Hamburger Ärzten des Cardiologicums, dient „ritmo“ der Herz- und Schlaganfall-Vorsorge. Ausgezeichnet mit dem German Medical Award ist das zertifizierte Medizinprodukt ein vollwertiges Mini-EKG. Es kommt dank modernster Technologie und Software ohne Kabel aus und ist so groß wie ein Passbild. Direkt auf die Haut geklebt, zeichnet ritmo 72 Stunden lang die Herzrhythmusaktivität auf. Das Ergebnis wird dann von den Kardiologen überprüft. Weitere Informationen unter myritmo.de



NEUE SPORTARTEN, DIE MOTIVIEREN

Schon mal etwas von Barre Workout gehört? Diese Sportart ist ein Mix aus Ballett, Yoga und Pilates. Das Ganzkörper-Training findet an der Ballettstange statt und ist für jeden geeignet, der Lust auf Bewegung hat. Balletterfahrung braucht es keine. Barre Workout stärkt die Muskulatur und verbessert die Beweglichkeit.

Biophilia-Workouts gelten als Sporttrend 2023. Damit ist die Bewegung in der Natur gemeint. Ob barfuß Joggen am Strand, Pilates im Park, Stand-Up-Paddling auf dem See oder Liegestütze auf umgefallenen Baumstämmen im Wald – Fitness an der frischen Luft macht stark und glücklich.

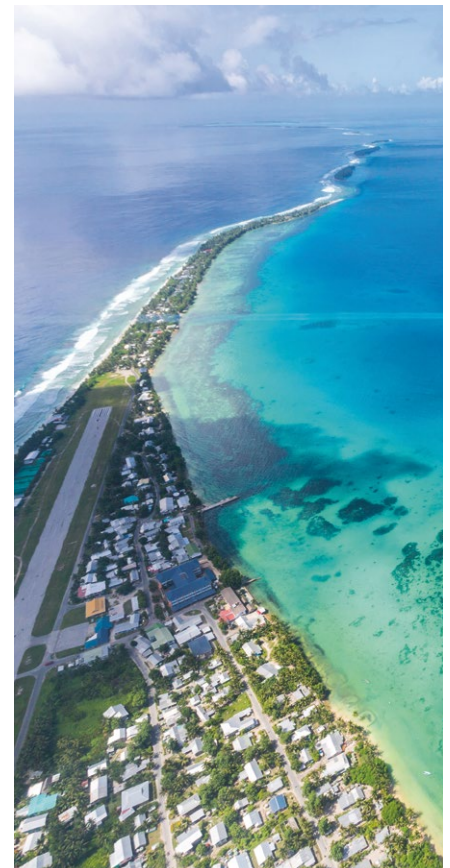
**Mikroabenteuer
in den Alltag
einbauen**



Mal kurz dem Alltag entfliehen, Routinen unterbrechen, die Komfortzone verlassen und etwas Neues wagen – dafür eignen sich Mikroabenteuer sehr gut. Gemeint sind dabei immer Ausflüge in die Natur. Ob Wanderungen und Radtouren nach Feierabend, Kletterausflüge, Geocaching am Wochenende oder Zelten an einem freien Tag – wichtig ist, sich selbst Zeit zu nehmen. Positiver Nebeneffekt: Durch die Bewegung in der Natur werden Stresshormone abgebaut, man fühlt sich erholt und hat einen besseren Schlaf.

SCHMUCKSTÜCK IM PAZIFIK

Kennen Sie Tuvalu? Es ist das am wenigsten besuchte Land der Welt und besteht aus neun Inseln und Atollen im Pazifik. Vor der Corona-Pandemie kamen nur etwa 3.600 Touristen jährlich an diesen Ort. Das mag vor allem an der komplizierten Anreise liegen: Von Europa gelangt man am besten über Suva (Fidschi) nach Tuvalu. Der kleine Inselstaat untersteht der englischen Krone und gilt als stabiles Reise-land. Tuvalu lockt mit weißen Stränden, einer atemberaubenden Flora und Fauna und ist bei Tauchern sowie Schnorchlern besonders beliebt. Da nur ein Flugzeug pro Woche landet, verwandelt sich der Funafuti Airport in einen Spielplatz für die Einheimischen. Hier wird gekickt, gesprintet oder mit Fahrrädern und Rollern herumgestaust.



„Humor sollte immer dabei sein, auch bei Problemen.“

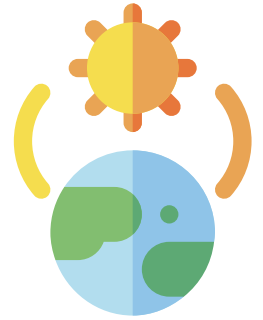
Helge Schneider



21.06.2023

IST

**SOMMER-
SONNENWENDE**



DANACH WERDEN NÄCHTE LÄNGER,
TAGE KÜRZER



SUPERFOOD YUZU

Die japanische Zitrusfrucht ist ein Mix aus Mandarine, Zitrone und Limette. Ihr Geschmack ist säuerlich bis leicht bitter und ihr Vitamin-C-Gehalt ist dreimal höher als der einer Zitrone. Yuzu gilt als Superfood und Booster für das Immunsystem. Außerdem enthält die Frucht Antioxidantien, die die Zellen schützen. Darüber hinaus wird ihr eine beruhigende Wirkung zugeschrieben. Yuzu kommt bereits in Kosmetikprodukten, aber vor allem in der Küche zum Einsatz. Desserts, Getränke und Speisen erfahren durch die Zitrusfrucht einen einzigartigen fruchtigen Kick. Wer frische Yuzus sucht, wird sie – mit ein bisschen Glück – in einem asiatischen Lebensmittelgeschäft finden.

TALLINN – GRÜNE HAUPTSTADT EUROPAS

Jedes Jahr kürt eine Jury der Europäischen Kommission die „Grüne Hauptstadt Europas“. Bewerben können sich alle Städte mit mehr als 100.000 Einwohnern. Anhand von zwölf Kriterien, darunter Klimaschutz, Verkehr und Mobilität, Luftqualität sowie Abfallsorgung, werden die Bewerbungen geprüft. Ziel der Auszeichnung ist es, die Städte in Europa attraktiver und lebenswerter zu machen. In diesem Jahr trägt Tallinn den Titel. Die Liebe zur Natur, viele grüne Initiativen und öffentliche Gärten in jedem Bezirk machen

die Stadt so besonders. Auch die ethnische naturverbundene Küche ist verlockend. Einige Restaurants wurden für ihre nachhaltigen Konzepte mit den ersten Grünen Sternen im Guide Michelin ausgezeichnet. Darüber hinaus bietet Estland eine Vielzahl an Übernachtungsmöglichkeiten, die das Öko-Label Green Key tragen. Das Zertifikat steht für nachhaltige Tourismusbetriebe in den Bereichen Ökologie, Soziales und Wirtschaft. Außerdem hat sich Tallinn bis 2035 zu einem CO₂-neutralen ÖPNV verpflichtet.





Aline Seifert (li), Vorsitzende der Geschäftsführung AHD und Geschäftsführerin bei GEHE, und Tanja Wilcke-Pasternacki, Leiterin Marketing & Kommunikation, begrüßten die Gäste in den Bolle Festsälen.

DOPPELT-SO-GROSSHANDEL **BERLIN INSPIRIERT: BRANCHENTREFF MIT FESTIVAL- CHARME**

FOTOS: STEPHANIE TRENZ

Wer kommt nicht aus Berlin? Bei dieser Frage gingen viele Hände hoch. Die Gäste waren aus ganz Deutschland angereist.



Der bekannte Moderator Mitri Sirin (re.) hatte sichtlich Spaß an der Veranstaltung.



Marion Janzen, bei der AKADEMIE verantwortlich für Live-e-Learning /Online-Training, mit Referent Prof. Dr. Axel Koch.



Wo könnte man besser ein großes Wiedersehen feiern als in Berlin? Der Einladung von AHD und GEHE zum großen Branchentreff in der Hauptstadt sind am letzten April-Wochenende mehr als 500 Gäste aus ganz Deutschland gefolgt. In der Kult-Location Bolle Meierei ließen sie sich von aktuellen Themen und Trends, interessanten Rednern, originellen Denkern und abwechslungsreichen Messeständen inspirieren. Die Veranstaltung setzte neue, spannende Impulse und bot unterschiedlichen Meinungen und Positionen eine Bühne. Deutlich war eine freudige Aufbruchsstimmung zu spüren. **DAS MOTTO: GEMEINSAM DIE GESUNDHEIT VON MORGEN GESTALTEN.**

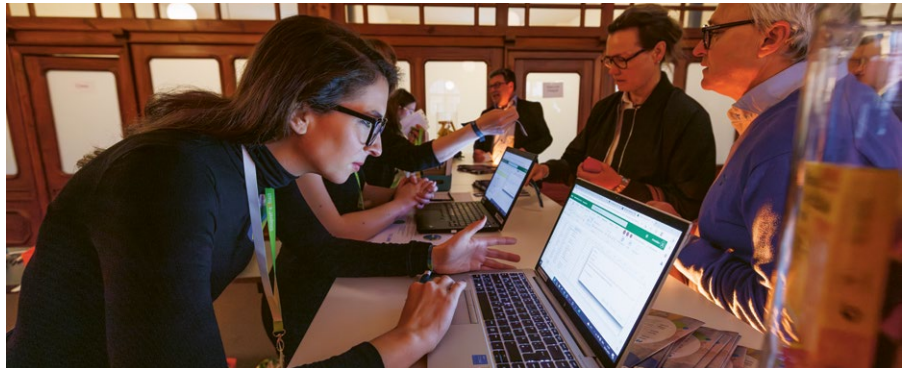
Erstmals stellten sich die Gastgeber bei einer Live-Veranstaltung als „Doppelt-So-Großhandel“ vor. Während dieser sich tagsüber als starker Partner für die Apotheken präsentierte, wurde beim Abendprogramm deutlich, dass er auch weiß, wie man gute Feste feiert.

