

d-inside



Fach- und Brancheninformationen vom
Schweizerischen Drogistenverband
www.drogerie.ch

4/09

Informations professionnelles et spécialisées
de l'Association suisse des droguistes
www.droguerie.ch

Abstimmung «Zukunft mit Komplementärmedizin»

Mit einem «Ja» in die Zukunft der
Drogerie investieren

S. 14

Votation «Pour les médecines complémentaires»

Un «oui» pour le futur de la droguerie

Die Plage mit den Pollen

Neues und Bewährtes rund um
den Heuschnupfen

S. 26

Les pollens: quelle plaie!

Aperçu des produits qui soulagent
le rhume des foins

Weniger ist mehr

Welche Wirkung Farben im
Ladenbau haben

S. 32

Évitez les excès!

L'importance des couleurs dans
la décoration d'un magasin

Wieder im Trend

Seminare, Benimmkurse, neue Verhaltensregeln:
Gute Manieren fristen nicht mehr ein Schattendasein.
Was bedeutet der neue Trend?

S. 22

Bonnes manières

Séminaires de savoir-vivre, cours de bienséance,
nouvelles règles de politesse: les bonnes manières sont
de nouveau à la mode. Explication de ce phénomène.

Solothurn zu Besuch in Bern
Soleure en visite à Berne

S. 6

Das SchulungsForum 2009
Le forum de formation 2009

S. 16

Übernahme der Sun Store AG
La reprise de Sun Store SA

S. 19

Angriff aus dem Unterholz
Quand les tiques attaquent

S. 36

Jeder Dritte hat Kopfschmerzen. Aber nicht jeder länger als 30 Minuten.



Wirkt schnell gegen Kopfschmerzen.
Etwa nach 30 Minuten.

 Vifor Pharma

Algifor-L® forte 400. Z: Ibuprofenum lysinum entspr. Ibuprofenum 400 mg. **I:** Kurzzeitbehandlung von Kopf-, Rücken-, Gelenk-/Bänder-, Menstruations- und Zahnschmerzen, Schmerzen nach Verletzungen, Fieber bei grippalen Zuständen. **D:** Erwachsene und Kinder ab 12 Jahren: 1 Tablette alle 4 bis 6 Stunden (max. 3 Tabletten/Tag). **KI:** Überempfindlichkeit gegenüber NSAID, Hilfsstoffen, Anamnese allergischer Erkrankungen nach Einnahme ASS oder anderen NSAID, aktive Magen-/Duodenalulcera, gastrointestinale Blutungen, entzündliche Darmerkrankungen, schwere Herz-, Leber- oder Niereninsuffizienz, im 3. Trimenon Schwangerschaft. **VM:** Bei Asthma, gastrointestinales Beschwerden, Anamnese Ulkusleiden, entzündliche Darmerkrankungen, Herz-, Leber- oder Niereninsuffizienz, Störungen der Blutgerinnung, im 1. und 2. Trimenon Schwangerschaft. **IA:** Andere NSAID, Glukokortikoide, Alkohol, Probenecid, Sulfapyrazon, orale Antikoagulantien, Diuretika, Antihypertensiva, Digoxin, Phenytoin, Lithium, Methotrexat, Baclofen, Chinolone, Ciclosporin. **UW:** Gastrointestinale Beschwerden, Kopfschmerzen. **Liste D.** Ausführliche Angaben: Arzneimittelkompendium Schweiz oder www.documed.ch. Vifor SA, 1752 Villars-sur-Glâne.

01.07

Editorial

Fettnäpfchen-Führer



Würden Sie in abgetragenen Jeans zum Vorstellungsgespräch erscheinen? Benutzte Kaffeetassen im Verkaufsraum stehen lassen? Oder private Gespräche in Anwesenheit von Kunden führen?

Heute wird gerne behauptet, dass die Dinge in Beruf, Gesellschaft und Beziehung nicht mehr so eng gesehen und viel lockerer gehandhabt werden. Doch wenn es drauf ankommt, wird noch immer darauf geachtet, wie sich

jemand benimmt. Gute Manieren sind gefragt denn je und ein wichtiger Faktor – insbesondere für den beruflichen Erfolg. Wer sich stilsicher auf dem beruflichen Parkett bewegt, gewinnt Sympathien und erleichtert sich den Umgang mit Kollegen, Vorgesetzten und Kunden.

d-inside informiert ab Seite 22 über flexible Regeln, feste Grundprinzipien und verrät Ihnen ungeschriebene Benimm-Sünden. Ausserdem: Warum es wichtig ist, den richtigen Ton zu treffen. Damit Sie souveräner mit gestressten Kollegen und ekelhaften Kunden umgehen können. Sogar dann, wenn Sie nicht beharrlich an Konventionen festhalten, sondern auf Ihre persönlichen Erfahrungen und Ihr Einfühlungsvermögen vertrauen. Denn: Bei aller Tugend und löblicher Höflichkeit im Dienstleistungsberuf – sorgen Sie dafür, dass Sie sich nicht unnatürlich verbiegen.