Wenn man sich nach drei Jahren endlich persönlich wiedertrifft, darf das Wiedersehen schon ein bisschen größer ausfallen. Die Bolle Festsäle, in die AHD und GEHE eingeladen hatten, zählen zu den kultigsten Veranstaltungsstätten in ganz Berlin. Acht Meter hohe Decken, zwei Festsäle, erleuchtet von großen Lüstern, drei historische Kontorräume und sogar ein eigener Schiffsanleger – der denkmalgeschützte Klinkerbau aus der Industrie-Ära um 1890, eine ehemalige Molkerei, war die beste Adresse, um nach der Corona-Pause in den Austausch zu gehen und zu netzwerken. Mit dabei: ein interessanter Querschnitt der Branche – von Apothekerinnen und Apothekern, PTA und PKA über Pharmahersteller, Geschäftspartner, Ärztinnen und Ärzte, NGOs, Lobbyvertreter und Verbände, Patientenvertreter und Start-ups.

Schon der erste Eindruck zeugte vom lockeren Festival-Charakter der Veranstaltung. Zwei imposante Stelzenläufer hießen die Gäste im feinen Zwirn und mit Zylinder willkommen, weiter ging es mit Fingerfood zur Begrüßung – passend zur Location mit Köstlichkeiten wie Berliner Minifleischkäse mit süßem Mostrich und Kartoffelsalat. Das Hallo war groß bei allen Gästen – sich nach so langer Zeit persönlich wiederzusehen, war etwas ganz Besonderes. Wie bei einem großen Familienfest waren auch viele Kinder dabei, für die es extra ein buntes Veranstaltungsprogramm gab.

„WIR ALLE HABEN DIE GLEICHE MISSION“

„Wow – zusammen bewegen wir Gesundheit. Ich freue mich unheimlich, dass Sie alle hier sind in dieser ausgefallenen Location. Der Film vorab hat es gezeigt: Wir leben in bewegenden Zeiten“, sagte Aline Seifert, Vorsitzende der Geschäftsführung Alliance Healthcare Deutschland GmbH und Geschäftsführerin bei GEHE Pharma Handel GmbH, und führte fort: „So bringt der Zusammenschluss von AHD und GEHE für uns alle mehr Vielfalt und Möglichkeiten. Wir sind für Sie der Doppelt-So-Großhandel mit zwei starken Marken ge-



Mehr als 500 Gäste wurden eingecheckt und plauderten kurz darauf beim Begrüßungssekt. Auch Kinder waren herzlich willkommen.

worden. Wir alle im Saal stehen jeden Morgen auf und haben die gleiche Mission: die Menschen in Deutschland mit Arzneimitteln zu versorgen. Das haben wir gemeinsam, ganz besonders auch Sie, in der Corona-Pandemie eindrucksvoll bewiesen. Mit dem gleichen Engagement gehen wir die aktuellen wirtschaftlichen und ökologischen Herausforderungen an. Ich bin überzeugt, dass es hilft – wie die Amerikaner sagen – ‚to embrace change‘, die Veränderung zu umarmen und zu einem Teil unseres Alltags zu machen.“



Doch wie begegnet man steigender Inflation, Unterbrechungen der Lieferketten, Fachkräftemangel und einer Erhöhung des Apothekenabschlags? Wie stellt man sich für die Zukunft auf? Wer muss sich ändern und vor allem, wie? Wichtige Fragen, die sich den ganzen Tag über wie ein roter Faden durch alle Vorträge und Gespräche zogen. „Die besten Lösungen haben wir immer durch aktives Zuhören, den direkten Austausch mit Euch, entwickeln oder ermöglichen können“, gab kurz darauf Florian Truckenbrodt, Geschäftsleiter Vertrieb AHD und GEHE, das Motto des Tages vor.

MUTIG NEUE WEGE GEHEN

Den Auftakt dafür, Althergebrachtes zu überdenken, andere Perspektiven einzunehmen und mutig eine neue Denkweise zu wagen, machte Andreas Huber von der Deutschen Gesellschaft Club of Rome e. V. Der Geschäftsführer der Denkfabrik für Zukunftsfragen stellte Fragen, die wachrütteln: Wer wirst du sein, wenn dein Standpunkt in zehn Jahren noch der von heute ist? Und wann fühltest du dich das letzte Mal wirklich lebendig? Was er den Gästen in diesen Zeiten empfehlen würde, fragte der bekannte Moderator Mitri Sirin, der charmant durch den Morgen



Referent Andreas Huber (v.li.), Florian Truckenbrodt (Geschäftsleiter Vertrieb), Gastgeberin Aline Seifert, Gründer Mohammadi Akhabach (AMIRA) und Apotheker Dr. Björn Schittenhelm beim Start in die Veranstaltung.



Andreas Huber, Geschäftsführer der Denkfabrik für Zukunftsfragen, stellte dem Publikum Fragen zum Nachdenken.



Den Start-Up-Pitch (oben) gewannen die Brüder und Hautärzte Dr. Sebastian Pfeifer und Dr. Frederic Pfeifer (links).



Bei allen Vorträgen und Diskussionen trugen die Teilnehmenden und Gäste Kopfhörer (Silent Lab).

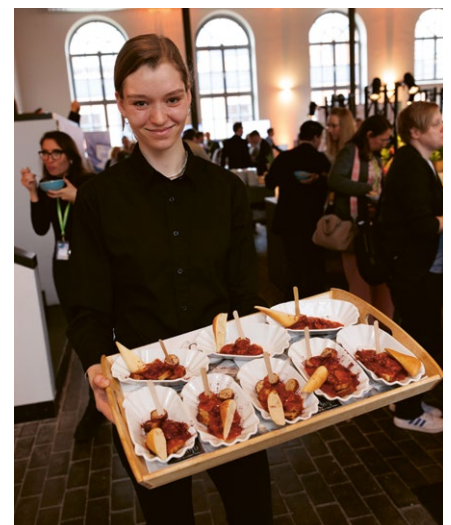




Im Messebereich hatten die Gäste Gelegenheit, sich über die Neuigkeiten aus der Branche zu informieren und – natürlich – Erinnerungsfotos zu machen. Später wurde in den sozialen Medien begeistert gepostet und geliked.



Motto des Tages: Kontakte knüpfen, Content für die eigenen Kanäle produzieren, sich inspirieren lassen.



Wer netzwerkt, muss auch essen: Es lockten Currywurst, Eisbein und andere regionale Köstlichkeiten sowie ein Kuchenbüfett und Stände mit Kaffee-Spezialitäten.

führte: „Bilden Sie sich weiter, trauen Sie sich“, so Huber. Denn: „Wer immer nur das tut, was er schon kann, wird immer das bleiben, was er ist“, zitierte er Henry Ford.

IN 90 SEKUNDEN DIE BRANCHE REVOLUTIONIEREN

Dass es sich lohnt, traditionelle Wege zu verlassen, bewiesen auch die Brüder Dr. Frederic Pfeifer und Dr. Sebastian Pfeifer. Die beiden Ärzte stammen aus einer Apotheker-Familie und haben „Dermafy“ gegründet – eine App, mit deren Hilfe Menschen binnen kürzester Zeit online eine professionelle Hautarztbehandlung erhalten. Mit dieser Idee setzten sie sich im 90-sekündigen Start-up-Pitch gegen zwei andere Gründer durch, die Content für Social-Media-Plattformen anbieten (Angela Steere, Geschäftsführerin und Gründerin von aposocial) und digitale Softwarelösungen für die Patientenversorgung (Yannick Michels von MEDICLIX GROUP GMBH).

NEUE IDEE: DEN ARZT IN DIE APOTHEKE HOLEN

Die Dermafy-Gründer sorgten auch bei der Speakers' Corner zum Thema „Gesundheitsdienstleistungen – Fluch oder Segen?“ zusammen mit den Apothekern Dr. Björn Schittenhelm, Margit Schlenk, Sabine Haul und Moderator Matthias Greutter für Aufbruchstimmung. Als Ärzte und Apotheken kooperieren, gemeinsam nach den bestmöglichen Ideen für die Patienten und Kunden suchen – das sei das Gebot der Stunde. „Wir wissen, was die Menschen da draußen brauchen und müssen Lösungen aus uns heraus entwickeln“, sagt Margit Schlenk, die in ihrer Apotheke jeden Donnerstag zum Blutdrucktag ernannt hat und mit großem Erfolg Messungen anbietet. Eine Idee brachte sogleich Schittenhelm ins Gespräch. Er hat 2021 ein Corona-Test- und Impfzentrum auf die Beine gestellt, das auch der damalige Gesundheitsminister Jens Spahn besucht hat, und regte an: „Wie wäre es, wenn der Arzt in die Apotheke kommt? Wir haben die Beratungsräume und könnten sie für Telemedizin zur Verfügung stellen. Das hilft Patienten in ländlicheren Regionen enorm.“

AUSTAUSCH BEI EISBEIN UND CURRYWURST

Für Ideen und Diskussionen wie diese war die Veranstaltung in den Bolle Festsälen wie gemacht. In lockerer Runde anschließend bei Berliner Eisbein oder Currywurst diskutieren, das Pro und Contra abwägen, die Gedanken weiterspinnen ... Wann sonst hat man so viele Experten ihres Fachs bei einer Veranstaltung?

So war es auch ein Leichtes, mit mehreren Gründern ins Gespräch zu kommen, die zeigen: Mut wird belohnt. Mohammadi Akhabach gründete schon 2007 das soziale Netzwerk iversein.de für Vereine, danach unter anderem die Agentur „Beziehungsweise“ und den Online-Service „Lieferhelden“. Zuletzt rief er die Wissensplattform AMIRA-Welt® ins Leben. Die Kardiologin Dr. Enise Lauterbach startete erfolgreich 2020 das Start-up LEMOA, das Software für digitale Gesundheitsanwendungen entwickelt, beispielsweise eine plattformbasierte App für Menschen mit Herzkrankheiten, die künstliche Intelligenz nutzt und als Frühwarnsystem dient. Ein Patient hatte sie auf diese Idee gebracht.

Stoff zum Nachdenken lieferte auch der Youtuber und Apotheker Jan Reuter. Seine These: Die Vor-Ort-Apotheke muss zusätzlich digitale Services ausbauen, sonst laufen ihr Online-Anbieter den Rang ab. Und: Die Grundlage für den Erfolg ist immer auch ein gutes Apothekenteam, dessen Arbeit auch vom Chef oder der Chefin gewürdigt wird.

GUT BESUCHTE SPEAKERS' CORNER UND MESSESTÄNDE

Wissen im Minutentakt gab es an den Speakers' Corners. 20 Minuten geballter Talk und zehn Minuten Fragen und Antworten – dieses Konzept lockte viele Gäste des Branchentreffs an. Die Themen waren aus dem Apothekenalltag gegriffen: Mit der Unterstützung von AHD und GEHE mit einer starken Digitalisierungsstrategie und einer smarten Apotheke beim Kunden punkten, die Vorteile des E-Rezepts erkennen und in naher Zukunft damit arbeiten, Veränderungen nachhaltig in

den Alltag integrieren sowie Cannabis als Medizinprodukt einsetzen – all das und noch viel mehr inspirierte die Gäste innerhalb kürzester Zeit. Bei der gesamten Veranstaltung kam das Konzept „Silent Lab“ zum Einsatz. Die Teilnehmer erhielten Kopfhörer, über die sie den Vorträgen ungestört zuhören konnten, während ringsum Festivalstimmung herrschte, die Gäste sich am ausgefallenen Mittagsbüfett stärkten und sich andere Besucher an Messeständen der Industriepartner über die neuesten Entwicklungen der Branche informierten.

KOOPERATIONS-AWARD: VERLEIHUNG MIT MITRI SIRIN

Nach spannenden Vorträgen, guten Gesprächen, viel Inspiration und einem festlichen Abendessen, mündete der Tag in der Verleihung des gemeinsamen Kooperations-Awards 2022/2023 von AHD und GEHE. Die Auszeichnung unterstrich eindrucksvoll, dass die Apotheke vor Ort und ihre Teams jetzt und auch in Zukunft unverzichtbar sind. Ein Jahr lang haben Apothekenmitarbeitende der Kooperation Alphega und gesund leben am Wettbewerb teilgenommen und ihr Bestes gegeben. Sie haben die einzelnen Kooperationsbausteine wie beispielsweise Verkaufsförderungsaktionen und Warenplatzierung, Schaufensterdekoration und Platzierung der Qualitätsmarkenartikel kreativ und mit ganz viel Eigeninitiative umgesetzt – und mit großem Engagement die Seminare der AKADEMIE besucht. Zu gewinnen gab es Sonder- und Hauptpreise, darunter Gutscheine für monatliches Vitamin-Brainfood und Gutscheine für einen Kochkurs im Wert von 2.000 Euro. Zudem wurden die Gewinner aus den Jahren 2020 und 2021 und 2021 und 2022 geehrt, die wegen der Pandemie in diesen Jahren nicht persönlich gewürdigt werden konnten. Ein besonderer Moment für alle Alphega-Botschafter und gelas. Die werden in Zukunft unter einem gemeinsamen Namen weiter mit Leidenschaft für die Kooperation arbeiten. Die Gäste der Veranstaltung durften Namensvorschläge einreichen, die jetzt gesichtet werden. Zudem wurden Ideen für den neuen gemeinsamen Award zum



Thema „Nachhaltigkeit in der Apotheke vor Ort“ gesucht. Der lange inspirierende Tag ging in eine rauschende Partynacht über. Bis ein Uhr nachts sorgte die Band Ultimate Music Live für Stimmung und einen fantastischen Ausklang von „Berlin inspiriert“.

„Der gesamte Tag hat gezeigt, wie inspirierend es ist, wenn die Branche intensiv miteinander ins Gespräch kommt. In herausfordernden Zeiten ist es ungemein wichtig, gemeinsam Ideen zu entwickeln, voneinander zu lernen, einen Blick in die Zukunft zu wagen und sie zusammen zu gestalten. Wir als Doppelt-So-Großhandel möchten die Apotheken bei ihrer Arbeit bestmöglich unterstützen. Die Inspiration und Anregungen aus den vielen Gesprächen an diesem Tag nehmen wir mit“, sagte Tanja Wilcke-Pasternacki, Leiterin Marketing & Kommunikation.



Vor dem Award verbrachte Moderator Mitri Sirin die Zeit mit den gela und Alphega-Botschafterinnen, dann gab es Abendessen und Party.



Die herzlichste Apotheke (oben) freute sich über die Auszeichnung und feierte später bis in die Nacht. Bis weit nach Mitternacht sorgte die Band Ultimate Music Live für Stimmung.

DIE KRAFT DER KRÄUTER
ENTSCHLÜSSELT.



Darum ist UV-Schutz für die Haare so wichtig.

3-fach
Nutzen: Schutz,
Reparatur & Pflege



Ein gewissenhafter Sonnenschutz für die Haut ist selbstverständlich. Die Haare zu schützen wird häufig vergessen. Dabei brauchen sie ebenso einen Schutz wie die Haut.

Da wir in den Haaren keine Sinneszellen haben, merken wir es nicht, wenn sie zu starker Sonneneinstrahlung ausgesetzt sind. Gleichzeitig können sie keinen Sonnenbrand bekommen, weshalb der Schaden am Haar völlig schmerzlos ist. Unsere Haare können sich nicht wie die Haut regenerieren, weshalb UV-Schutz für die Haare essenziell ist.

Was passiert mit sonnengeschädigtem Haar?
Die Haarstruktur wird von Innen geschädigt.

Die einzelnen Bausteine des Keratins, die Aminosäuren, werden zerstört beziehungsweise in andere Aminosäuren umgewandelt. Dadurch verliert das Haar seinen eigentlichen Aufbau, wird spröde und kann brechen.

Wie schützt man seine Haare vor UV-Strahlen?

Am besten mit einer Kopfbedeckung – oder man bleibt generell im Schatten. Das ist jedoch nicht immer möglich oder erwünscht, daher kann man in diesem Fall auch ein Haarprodukt mit UV-Schutz verwenden. Der UV-Filter ist meistens in einem Pflegespray enthalten, das man auf die Haare aufsprüht. Sinnvoll sind auch reichhaltige Pflegeprodukte mit After Sun-Effekt.



🇨🇭 Made in Switzerland
Visit us online!
rausch.ch
📷 📱 📺

PHARMAZEUTISCHE DIENSTLEISTUNGEN IM FOKUS

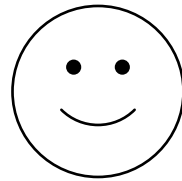
EINMAL BLUTDRUCK MESSEN, BITTE!