Nadja Mühlemann

Pour éviter les impairs

Vous présenteriez-vous à un entretien d'embauche avec des jeans usés? Laisseriez-vous des tasses sales traîner dans le local de vente? Parleriez-vous de votre vie privée devant des clients?

On prétend volontiers aujourd'hui que les frontières ne sont plus aussi strictes entre vie privée, sociale et professionnelle et qu'il faut prendre les choses avec plus de légèreté. Pourtant, dès que ça devient sérieux, le comportement est toujours un critère important. Les bonnes manières sont très appréciées et restent un important facteur de réussite – en particulier dans la vie professionnelle. Ceux qui évoluent avec style au travail gagnent la sympathie de leurs collègues et ont des rapports plus simples avec leurs collaborateurs, leurs supérieurs et leurs clients.

En page 22, *d-inside* fait le point sur les règles flexibles, les principes immuables et les petits péchés de savoir-vivre qui marquent le quotidien. Et savez-vous pourquoi il est important de trouver le ton juste? Pour vous y prendre avec maestria avec vos collègues stressés ou vos clients horripilants. Il ne s'agit pas de respecter strictement les conventions mais plutôt de faire preuve de sens commun et d'intuition. Enfin, n'oubliez pas que si bienséance et politesse sont de mise dans le secteur des services et prestations, mieux vaut éviter les courbettes artificielles.

Nadja Mühlemann

Impressum *d-inside*

Offizielles Organ des Schweizerischen Drogistenverbands, Postfach 3516, 2500 Biel 3; **Geschäftsführung:** Martin Bangerter; **Redaktion:** Heinrich Gasser (hrg)/Chefredaktion, Flavia Kunz (fk)/Chefredaktorin Stv., Nadja Mühlemann (nm), Elisabeth Küpfert (ek), Katharina Rederer (kr), Michel Schmid (ms); **Layout:** Odette Montandon; **Übersetzung:** Claudia Spätig, Daphné Grekos, Laurence Strasser; **Anzeigenverkauf:** Michael Severus, Alexandra Kunz, Tel. 032 328 50 51, inserate@drogistenverband.ch; **Abonnemente:** Antonella Schilirò, Tel. 032 328 50 30, info@drogistenverband.ch; ISSN 1662-338X; Fr. 75.–/Jahr, 2. Abonnement Fr. 56.–, zuzüglich 2,4% MwSt; **Druck:** Gassmann AG, Biel
Titelbild: Rolf Neeser

d-inside ist das Medium der Droga Helvetica:

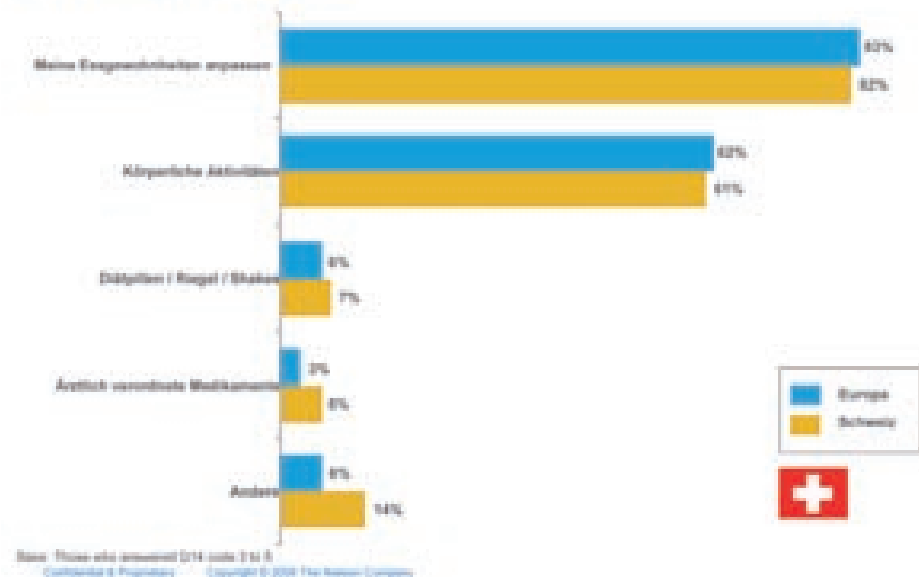
Geschäftsstelle und Rechtsberatung: Barbara Pfister, Gerbergasse 26, Postfach 644, 4001 Basel, Telefon 061 261 45 45; **Mitgliederwesen und Kasse:** Reto Karich, Boswil AG; **Internet:** www.droga-helvetica.ch, info@droga-helvetica.ch



Wir sind Gönner des SDV und der ESD

(T)Extrakt

Mit welchen Massnahmen versuchen Sie Ihr Gewicht zu reduzieren?
- Zusammenfassung Schweiz



Schweizer wollen Gewicht reduzieren, aber wie?