Haben sich die neuen pharmazeutischen Dienstleistungen schon in der Apotheke etabliert? Wie gut werden Kunden beraten und wie wohl fühlen sie sich dabei? **MEHR ALS TAUSEND MAL HABEN SICH TESTKÄUFER IN GANZ DEUTSCHLAND IM RAHMEN DES MYSTERY SHOPPINGS DEN BLUTDRUCK MESSEN LASSEN**, um diese Fragen zu klären. Eins von vielen guten Ergebnissen der Studie: Der Großteil fühlte sich sehr gut beraten und würde die Apotheke erneut aufsuchen.

Bei ihren unangekündigten Besuchen in den Apotheken gaben die Testkäufer an, dass ihr Kreislauf zuweilen verrücktspiele. Es gebe keine ärztliche Diagnose für zu hohen oder zu niedrigen Blutdruck, Medikamente nehme man nicht ein. Im Folgenden achteten die Testkäufer beispielsweise darauf, ob der Service des Blutdruckmessens in oder außerhalb der Apotheke beworben wird oder ihnen dieser Service angeboten wurde. Zudem mussten sie benennen, ob sie im Gespräch gefragt wurden, ob ein Bluthochdruck durch einen Arzt diagnostiziert wurde und bereits Medikamente dagegen eingenommen werden. Im Kern ging es darum, den Service selbst zu beurteilen. Haben sich die Testkäufer wohl und gut beraten gefühlt? Wurden ihnen spezielle Präparate, der Gang zum Arzt oder eine regelmäßige Selbstmessung empfohlen? Und stand für die Beratung ein spezieller Raum zur Verfügung?

Die guten Ergebnisse: 83 Prozent aller Testkäufer haben sich wohlgefühlt. In mehr als 70 Prozent der Fälle fanden die Beratungsgespräche sogar in einem abgetrennten Bereich statt. Rund 93 Prozent der Teilnehmerinnen und Teilnehmer des Mystery Shoppings fühlten sich in Bezug auf die Messergebnisse gut beraten. 85 Prozent würden die Apotheke unabhängig von dem Test erneut aufsuchen. Optimierungsbedarf gibt es noch im Bereich Sichtbarkeit. Die Studie hat gezeigt, dass die Apotheken durchaus noch deutlicher auf ihre Expertise und die pharmazeutischen Dienstleistungen hinweisen dürften. Denn, so das sehr gute Ergebnis: Wissen die Kunden erstmal davon, sind



83 %

aller Testkäufer haben sich wohlgefühlt



Rund

93 %

fühlten sich gut beraten



85 %

würden die Apotheke erneut aufsuchen

die meisten von dem Angebot und der Beratung begeistert.

PHARMAZEUTISCHE DIENSTLEISTUNGEN IM „LIVE TALK“

Dem Thema pharmazeutische Dienstleistungen (pDL) widmete sich auch der jüngste Live-Talk aus der Reihe „Akademie im Dialog“ – der virtuellen Gesprächsrunde von AHD und GEHE mit Expertinnen und Experten aus der Apothekenbranche. Das Fazit der Expertenrunde war deutlich: Die Bereitschaft der Apotheken-Teams, das Portfolio um die pharmazeutischen Dienstleistungen zu erweitern, wächst. Sie werden bereits erfolgreich eingesetzt, Patienten akzeptieren sie und profitieren davon. Auch die Kooperation mit der Ärzteschaft steigt. Apotheken, die zunächst Zeit- und Personalmangel als zu großes Hindernis empfanden, stellten fest, dass sich diese Herausforderung überwinden lässt.

Die wichtigste Empfehlung der Expertinnen und Experten: Einfach machen und ins Tun kommen! Es müsse nicht sofort die gesamte Bandbreite der pharmazeutischen Dienstleistungen sein. Genauso gut ist es, zunächst mit einem kleinen Angebot zu starten und dieses gegebenenfalls nach und nach zu erweitern. Im Talk wurde deutlich gezeigt, welche Chancen die pharmazeutischen Dienstleistungen bieten und wie wichtig sie für die Positionierung der Apotheke vor Ort sind und diese dabei unterstützen, ihren Mehrwert für die Patienten aufzuzeigen.

Wer sich für das Thema interessiert:

Der Live-Talk kann auf ahd-akademie.de und gehe-akademie.de angesehen werden.



PARTNERSCHAFT MIT VIANDAR

VEREINFACHUNG DES MEDIKATIONS- MANAGEMENTS

Pharmazeutische Dienstleistungen sind in deutschen Apotheken gefragt. Immer mehr Patientinnen und Patienten möchten beispielsweise eine Medikationsanalyse in Anspruch nehmen. Um Apotheken noch mehr Expertise und Spezialisierung im Bereich des interprofessionellen Medikationsmanagements anbieten zu können, haben AHD und GEHE für die Kooperationsfamilie Alphega und gesund leben eine Vereinbarung mit Viandar getroffen.

Gemeinsam mit der von Pharmazeuten und Ärzten entwickelten webbasierten Software Medinspector® erhalten Apotheken eine hochmoderne Lösung für ein standardisiertes und vereinfachtes Medikationsmanagement. Sie wird durch einen Expertenrat und eine Akademie für Apothekerinnen und Apotheker ergänzt, die ihnen Hilfestellung und Erfahrungsaustausch zum Thema Medikationsanalyse ermöglicht und sie so bestmöglich zur Medikationsberatung befähigen soll. Die Apotheken der Kooperationsfamilie haben damit die Möglichkeit, Standards in der Patientenversorgung zu setzen und das Qualitätsversprechen gegenüber ihren Kunden weiter zu optimieren.

Medinspector® führt durch den gesamten Prozess des interprofessionellen Medikationsmanagements. Zu diesem zählen Datenerfassung und Medikationsprüfung sowie die Erstellung von Arzthinformation, dem bundeseinheitlichen Medikationsplan und Patienteninformationen. Standar-

disierte Arbeitsabläufe reduzieren den organisatorischen und zeitlichen Aufwand für Apothekerinnen und Apotheker bei der Medikationsanalyse und Medikationsberatung erheblich. Die Software deckt die Anforderungen für drei der insgesamt fünf pharmazeutischen Dienstleistungen ABDA-konform ab: Erweiterte Medikationsberatung bei Polymedikation, Pharmazeutische Betreuung von Organtransplantierten und Pharmazeutische Betreuung bei oraler Antitumorthherapie. Apotheker können auf Basis des Medikationsplans und des im Gespräch mit den Patienten erfolgten Brown-Bag-Reviews alle relevanten Informationen für eine Medikationsanalyse erfassen. Darüber hinaus zeigt die Software übersichtlich auf einen Blick an, welche Auswirkungen neue Verordnungen auf die bestehende Medikation von Patienten haben. Die Gesamtmedikation wird auf mögliche Kontraindikationen, Dosierung, Wechselwirkungen, Nebenwirkungen, Anwendung und Adhärenz überprüft.

Willkommen beim

DOPPELT-SO- GROSSHANDEL

Doppelte Kraft, viele Vorteile:
Entdecken Sie unsere Service-
Leistungen, die Ihre Apotheke
erfolgreicher machen.



Jetzt scannen &
uns kennenlernen



#doppeltsogrosshandel

Alliance 
Healthcare

GEHE

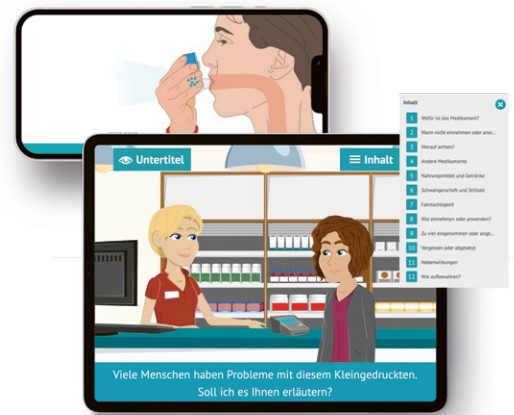
KOOPERATIONSFAMILIE PROFITIERT VON ZUSAMMENARBEIT MIT CAREANIMATIONS

Alliance Healthcare Deutschland GEHE Pharma Handel und CAREANIMATIONS haben eine Zusammenarbeit vereinbart. Die Pharmagroßhändler werden allen Apotheken der Kooperationsfamilie Alphega und gesund leben sowie Großhandelskunden APOCLIP von CAREANIMATIONS zu besonderen Konditionen zur Verfügung zu stellen: Ein neues Tool, das Medikamenteninformationen in vielen Sprachen verständlicher macht, dauerhafte Therapietreue fördert und die Patientenbindung erhöht. Das ist sinnvoll, denn bis zu 50 Prozent aller Medikamente werden nicht richtig oder gar nicht verwendet. Geplant ist auch, dass AHD und GEHE gemeinsame Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen mit CAREANIMATIONS umsetzen.