«Essgewohnheiten verändern», lautet die Massnahme Nummer eins um Gewicht zu verlieren. Am Meisten wird dabei auf Süsses verzichtet. Mehr Sport treiben, wird auch in Betracht gezogen. Diäten kommen weniger in Frage. Dies zeigt eine neue Online-Studie von Nielsen, welche in 52 Ländern durchgeführt wurde. ACNielsen

Beständigkeit im Wandel

Der Geschäftsverlauf 2008 der Branchen Versicherung Schweiz, bei der sich auch die Mitglieder des Schweizerischen Drogistenverbands versichern können, wurde von schwierigen Entwicklungen bestimmt: einem gnadenlosen Wettbewerb mit drastischen Prämienrabatten und der umfassenden Finanzkrise. Die langjährigen, partnerschaftlichen Kundenbeziehungen, die attraktiven Prämien und eine nachhaltige Geschäftspolitik machten sich in den bewegten Zeiten jedoch bezahlt. Aufgrund der erheblichen Wertschriftenverluste hat der Verwaltungsrat der Branchenversicherung aber beschlossen, die Substanz zu schonen und deshalb auf eine Auszahlung von Rückvergütungen zu verzichten. fk

Lactose als Hilfsstoff unproblematisch

Menschen mit einer Lactose-Intoleranz können Tabletten mit dem weit verbreiteten Hilfsstoff Lactose (Milchzucker) meist

ohne Probleme einnehmen. Die enthaltenen Mengen Milchzucker sind sehr gering. Zum Vergleich: Eine Tablette enthält nur selten mehr als 200 Milligramm Milchzucker; das entspricht etwa der Milchzuckermenge in einem Esslöffel Kuhmilch. Bei den meisten Menschen mit einer Milchzucker-Unverträglichkeit ist noch eine Restaktivität des abbauenden Enzyms vorhanden, mit der 6 bis 12 Gramm Milchzucker pro Mahlzeit verwertet werden können. www.pharmazeutische-zeitung.de

Voigt baut für die Zukunft

Die Voigt Industrie Service AG ist ein Unternehmen der Voigt Gruppe. Als Pharma Prewholesaler betreibt sie die Logistik im Auftrag von Herstellern pharmazeutischer und parapharmazeutischer Produkte. Voigt Industrie Service AG hat sich im Gebiet Moosmatte in Niederbipp (BE) über 20'000 m2 Bauland gesichert. Auf diesem Areal plant das Unternehmen die Erstellung eines neuen, modernen Logistikzentrums mit rund 50 Arbeitsplätzen.

Die Baubewilligung ist nach intensiver Zusammenarbeit und gemeinsamer Planung mit den Behördevertretern der Gemeinde und des Kantons Mitte Februar 2009 eingereicht worden. pte

Beiersdorf auf Erfolgskurs

Beiersdorf erreichte im Jahr 2008 einen Konzernumsatz von 5,971 Mio. € (Vorjahr 5,507 Mio. €). Im Unternehmensbereich Consumer hat Beiersdorf seinen Umsatz im vergangenen Jahr um 12,3 Prozent auf 5.125 Mio. € (Vorjahr 4,661 Mio. €) gesteigert und weltweit Marktanteile hinzugewonnen. Mit neuen Pflegeserien und Verpackungen wird laut Beiersdorf seit vergangenem Herbst zudem ein klarerer Akzent für Qualität und Unverwechselbarkeit gesetzt. pte

Givaudan steigert Reingewinn

Der weltgrösste Aromen- und Riechstoffhersteller Givaudan hat 2008 seinen Reingewinn im Vorjahresvergleich um 19,4 Prozent auf 111 Millionen Franken gesteigert. Der Umsatz sank im gleichen Zeitraum um 1,1 Prozent auf 4,087 Mrd. Franken, wie das Unternehmen mitteilte. Am stärksten zum Umsatzrückgang bei trug die Sparte Aromen. Die Division Parfümerie erlitt demgegenüber nur einen leichten Umsatzrückgang. www.cash.ch

Kalorien sind Kalorien

«Low Carb» lohnt sich genauso wenig wie «Low Fat», es kommt lediglich auf den Gesamtenergiegehalt an. Gute Nachricht für Übergewichtige, die abnehmen wollen: Sie können alles essen, wenn sie nur ihren täglichen Kalorienkonsum reduzieren. Das zumindest haben US-Forscher in einer Studie mit Übergewichtigen festgestellt. Bisher empfahlen viele Ernährungsexperten abnehmwilligen Menschen entweder, nur kohlenhydratreiche Nahrung zu sich zu nehmen, dann wiederum, sich nur eiweissreich zu ernähren oder aber eine reine Fett-Diät.

www.wissenschaft.de

IVF erzielt Rekordgewinn

IVF Hartmann, der führende Schweizer Hersteller von Produkten für die Wundversorgung, hat den Gewinn im vergangenen Jahr um 22,8 Prozent auf 7,6 Millionen Franken gesteigert. Das Be-

triebsergebnis stieg gar um 37,0 Prozent auf 8,4 Millionen wie das Unternehmen am Mittwoch bekannt gab. Der Umsatz nahm um 9,2 Prozent auf 109,5 Millionen Franken zu. Sowohl die Verkäufe an Spitäler als auch an Apotheken und Drogerien sowie den Detailhandel wuchsen kräftig. pte

Probleme bei Flügen nehmen zu

Die steigende Zahl älterer Passagiere sowie immer länger dauernde Flüge sorgen dafür, dass sehr wahrscheinlich die Zahl der mit dem Fliegen verbundenen Gesundheitsprobleme ansteigen wird. Zu diesem Ergebnis kommt eine Studie des Lahey Clinic Medical Center. Die Banbreite reicht von Blutgerinnseln bis zu Vogelgrippe. Reisende und Verantwortliche sollten sich laut den Wissenschaftlern der Risiken bewusst sein und versuchen, sie so gering wie möglich zu halten. pte

Höhere Detailhandelsumsätze

Nach den provisorischen Ergebnissen des Bundesamtes für Statistik verzeichneten die kumulierten nominalen Detailhandelsumsätze im 2008 eine verkaufstagsbereinigte Steigerung von 3,9 Prozent. Die Warengruppe «Gesundheit, Körperpflege, Schönheit» verbuchte im Dezember 2008 gegenüber dem Vorjahr ein nominales Umsatzplus von 7,8 Prozent. Im Branchenvergleich schnitt der «Fachdetailhandel mit pharmazeutischen, medizinischen und kosmetischen Artikeln» im Dezember 2008 im Vergleich zu 2007 mit einer Umsatzsteigerung von 8,8 Prozent am besten ab. BFS

Auszeichnung für Börlind



Am 31. Januar 2009 erhielt die deutsche Unternehmerin Annemarie Lindner internationalen Beautyworld Cup für ihr Lebenswerk und in Anerkennung ihrer

Verdienste bei der Entwicklung innovativer und wirksamer Naturkosmetikprodukte. Diese prestigeträchtige, jährlich verliehene internationale Auszeichnung der Frankfurter Fachmesse Beautyworld ehrt Persönlichkeiten oder Unternehmen, die sich um die Branche besonders verdient gemacht oder sie mit Ideen und kreativen Impulsen bereichert haben. pte

Steigender Medikamentenkonsum

Fast jede oder jeder Zweite in der Schweiz nimmt über einen Zeitraum von sieben Tagen mindestens ein Medikament ein. Dies geht aus der Schweizerischen Gesundheitsbefragung 2007 des Bundesamtes für Statistik (BFS) hervor. Im Vergleich zu früheren Befragungen ist der Wert angestiegen. 1992 lag er noch bei 38 Prozent. Lang dauernde gesundheitliche Probleme und Krankheiten zeigen sich überwiegend bei älteren Menschen. BFS

Neue Pandemie-Webseite

Das Bundesamt für Gesundheit (BAG) lanciert eine Pandemiewebseite für die Bevölkerung. Darin werden vielfältige Informationen rund um den Alltag in einem Pandemiefall vermittelt und die wichtigsten Schutz- und Präventionsmass-

nahmen vorgestellt. Die Webseite www.pandemia.ch steht ab sofort auf Deutsch, Französisch und Italienisch zur Verfügung.