APOCLIP von CAREANIMATIONS ist eine Plattform für Apotheken vor Ort mit mehr als 6.000 animierten Videos und Piktogrammen, die Medikamenteninformationen so vermittelt, dass sie von allen verstanden und ausgeführt werden können. Hinzu kommen „Patient Journeys“, die Menschen vor allem im häuslichen Umfeld kontinuierlich unterstützen und mit verständlichen Informationen versorgen. Die Produkte von CAREANIMATIONS werden den Patienten als Ser-

vice von und in ihrer Apotheke vor Ort angeboten. Das stärkt das Vertrauen in die Informationen und fördert die Nutzung durch die Patienten, um der Apotheke vor Ort zusätzliche Einnahmen und eine stärkere Patienten- und Kundentreue zu verschaffen.

CAREANIMATIONS hat seine Produkte 2019 landesweit in den Niederlanden eingeführt und inzwischen nutzen sie dort 96 Prozent aller Apotheken zur Information und Unterstützung ihrer Patienten. Der Einsatz hat sich in den Niederlanden bewährt, wurde in einem deutschen Pilot-Projekt bestätigt und der Inhalt der in Deutschland angebotenen Produkte ist vollständig an den deutschen Markt angepasst.



AHD UND GEHE PLANEN STRATEGISCHE PARTNERSCHAFT MIT AMIRA-WELT®

Die AKADEMIE von Alliance Healthcare Deutschland und GEHE Pharma Handel ist mit über 30 Jahren Erfahrung im Fortbildungssegment und jährlich rund 20.000 Teilnahmen eine der führenden Plattformen für Apothekenfortbildung. Die nun geplante Partnerschaft mit der AMIRA-Welt®, der mit über 30.000 Mitgliedern größten geschlossenen Plattform für PTA, PKA, PhiP und Apothekerinnen und Apothekern, soll die Stärken beider Einrichtungen bündeln und damit einen echten Mehrwert für die fachliche Fortbildung der Teams der Vor-Ort-Apotheken schaffen. Die geplante Partnerschaft der starken AMIRA-Community und der langjährigen Expertise und Spezialisierung der beiden pharmazeutischen Großhändler bei der fachlichen Fortbildung soll Apothekenteams Zugriff auf breites und fachgerechtes Apotheken-Wissen sowie Daten und Fakten zu nahezu allen apothekenrelevanten Produkten bieten. Fachgruppen sollen sich in der Community zudem gezielt austauschen, gegenseitig inspirieren und motivieren können.

Da sich der Apothekenberuf immer weiter stark verändert, besteht ein sehr hoher Bedarf für pharmazeutische Fort- und Weiterbildungen. Zum einen, um das erlangte Wissen aufzufrischen und zu aktualisieren, zum anderen, um eine praxisbezogene Spezialisierung in pharmazeutischen Bereichen zu erlangen. „Die geplante Partnerschaft mit der AMIRA-Welt ist wegweisend. Gemeinsam können wir das Lernen in und von einer Community neu definieren und so bisher ungenutzte Chancen für Apotheken und ihre Teams aufdecken. Nicht erst seit der Pandemie haben sich die Ansprüche in Bezug auf Lerngewohnheiten, aber auch auf Technologie verändert. Genau diesen Anforderungen sollen die AMIRA-Welt und die AKADEMIE von AHD und GEHE gerecht werden. Ich freue mich daher sehr auf die geplante Zusammenarbeit und bin sicher, dass wir gemeinsam viel bewegen können“, sagt Aline Seifert, Vorsitzende der Geschäftsführung von Alliance Healthcare Deutschland und Geschäftsführerin von GEHE Pharma Handel.



Wir machen Sie fit für die Darmberatung!

Das **Institut AllergoSan** gilt als international anerkanntes Kompetenzzentrum für Mikrobiomforschung. Wir entwickeln Produkte basierend auf neuesten wissenschaftlichen Erkenntnissen, geprüft in evidenzbasierten klinischen Studien. Daher überzeugen sie Kunden weltweit mit höchster Qualität und spürbarem Nutzen. Nicht umsonst sind die Probiotika unserer Marke **OMni-BiOTiC®** seit Jahren die Nummer 1 am deutschsprachigen Markt*.

Als Experte in Sachen Darmgesundheit sind wir Ihr idealer Partner wenn es darum geht, sich bei den Kunden über gute Beratung zu differenzieren. Denn wir machen Ihre Apotheke fit für die Darmberatung!

Nutzen Sie unser umfangreiches Fortbildungsangebot:

- **Schulung durch unseren Außendienst**
Ihr Team lernt erste Grundlagen rund um das Thema Darmgesundheit sowie die wichtigsten Produkte kennen.
- **Fachkundenwebinare**
Wöchentliche kostenfreie Webinare für das Fachpersonal zu beliebten Beratungsthemen.
- **Medizinisch-wissenschaftliche Hotline**
Unsere Experten beantworten gerne Ihre Fragen. Kontaktieren Sie uns einfach kostenfrei unter **0800 503 508 6**.
- **Fachakademie für Darmgesundheit**
Unser Vortragsteam vermittelt lebendig und spannend Wissen rund um das Mikrobiom und medizinisch relevante Probiotika sowie Neuigkeiten aus der Forschung und dem Praxisalltag.

So werden auch Sie zur Fachapotheke für Darmberatung:

Kontaktieren Sie Ihren Kundenbetreuer des Institut AllergoSan. Gerne stellen wir den Kontakt für Sie her. Kostenfreie Service-Hotline: **0800 503 508 6**.



*Ihr schneller
Link zu unserem
Fortbildungsangebot*



Eine Mitarbeiterin der Regionalgruppe München kontrolliert den Inhalt einer Arzneilieferung.

APOTHEKER – OHNE GRENZEN IM EINSATZ

Sie schulen PTA in Burundi, versorgen Kliniken in der Ukraine mit Medikamenten, besuchen Krankenstationen in Ghana oder kümmern sich um Diabetes-Patienten in Buenos Aires: **APOTHEKER OHNE GRENZEN SIND IMMER DA, WO SIE AM MEISTEN GEBRAUCHT WERDEN – UND DAS WELTWEIT.**



Nicht nur zusehen, sondern aktiv helfen – das wollte Apothekerin Margarethe Zinser, als sie im Februar 2021 die ersten Nachrichten und Bilder vom Ukraine-Krieg im Fernsehen verfolgte. Kurz darauf wurde sie festangestellte Mitarbeiterin bei „Apotheker ohne Grenzen“ (AoG), ein Verein, in dem bundesweit rund 2.300 Pharmazeuten aus demselben Motiv Mitglied sind. Seit der Gründung im Jahr 2000 setzt sich Apotheker ohne Grenzen für eine nachhaltige Verbesserung der Gesundheitsstrukturen von Menschen in Entwicklungsländern ein und leistet schnelle und flexible pharmazeutische Nothilfe nach Katastrophen oder, wie in der Ukraine, im Kriegsfall. „Gern würden wir in der Ukraine helfen, Kliniken oder Gesundheitszentren wieder aufzubauen. Da das aber aktuell nicht möglich ist, helfen wir von Deutschland aus so gut wir können“, erklärt die 28-jährige Pharmazeutin. Seit Kriegsbeginn hat sie zusammen mit einem kleinen Team 170 Lieferungen mit Medikamenten über die Grenze gebracht. Von klassischen Schmerzmitteln bis hin zu hochspezialisierten Diabetes-Medikamenten ist alles dabei.

Rund vier Wochen dauert es in der Regel, bis die Medikamente von Deutschland aus an ihrem Zielort in der Ukraine angekommen sind. Pharmazeutische Großhändler wie AHD und GEHE unterstützen den Verein dabei, die Menge an Arzneimitteln schnellstmöglich zu bestellen und auf den Weg zu bringen. Finanziert wird das alles von Spendengeldern. „Die gute Nachricht: Von unseren 170 Lkw-Lieferungen ist nur der Verbleib einer einzigen nicht geklärt. Alle anderen sind in den Krankenhäusern in der Ukraine angekommen. Auch dank unserer zuverlässigen und erfahrenen Projektpartner in der Ukraine“, bilanziert Margarethe Zinser.

PATIENTEN SIND SEHR DANKBAR

„Vor Ort ist die Dankbarkeit der Menschen groß. Selbst wenn sie chronisch krank sind, geben die Betroffenen ihr Geld lieber für Lebensmittel oder den Wiederaufbau ihres Hauses aus. Doch es ist wichtig, dass sie ihre Medika-



Die Medikamente sind an ihrem Bestimmungsort in der Ukraine angekommen. Die Stadt Mykolajiw hat rund 1,2 Millionen Einwohner, die versorgt werden müssen.

mente nehmen. Hier setzen wir an“, so die Mitarbeiterin von Apotheker ohne Grenzen. Das, was über all die Monate am dringendsten gebraucht wurde, waren Schmerzmittel, Antibiotika und Wundmittel.