Swissmedic reicht Beschwerde ein

Mit dem Entscheid vom 21. Januar 2009 hat die Gesundheits- und Fürsorgedirektion des Kantons Bern (GEF) festgestellt, dass für einzelne Arzneimittel die Abgabebeschränkungen des Bundesrechtes verfassungswidrig seien (siehe d-inside 03/09). Das Heilmittelgesetz überträgt dem Schweizerischen Heilmittelinstitut Swissmedic unter anderem die Aufgabe, für einen einheitlichen Vollzug der Bestimmungen des Heilmittelrechts des Bundes in der Schweiz zu sorgen. Swissmedic kann zu diesem Zweck auch gegen kantonale Entscheide und Verfügungen Rechtsmittel erheben. Aus diesem Grund reicht Swissmedic jetzt gegen den Entscheid der GEF eine Beschwerde beim kantonalen Verwaltungsgericht ein. Mit Einreichung der Beschwerde durch Swissmedic wird der Entscheid der GEF bis auf Weiteres nicht rechtskräftig.

www.news.admin.ch

Sandoz wächst zweistellig

Die Generika-Anbieterin Sandoz Schweiz hat 2008 zum dritten Mal in Folge ein zweistelliges Umsatzwachstum realisiert. Der Umsatz stieg um 10,5 Prozent auf 168,1 Millionen Franken, wie die Novartis-Tochter mitteilte. Sandoz sei damit stärker gewachsen als der Gesamt-Pharmamarkt, heisst es in der Medienmitteilung weiter. pte

Ihr Spezialist für die Planung und Realisierung von Drogerien

Detail Schaufenster

Solothurn zu Besuch in Bern

Politik Siebzig Solothurner Drogistinnen und Drogisten sind am 9. März 2009 nach Bern gereist. Ihr Ziel: Sie wollten Pascal Couchepin persönlich ihre «Petition für die bewährte Versorgung mit rezeptfreien Arzneimitteln» überreichen.



Vor dem Gespräch mit Gesundheitsminister **Pascal Couchepin** marschierten die Drogistinnen und Drogisten vom Bahnhof bis zum Eingang des Eidgenössischen Departements des Innern (EDI). Mit ihrem Auftritt sorgten die siebzig Drogistinnen und Drogisten teilweise für grosse Augen und zogen die Aufmerksamkeit der Passanten auf sich. Pascal Couchepin nahm die Petition ausnahmsweise gleich selbst entgegen. Ein aussergewöhnliches Zeichen, das die Sektion Solothurn noch mehr anspricht und zusammenschweisst, so ihr Präsident **Anton Löffel**. Er freue sich sehr, dass er die Petition direkt an Bundesrat Couchepin und seine Mitarbeiter überreichen konnte.

Solidarität aus der Bevölkerung

Mit ihrer «Petition für die bewährte Versorgung mit rezeptfreien Arzneimitteln» entsprechen die 28 Drogerien im Kanton Solothurn offenbar dem Wunsch der Bevölkerung. Von Mitte Januar bis am 7. Fe-

bruar kamen über 17000 Unterschriften zusammen. Damit wurde das gesetzte Ziel von 10000 Unterschriften weit übertraffen. Anlass für die Petition war, dass im Kanton Solothurn seit dem 1. Januar 2009 keine Liste-C-Produkte mehr verkauft werden dürfen. Dies, weil die Übergangsfrist im Heilmittelgesetz abgelaufen ist. Obwohl National- und Ständerat das Heilmittelgesetz in diesem Punkt via eine Motion (07.3290) ändern wollen. (d-mail berichtete am 23. Januar 2009)

Starke politische Unterstützung

Aufgrund der momentan widersprüchlichen gesetzlichen Regelung stiess das Anliegen der Drogistinnen und Drogisten auch auf politischer Ebene auf offene Ohren. So unterstützten verschiedene Solothurner Regierungsräte, aber auch nationale Politiker wie Ständerat **Rolf Büttiker** und Nationalrat **Roland F. Borer** die Petition. Die Parlamentarier standen den Solothurner Drogisten Anton Löffel und **Roland Rudolf von Rohr** (Präsident der Heilmittelkommission des SDV SO) beim anschliessenden Gespräch mit dem Bundesrat und den Mitarbeitenden der Verwaltung mit guten Argumenten zur Seite. Weitere Schützenhilfe erhielt die Sektion durch SDV-Präsidentin **Johanna Bernet-Meili** und SDV-Geschäftsführer **Martin**

Bangerter. Während des rund dreissigminütigen Gesprächs erhielten die Drogisten die einmalige Chance, ihre Anliegen betreffend die Motion der SGK-N «Neue Regelung der Selbstmedikation» (07.3290) direkt an Bundesrat Couchepin zu richten. Das Gespräch mit dem Magistraten und der Verwaltung sei aufschlussreich gewesen. «Unsere Anliegen direkt an Bundesrat Couchepin zu richten, ist für unseren Berufsstand enorm wichtig», so Sektionspräsident Löffel. Was die Diskussion negativ beeinflusst habe, sei die «Macht» der Verwaltung. Sei es doch unübersehbar, wie stark dieser Einfluss auf die Politik nehme. Wie es weitergeht, ist momentan noch offen. Eine Antwort des EDI wird von Anton Löffel in den nächsten Wochen erwartet.

Flavia Kunz

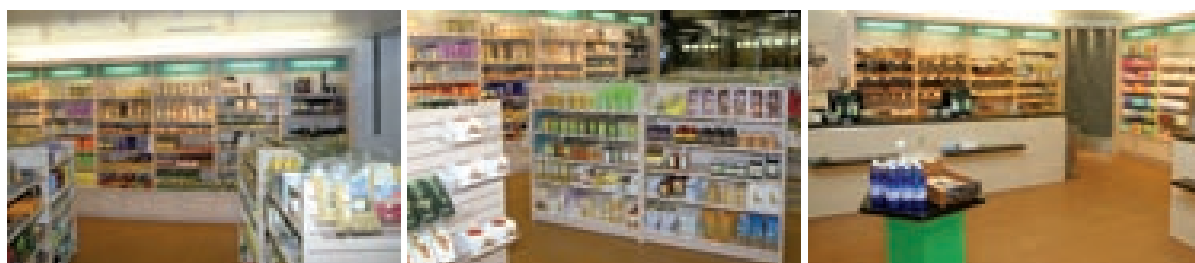
Le 9 mars, une **délégation de droguistes** soleurois s'est rendue à Berne pour remettre une pétition, dotée de **plus de 17000 signatures**, à **Pascal Couchepin**. Compte-rendu sur d-inside.drogo-server.ch/inside.pdf – cliquez sur l'encadré et l'article en français s'affichera aussitôt.

enüti

E. Nützi Söhne AG
Tel. 062 926 13 23
Fax 062 926 11 26
info@nuetziag.ch
www.nuetziag.ch

DROGERIEN- UND APOTHEKENBAU
E. Nützi Söhne AG, Murgenthalerstrasse 81, 4628 Wolfwil

Egli AG Drogerie +
Reformhaus,
Christoffel-
unterführung,
Bern



Les Suisses veulent maigrir... mais comment?

Changer ses habitudes alimentaires: voilà la première mesure à prendre pour perdre du poids. Selon un sondage internet réalisé par ACNielsen dans 52 pays, les consommateurs soucieux de leur ligne commencent par réduire leur consommation de sucre. Autre option plébiscitée par de nombreux internautes: faire plus de mouvement et d'activité physique. En revanche, les sondés ne sont guère enclins à entreprendre un régime. ACNielsen

Assurance des métiers: la continuité dans le changement

En 2008, l'évolution des affaires de l'Assurance des métiers, à laquelle les membres de l'Association suisse des droguistes peuvent aussi adhérer, a été soumise à rude épreuve: lutte impitoyable se traduisant par des rabais considérables sur les primes et crise financière mondiale. En ces temps houleux, ses relations de longue durée avec ses clients, ses primes attrayantes et sa politique durable se sont révélées payantes. En raison de la perte considérable liée aux titres, le conseil d'administration a cependant décidé de préserver ses réserves et de renoncer au versement de ristournes. fk

Les Helvètes misent sur le bio

En matière de produits biologiques, les Suisses ne s'en laissent pas conter par la crise. D'après les dernières conclusions de «GfK-Retailscan» et d'un sondage exclusif de la société d'étude de marché GfK Switzerland auprès de 1000 Suisses, le marché du bio restera stable en 2009 (5,4 %). Près de 50 % des Suisses achètent des produits bio au moins une fois par semaine. Parmi les produits les plus en vogue, on citera le pain, les œufs, les légumes, les produits laitiers et les aliments pour bébés. pte

A s'en faire des cheveux blancs!

Pour la première fois, des chercheurs britanniques et allemands sont parvenus à déterminer pourquoi les cheveux blanchissent avec l'âge. Grâce à des cultures de cellules folliculaires humaines, ils ont pu observer que la décoloration est liée à la teneur en peroxyde d'hydrogène des cheveux. Le peroxyde d'hydrogène blo-

que l'action de la tyrosinase, l'enzyme responsable de la fabrication du pigment mélanique. Pour dire les choses plus simplement: voici enfin la preuve que nous vieillissons par phénomène d'oxydation, comme une photo ou un meuble. pte