Sofort aktiv geworden ist der Verein auch bei dem Erdbeben in der Türkei und Syrien. Apothekerin Luise Marenbach aus Koblenz und Cornelia Fashing, eine AoG-Einsatzkraft aus Graz in Österreich, sind nach Gaziantep in der Türkei gefahren, um sich vor Ort ein

„DIE DANKBARKEIT DER MENSCHEN IST GROSS. ES IST WICHTIG, DASS SIE IHRE MEDIKAMENTE NEHMEN.“

Bild zu machen. Zusammen mit einer türkischen Partnerorganisation organisierten sie die Lieferung von Arzneimitteln an zehn Krankenhäuser in den

Norden Syriens und erlebten hautnah das Ausmaß der Zerstörungen, aber zeitgleich auch die Aufräum- und Wiederaufbaumaßnahmen.

HILFE IN LANGZEITPROJEKTEN

Neben der Adhoc-Hilfe engagiert sich Apotheker ohne Grenzen vor allem in Langzeitprojekten. Auf den Philippinen beispielsweise zusammen mit den German Doctors in entlegenen Bergregionen. „In Corona-Zeiten durften wir nicht dorthin reisen. Wir wussten aber, dass die Menschen sich Arzneimittel gar nicht leisten können, nicht mal für ein Stück Seife hat es in Pandemiezeiten gereicht. Deshalb haben wir mit Hygienebeuteln geholfen, damit sich die Menschen gegen das Virus schützen konnten“, erklärt Kira Morandin, Referentin Fundraising & Öffentlichkeitsarbeit.

Seit mehr als zehn Jahren stellt Apotheker ohne Grenzen zudem in Hanga, im Süden Tansanias, in Zusammenarbeit mit der lokalen Gesundheitsstruktur die Arzneimittelversorgung der Bevölkerung sicher. Hanga zählt zu den ärmsten Orten des Landes und die 14.000 Einwohner werden seit 1957 von dem Gesundheitszentrum

des afrikanischen Benediktinerkloster St. Bernard medizinisch versorgt. Das Problem: Es fehlen die Mittel und es sind viele minderwertige Arzneimittel im Umlauf. Apotheker ohne Grenzen unterstützt das Kloster durch die Anschaffung der benötigten Original-Medikamente und schult das Personal in Sachen Lagermanagement und Arzneimittelanwendung. Die Menschen selbst schnell in die Verantwortung zu bringen, ist dem Verein bei allen Projekten wichtig. „Wir möchten generell nicht als Apotheker aus dem Westen auftreten, die alles besser wissen“, erklärt Morandin.

Bei allen Projekten arbeitet Apotheker ohne Grenzen am liebsten mit Geld statt mit Sachspenden. „Dann sind die richtigen Medikamente zur richtigen Zeit am richtigen Ort“, sagt Kira Morandin. Nicht selten rufen Privatleute an und möchten überzählige Medikamente aus ihrem Privatbesitz spenden. „Wir wissen das Engagement sehr zu schätzen, aber es hilft uns an den Einsatzorten leider nicht.“ Apotheker ohne

Grenzen bittet generell darum, von größeren, unkoordinierten Medikamentenspenden abzusehen. In der Ukraine beispielsweise kamen anfangs Lkw-Ladungen voll mit Medikamenten aus der ganzen Welt an. Diese mussten zunächst sortiert werden – eine zeitraubende Aufgabe, die durch die unterschiedlichen Sprachen auf den Verpackungen zusätzlich erschwert wurde.

Apothekerinnen und Apotheker, die aktiv an Auslandseinsätzen teilnehmen möchten, durchlaufen zwei Schulungen in Deutschland. Dort erfahren sie, wie der Verein in der Nothilfe arbeitet, welche Medikamente in den Interagency Emergency Health Kits (IEHK) sind, die Apotheker ohne Grenzen bereithält, oder wie man sich in Gefahrensituationen verhält. Langjährige Einsatzkräfte erzählen zudem von ihren Erfahrungen. „Es ist auf jeden Fall ein gutes Gefühl zu helfen und als Apotheker die Perspektive zu wechseln“, sagt Margarethe Zinser.



SO KÖNNEN SIE HELFEN

Es gibt viele Möglichkeiten, sich bei Apotheker ohne Grenzen (AoG; www.apotheker-ohne-grenzen.de) zu engagieren. Als Mitglied, Einsatzkraft oder Multiplikator.

Wer die gute Sache in seiner eigenen Apotheke unterstützen möchte, kann beispielsweise eine Spendendose aufstellen oder in seinem Schaufenster mit kostenlos zur Verfügung gestellter Deko auf den Verein aufmerksam machen. Mitglieder finanzieren mit ihrem Beitrag konkret die Arbeit von AoG oder engagieren sich in Regionalgruppen (Spendenaktionen, Infoveranstaltungen). Möglich ist es auch, sich als aktive Einsatzkraft zu bewerben. Man wird geschult und stellt seine Arbeitskraft im Ausland ehrenamtlich zur Verfügung.

Anpacken (ganz links):

In der Regionalgruppe in Mainz wird mit angepackt – eine Lieferung ist eingetroffen und muss weiterverarbeitet werden.

Einpacken (links):

Auf dem Flugplatz Strausberg bei Berlin werden Trauma-Notfall-Kits ins Flugzeug geladen. Die Pilotenvereinigung Ukraine Air Rescue flog sie nach Polen. Dort übernahm der Verein Blau-Gelbes-Kreuz und sorgte für den sicheren Weitertransport in eine Klinik in Lwiw (Lemberg) o.

Absprechen (links unten)

Ehrenamtliche Einsatzkräfte besprechen in Rumänien die Logistikooptionen für Lieferungen in die Ukraine. Welche Grenzübergänge sind möglich, welche Städte eignen sich für die Weiterverteilung?



„WIE, DIE REISE KOSTET MICH KEINEN CENT?!?“

Reisen, Prämien, Rechnungen bezahlen: Als Mitglied des Added Value Programms können Sie Ihre Kreditkarte ruhig mal stecken lassen. Einfach indem Sie sich mit Ihren Apotheken-Umsätzen belohnen. Das exklusive Bonusprogramm von Alliance Healthcare Deutschland und American Express® ist jetzt auch für GEHE verfügbar. Heute wertvoller denn je – mit jedem Tag Punkte sammeln und wertvolle Vorteile genießen. Sprechen Sie uns an:
E-Mail an avp_germany@aexp.com

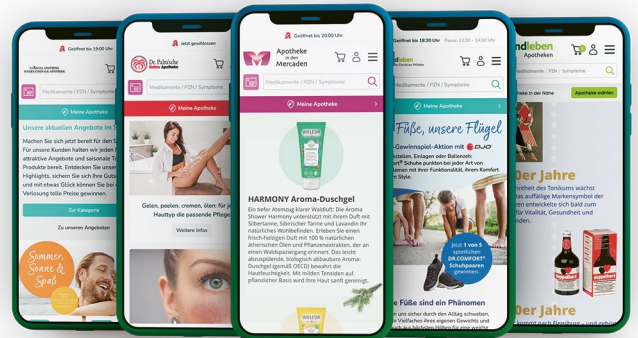


DON'T *do business* **WITHOUT IT™**

GEHE

Alliance Healthcare
Bringing healthcare closer

MIT DER DIGITALEN APOTHEKE AUCH ONLINE DURCHSTARTEN



Beratungskompetenz, Stärken, Schwerpunkte und Leistungen – all das und noch viel mehr können Apotheken auch in der digitalen Welt präsentieren. AHD und GEHE unterstützen Apotheken-Teams bei einem individuellen, professionellen, preiswerten und pflegeleichten Internetauftritt. Die Vorteile: Die Kundinnen und Kunden kaufen online ein und nutzen viele beliebte Services wie digitale Terminvereinbarung, Online-Zahlung, Abhol- und Botendienste sowie Lieferung am selben Tag. Apotheken erreichen noch mehr Kunden, haben mehr Kontakte und können mit gefragten digitalen Services und Inhalten zusätzliche Umsatzchancen nutzen.

DAS WICHTIGSTE AUF EINEN BLICK

Vorteile für Kunden:

- * Schnelles, modernes und einfaches Einkaufserlebnis
- * Apotheke über Google-Suche schnell auffindbar
- * Website für Smartphone optimiert
- * Webshop mit vorkonfiguriertem Produktsortiment und leistungsstarker Produktsuche
- * Individuelle Lieferzeitfenster
- * Online-Bezahlung
- * Digitale Terminvereinbarung für Impftermine, Beratungen uvm.
- * E-Rezept-Fähigkeit (nach aktuellen gematik-Informationen)
- * Newsletter mit Gesundheitsnews

Vorteile für Apotheken:

- * Digitale Sichtbarkeit, Erweiterung des Kundenstamms
- * Schnelle Auffindbarkeit durch Kunden
- * Website und Shop im apothekenindividuellen Design
- * Schnelle Ersteinrichtung und leichte Pflege der Seite
- * Verknüpfung mit Social-Media-Profilen und Google
- * Umsatzförderndes Online-Couponsing und Rabattaktionen
- * Abholung und/oder Botendienst? Sie entscheiden!
- * MSV3 Verknüpfung zum Großhandel
- * ABDA-Laieninfos, Produktabbildungen und LMIV-Angaben
- * Anbindung an das WWS – für automatisierte Prozesse
- * Keine versteckten Kosten
- * Vielfältiger inhaltlicher und technischer Support durch AHD und GEHE



Mehr Informationen:
topdigital.de/ahd-gehe-webshop

Sie möchten mehr erfahren?
Fragen Sie Ihren Außendienstmitarbeiter:in oder füllen Sie das Kontaktformular aus.