Evolution positive pour le commerce de détail

D'après les résultats provisoires de l'Office fédéral de la statistique (OFS), les chiffres d'affaires nominaux cumulés du commerce de détail ont augmenté de 4,3 % en 2008 par rapport à l'année précédente. Corrigés des jours de vente, ils se sont accrus en moyenne de 3,9 %. En termes réels, c'est-à-dire après correction de l'inflation, leur croissance s'est chiffrée à 2,9 % en rythme annuel. En 2007, les chiffres d'affaires nominaux avaient progressé de 3,6 % par rapport à 2006. Le secteur santé, soins, beauté a enregistré la plus forte hausse en décembre 2008 par rapport à la même période de l'année précédente, avec une augmentation de 8,8 %. OFS

Givaudan: bénéfice en hausse

Le fabricant genevois de parfums et arômes Givaudan a dégagé l'an dernier un bénéfice net de 111 millions de francs, en hausse de 19,4 % par rapport à l'exercice précédent. Le chiffre d'affaires a atteint 4,087 milliards, en légère contraction de 1,1 %, a indiqué le fabricant. www.cash.ch

Sandoz: croissance à deux chiffres en 2008

Le fabricant de génériques Sandoz, filiale de Novartis, a réalisé en 2008 une croissance à deux chiffres, et ce pour la troisième année consécutive. Ses ventes ont grimpé de 10,5 % à 168,1 millions de francs. Sandoz a ainsi enregistré la plus forte croissance de tout le secteur pharmaceutique. pte

Augmentation des problèmes de santé en avion

L'évanouissement est le mal le plus commun lors des voyages en avion d'après une étude réalisée auprès des compagnies aériennes par le journal Critical Care – qui a analysé 10 189 cas enregistrés sur deux compagnies aériennes par-

ticipantes, entre 2002 et 2007. L'étude conclut que l'évanouissement représente 53,5 % des cas d'incidents médicaux en avion (soit 5307), suivi par des troubles gastro-intestinaux (8,9 %) et cardiaques (4,9 %). pte

Site internet sur la pandémie

L'Office fédéral de la santé publique (OFSP) a lancé un site internet consacré à la pandémie influenza à l'intention de la population. Ce site publie différentes informations concernant le quotidien en cas de pandémie de grippe et présente les principales mesures de protection et de prévention. Disponible dès à présent en allemand, français et italien. pte

Consommation de médicaments

Presque un Suisse sur deux prend au moins un médicament tous les sept jours. C'est ce que révèle l'enquête suisse sur la santé 2007 réalisée par l'Office fédéral de la statistique (OFS). Une moyenne nettement supérieure à celle enregistrée lors de l'enquête précédente: en 1992, seuls 38 % des Helvètes avaient aussi souvent recours à des médicaments. Ce sont surtout les personnes âgées qui souffrent de maladies ou de problèmes de santé continus. OFS

Quatrième année de croissance

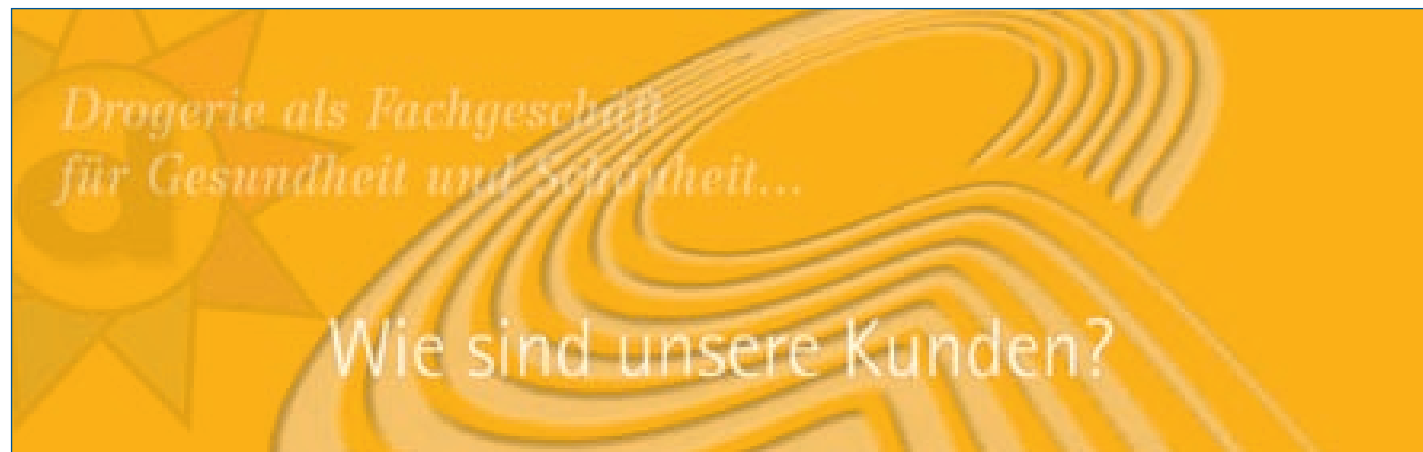
Pour la quatrième année consécutive, le groupe La Prairie, entreprise suisse de cosmétique de luxe, affiche une croissance à deux chiffres. En 2008, son chiffre d'affaires net a bondi de 10,2 %. Le groupe est à la tête de quatre marques: La Prairie, Juvena, Marlies Möller beauty hair-care et SBT Skin Biology Therapy. pte