Kontaktformular:
topdigital.de/form/kontakt-webshop

UNTERNEHMENSPROFIL

MACHEN SIE IHRE APOTHEKE MIT GOOGLE SICHTBAR

90 % aller
Internetnutzer
setzen auf Google

Hohe
Reichweite
ohne Zusatz-
kosten

Digitale
Nähe zum
Kunden



Die klassische Visitenkarte war einmal. Wer heute eine Bindung zu seinen Kunden aufbauen möchte, sollte nicht nur vor Ort exzellenten Service bieten, sondern auch digital professionell präsent sein. **EIN GOOGLE-UNTERNEHMENSPROFIL IST EINE HERVORRAGENDE MÖGLICHKEIT, UM FÜR KUNDINNEN UND KUNDEN LOKAL SICHTBAR ZU SEIN.** AHD und GEHE unterstützen Apotheken dabei, mit einfachen Schritten ein ansprechendes Profil zu gestalten.

Mehr als 90 Prozent aller Internetnutzer recherchieren über die Google-Suchmaschine. Das sollten Apotheken für sich nutzen und ein Google-Unternehmensprofil anlegen. Ohne Zusatzkosten kann die Apotheke vor Ort damit eine enorme Reichweite erzielen. Ein weiterer Vorteil: Das Google Profil ist mit Google Maps verknüpft, die Apotheke somit leicht zu finden. Zudem kann das Apotheken-Team auf Kundenrezensionen eingehen. Der direkte Kontakt zur Zielgruppe schafft Nähe und Vertrauen.

Es empfiehlt sich, sein Profil ansprechend zu gestalten und immer auf dem neuesten Stand zu halten. Denn diese Informationen – Öffnungszeiten, Adresse, Kontaktdaten – sind das Erste, was potenzielle Neukunden über die Apotheke erfahren. Möglich ist es auch, Fotos vom Team oder der Offizin zu zeigen oder die eigenen Social-Media-Kanäle und den Webshop einzubinden. Eine Vielzahl an Informationen erhöht die Chance, bei Google gefunden zu werden. Wer hier einen guten Eindruck hinterlässt, hat gute Chancen auf eine langfristige gute Kundenbeziehung.

WIR MACHEN SIE FÜR GOOGLE FIT

Die AKADEMIE von AHD und GEHE unterstützt Apotheken dabei, ein ansprechendes Google-Unternehmensprofil zu erstellen. Ziel ist es, das Beste aus dem Internetauftritt herauszuholen. Gelernt wird in interessanter Runde beim live e-Learning.

DIE NÄCHSTEN TERMINE:

7. August und 12. Oktober,
jeweils von 19.30 bis 21.30 Uhr.

ANMELDUNGEN UNTER

www.gehe-akademie.de
oder einfach QR Code scannen
und direkt alle Infos zum
Google live
e-Learning
erhalten.



Fort Manoel (Malta)
als Drehort für
Game of Thrones

Urlaubstrends 2023

Schon mal etwas von Set-Jetting, Foodie-menities oder Hay-cations gehört? Das sind für 2023 die Urlaubstrends. Was dahintersteckt? Hier gibt's einen Überblick:

Set-Jetting:

Ob White Lotus, Emily in Paris, Game of Thrones oder Herr der Ringe – der Reisetrend „Set-Jetting“ zieht Urlauber an die Drehorte von Serien und Filmen. Laut einer Umfrage von Expedia gaben 39 Prozent der Befragten an, bereits eine Reise zu einem Drehort unternommen zu haben, zwei Drittel können es sich vorstellen.



Culture Capitals:

Ebenfalls sehr gefragt in diesem Jahr sind „Culture Capitals“, damit sind Städte gemeint, in denen große Kunst- und Kulturveranstaltungen stattfinden. Dazu zählen zum Beispiel Festivals oder das Oktoberfest in München.



Hay-cations:

Nostalgie-Fans kommen hier ganz auf ihre Kosten. Hinter Hay-cations versteckt sich der Urlaub auf dem Land, fernab von Stress und Handyempfang. Auf der Suche nach einem „einfacheren“ Leben, werden vor allem historische Bauernhäuser, urgemütliche Scheunen oder Resthöfe gebucht.

Foodie-menities:

Kochen wie zu Hause – für viele Reisende gehört das auch mit zu einem gelungenen Urlaub. Gemeinsames Kochen in der Unterkunft bedeutet Quality-Time mit der Familie. Nicht verwunderlich, dass vor allem gut ausgestattete Ferienhäuser boomen.





**„Flowers Forever“-
Installation
von Rebecca
Louise Law**



**„Die Natur
der Sache“
von Juli Gudehus**

FLOWERPOWER FESTIVAL IN MÜNCHEN

München im Blütenrausch: Von Februar bis Oktober feiert die Stadt die Blüte. Parks und Gärten aber auch Ausstellungen, Theateraufführungen, Workshops und Installationen widmen sich der Kernidee des Festivals – nämlich Natur, Kultur, Stadt und Blüte. Unterschiedliche Ansätze, von der Wissenschaft über Gartenkunst bis hin zu Nachhaltigkeit,

Pflanzenvielfalt und Ästhetik, werden beleuchtet. Mit dabei sind unter anderem der Botanische Garten, die Kunsthalle, das Naturkundemuseum und der Gasteig, Europas größtes Kulturzentrum.

Mehr Informationen unter:
flowerpowermuc.de

LEKTÜRE FÜR DEN NÄCHSTEN URLAUB



Noch wach?

Nach „Soloalbum“ und „Panikerherz“ gibt es einen neuen Roman von Benjamin von Stuckrad-Barre. „Noch wach?“ handelt von Machtmissbrauch, menschlichen Abgründen in einem deutschen Medienhaus und der #MeToo-Bewegung. Schonungslos, humorvoll und literarisch brillant!



Das Liebespaar des Jahrhunderts

Dieser Roman ist der zweite Band der Trilogie „Biographie einer Frau“. Eine Frau will ihren Mann nach 31 Jahren verlassen. Nach Verliebtheit, Hochzeit, Kinder folgt der Alltag. Wenn Liebe endet – oder doch nicht? Ist diese Beziehung wirklich gescheitert, obwohl sie doch schon so lange hält?



EINZIGARTIGES ERLEBNIS IM KLIMAHaus BREMERHAVEN

Das Klimahaus ist ein besonderer Ort und unbedingt einen Besuch wert: Auf 5.000 Quadratmetern erleben Besucherinnen und Besucher eine Reise um die Welt. Ob Schweiz, Sardinien, Niger, Antarktis oder Alaska und Samoa – es gibt viel zu entdecken und zu lernen. Man wandert durch unterschiedliche Klimazonen, von tropisch warm bis eisigkalt. Aktuell widmet sich eine Sonderausstellung bis Mitte Juni dem Thema Energie. „Power2Change: Mission Energiewende“ zeigt Lösungswege und -ideen, Forschungsprojekte anhand von Medienstationen, Augmented-Reality-Erlebnissen, interaktiven Stationen und Exponaten aus dem Forschungslabor. Ab 2024 möchte das Klimahaus mit einer neuen Ausstellung den Blick auf die Wetterextreme und ihre Folgen lenken.

klimahaus-bremerhaven.de

DAS **WIR** GEWINNT



Wer im Apotheken-Alltag zusammenhält, meistert jede Herausforderung. **INCENTIVES SCHWEISSEN DAS TEAM NOCH WEITER ZUSAMMEN UND MOTIVIEREN UNGEMEIN.** Und am Ende wartet eine ganz besondere Überraschung. Die Alphega Inspired Botschafterinnen und die gelas machen vor, wie es geht. Um ihren Zusammenhalt noch weiter zu betonen, werden sie bald einen gemeinsamen Namen haben, der auf dem Branchentreff in Berlin (siehe auch Seite 6) gesucht wurde.

Die gelas und Alphega Botschafter leben die Kooperation. Sie setzen die Inhalte von gesund leben und Alphega mit sehr viel Leidenschaft und tollen Ideen um und sind Ansprechpartnerinnen- und partner für die Kunden. Sie engagieren sich gemeinsam mit ihrem Team, bilden sich an der Akademie von AHD und GEHE weiter, stehen für eine hervorragende Kundenberatung und sorgen dafür, dass ihre Apotheke auch in den sozialen Medien präsent ist. Sie geben ihrer Apotheke nach außen ein Gesicht, beispielsweise mit Verkaufsförderungsaktionen, interessanten Posts bei Facebook oder Instagram oder einer gelungenen Schaufenster-Dekoration.

Die Leidenschaft für ihren Beruf und ihre jeweiligen Apotheken eint die gelas und Alphega-Botschafterinnen schon seit langem. Bald werden sie unter einem Namen nach außen hin auftreten: Ideen, welcher es werden könnte, wurden beim Branchentreff in der Bolle-Molkerei in Berlin gesammelt.

DIE VORTEILE VON INCENTIVES

Das Arbeiten in Apotheken ist anspruchsvoll, Fachwissen, eine hohe Konzentrationsfähigkeit, Genauigkeit und die Fähigkeit, sich innerhalb kürzester Zeit auf die unterschiedlichsten Menschen einzulassen, gehören dazu. Incentives können dazu beitragen, dass die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter motiviert und engagiert bleiben und im Team ein Wir-Gefühl entsteht. Das ist gut für die Apotheke selbst, aber auch für die Lebensqualität der Teammitglieder. Denn Motivation, Zufriedenheit und Spaß gehen dabei Hand in Hand. Die Resilienz steigt, die Gefahr einer Überlastung sinkt.

IDENTIFIZIERUNG MIT DER APOTHEKE

Incentives können dazu beitragen, dass Mitarbeitende sich mit dem Unternehmen identifizieren und eine

stärkere Bindung zu ihrem Arbeitgeber entwickeln, denn ihre Leistung wird anerkannt und belohnt, ihr Einsatz wertgeschätzt. Team-Boni fördern den Zusammenhalt zusätzlich. Das kann eine gemeinsame Prämie für das gesamte Team sein, wenn bestimmte Ziele erreicht werden – beispielsweise die Steigerung des Umsatzes oder die Verbesserung des Kundenservice.

WEITERBILDUNGS-BONI KOMMEN AN

Geeignet sind auch Weiterbildungs-Boni. Weiterbildung ist in der Apothekenbranche generell von großer Bedeutung, um auf dem neuesten Stand der Entwicklungen und Vorschriften zu bleiben. Schulungen, Fortbildungen oder die Teilnahme an Konferenzen – all das motiviert und zeigt, dass der oder die Vorgesetzte die Mitarbeitenden langfristig in der Apotheke

halten möchte und kompetente Fachkräfte zu schätzen weiß.

In der Apothekenbranche ist zudem Gesundheit und Wellness von großer Bedeutung. Warum damit nicht gleich im eigenen Team anfangen? Eine Idee wäre es, den Angestellten Boni oder Anreize anzubieten, um gesunde Verhaltensweisen zu fördern, beispielsweise regelmäßige Bewegung, Raucherentwöhnung oder die Teilnahme an Wellness-Programmen.

Fest steht: Mit Incentives zu arbeiten, wirkt sich nicht nur positiv auf jeden einzelnen, sondern auf das gesamte Team aus. Die Kundinnen und Kunden werden spüren, dass in der Apotheke Menschen zusammenarbeiten, die morgens gern zur Arbeit gehen und mit sehr viel Leidenschaft bei der Sache sind.

IMPRESSUM

HERAUSGEBER

Alliance Healthcare Deutschland GmbH
Zentrale
Solmsstraße 73
60486 Frankfurt am Main

E-Mail: presse@alliance-healthcare.de, presse@gehe.de

Telefon: 069.79203-0, 0711.57719-0

Internet: www.alliance-healthcare.de, www.gehe.de

Mitglied von Walgreens Boots Alliance

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

Tanja Wilcke-Pasternacki, Pia Prestin

KONZEPTION, REDAKTION, GESTALTUNG:

Straub & Straub, Hamburg und Stuttgart; www.straub-straub.de

Gesamtleitung: Tina Straub

Redaktion: Susanne Holz (Redaktionsleitung),
Linda Hartmann, Jacqueline Schwalm

Grafik: Felix Wandler

ANZEIGEN Andrea Naber, Celina Rehm

DRUCK Druckerei Kuthal Print GmbH & Co. KG,
Mainaschaff



BILDNACHWEISE

S.1: Stephanie Trenz, SimpLine | AdobeStock; S.3: Stephanie Trenz; S.4-5: Drazen_ | iStockphoto, Dmitry | AdobeStock, Meine Supermaus | Helge Schneider, ykokamoto | AdobeStock, peeterv | iStockphoto, Flaticon | Freepik; S.6-12: Stephanie Trenz; S.14-15: prostooleh | AdobeStock, Flaticon | Freepik; S.16: mladenbalinovac | iStockphoto; S.18: CAREANIMATIONS; S.20-22: Jan Klein, Apotheker ohne Grenzen Deutschland e.V.; S.24: ADH | GEHE; S.25: Lemonstocks | AdobeStock; S.26: Karina Movsesyan, Clarini, anahtiris, Image Bank (alle AdobeStock); S.27: Rebecca Louise Law, Juli Gudehus, Verlag Kiepenheuer & Witsch GmbH & Co KG, dtv Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG, Langer | Klimahaus Bremerhaven; S.28: Stephanie Trenz; S.30: Bundeswehr | Sascha Logan, Bundeswehr | Dennis Wrobel

DATENSCHUTZHINWEISE

Unsere Datenschutzbestimmung finden Sie unter 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.

Aus Gründen der Lesbarkeit wird bei Personenbezeichnungen die männliche Form gewählt, es ist jedoch immer die weibliche Form mitgemeint.



INTERNATIONALE APOTHEKE HEUTE: BLANKENBURG

51° 48' 23.904" N 10° 58' 44.688" E



Weshalb in die Ferne schweifen, wenn eine besondere Apotheke direkt in Deutschland liegt. Genauer in Sachsen-Anhalt. In Blankenburg gibt es die größte unterirdische Apotheke der Welt. Betrieben wird sie von der Bundeswehr. 1944 wurde die Anlage auf dem Gelände der Harz-Kaserne gebaut und 1990 von der Bundeswehr übernommen. Bis heute lagern in 80 Metern Tiefe Tausende Arzneimittel und Medizinprodukte – vom Nasenspray, Blutdruckmittel über Kopfschmerztabletten und Hustensaft bis hin zu Röntgengeräten und Woldecken. Zudem beherbergt das Versorgungs- und Instandsetzungszentrum Sanitätsmaterial ein eigenes Labor.

orthomol
chondroplus

**Dem Alter
davonlaufen?
Warum eigentlich
nicht?**

orthomol
chondroplus

Wichtige Mikronährstoffe
für Knorpel und Knochen.¹

Mit Glucosaminsulfat,
Chondroitinsulfat und
Hyaluronsäure.

 30 Tabletten
Granulat/Kapseln

Bereit. Fürs Leben.

1. Orthomol chondroplus ist ein Nahrungsergänzungsmittel. Mit Vitamin C als Beitrag zu einer normalen Kollagenbildung für eine normale Funktion von Knorpel und Knochen. www.orthomol.de

Wundversorgung ohne Kompromisse:

DracoFix Mullkompressen

Unverzichtbar in
jedem Sortiment!

DracoFix

steril

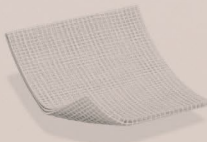
Sterile
Mullkompressen

10 cm x 10 cm

- 8-fach
- mit eingeschlagenen
Schnittkanten
- 100 % Baumwolle
- DIN EN 14079

DracoFix

100
Stück



Unsterile Mullkompressen
zur Wundversorgung

5 cm x 5 cm

- 8-fach
- mit eingeschlagenen Schnittkanten
- 100 % Baumwolle
- DIN EN 14079 BW VM 17



DracoFix Mullkompressen,
erhältlich in 5 Größen:

unsteril

- 5 cm x 5 cm, unsteril 8-fach, 100 Stück, PZN: 02268480
- 7,5 cm x 7,5 cm, unsteril 8-fach, 100 Stück, PZN: 02268505
- 10 cm x 10 cm, unsteril 8-fach, 100 Stück, PZN: 01980621
- 10 cm x 10 cm, unsteril 12-fach, 100 Stück, PZN: 01980638
- 10 cm x 20 cm, unsteril 12-fach, 100 Stück, PZN: 04586439

DracoFix Mullkompressen,
erhältlich in 6 Größen:

steril

- 5 cm x 5 cm, steril 8-fach, 5 x 2 Stück, PZN: 02358674
- 5 cm x 5 cm, steril 8-fach, 25 x 2 Stück, PZN: 03388097
- 7,5 cm x 7,5 cm, steril 8-fach, 5 x 2 Stück, PZN: 02358697
- 7,5 cm x 7,5 cm, steril 8-fach, 25 x 2 Stück, PZN: 03388105
- 10 cm x 10 cm, steril 8-fach, 5 x 2 Stück, PZN: 02358711
- 10 cm x 10 cm, steril 8-fach, 25 x 2 Stück, PZN: 03388111