Le manque de sommeil agit comme l'alcool

Un accident de la circulation sur trois est dû à un manque de sommeil. La fatigue est dangereuse au volant car elle provoque une baisse de l'attention, pouvant aller jusqu'à l'endormissement. Des études ont démontré que la fatigue diurne augmente de 6 fois les risques d'accident et même de 11 fois quand l'alcool s'y ajoute. Une personne n'ayant dormi que quatre heures, réagira comme si elle avait 0,5 % d'alcool dans le sang et comme si elle avait 0,8 % après une nuit blanche. pte

Oft königlich, selten miserabel

QSS Drogerie (1/4) Es lohnt sich, die Drogerie auf die Kernbereiche Gesundheit und Schönheit auszurichten. Dies zeigt eine Studie des SDV, für die 1502 Konsumenten zu Spontaneindruck, Einkaufsgewohnheiten und Produkteinschätzung befragt wurden.



Für 19 von 100 Deutschschweizerinnen und -schweizern ist sternenklar: Bei leichten Gesundheitsbeschwerden wie Erkältungskrankheiten, Verdauungsstörungen, Muskel- und Gelenkschmerzen ist die Drogerie ihre erste Anlaufstelle. Dieses Ergebnis geht aus der nationalen Studie zur Kundenzufriedenheit hervor, welche die Firma Qualitest vergangenen Herbst im Auftrag des SDV erstellt hat. Ein Quervergleich mit der vorangegangenen Studie aus dem Jahr 2001 zeigt: Die Zahl hat sich verdreifacht. Vor neun Jahren waren es nur mehr sechs Personen, die sich bei leichten gesundheitlichen Beschwerden an die Drogistin oder den Drogisten wandten. Eine erfreuliche Entwicklung. Wo liegen die Gründe? «Unsere Positionierungsbemühungen wirken. Die Konsumentinnen und Konsumenten nehmen die Drogerie als Fachgeschäft für Gesundheit und Schönheit wahr», ist **Andrea Ullius** überzeugt. «Hauptfaktoren für die gelungene Neupositionierung sind die Umsetzung von Massnahmen, die im Rahmen der DrogoVision 2010 formuliert worden sind, und eine zielgerichtete Kommunikation.» Dem SDV-Branchenentwickler behagt das Resultat umso mehr, als die Effizienz von Projekten wie QSS Drogerie-DrogoThek und DrogoCare branchenintern häufig angezweifelt

wird. «Zu Unrecht, wie sich nun zeigt. Die Daten aus der Studie belegen schwarz auf weiss, dass und in welchem Ausmass sich die Anstrengungen lohnen.» Weiter spielen natürlich eine Rolle, dass sich die Drogerien konsequenter in diesen Bereichen positioniert hätten.

Aufholbedarf in der Westschweiz

Zum guten Wert beigetragen habe nebst der Schärfung des Profils zweifellos die dauerhafte Präsenz der Themen Gesundheit, Prävention und Eigenverantwortung in der Öffentlichkeit. «Die Drogerie profitiert von der verstärkten Nachfrage nach Selbstmedikation und Komplementärmedizin», analysiert Andrea Ullius. Die Studie stützt seine Aussage: Im Vergleich zum Jahr 2001, als 26 Prozent der Befragten bei leichten Gesundheitsstörungen direkt einen Arzt konsultierten, waren es 2008 nur noch 15 Prozent. Spitzenreiter sind die Apotheken, an die sich bei leichten gesundheitlichen Beschwerden spontan etwas mehr als jeder Dritte wendet. 2001 war es noch jeder Fünfte. Es gelte nun, das für die Drogerie-Branche erfolgreiche Ergebnis zu kommunizieren und darauf aufzubauen. «Auch die einzelnen Betriebe müssen – falls sie dies nicht bereits tun – noch mehr in diese Richtung stossen», wünscht sich Andrea Ullius. Getrübt

wird die positive Entwicklung durch die Resultate aus der Westschweiz: Hier wählen nur 4 von 100 Personen bei leichten gesundheitlichen Beschwerden die Drogerie als erste Anlaufstelle (Apotheke: 46 Prozent). Im Jahr 2001 waren es noch 6. «Ein miserables Ergebnis. In der Romanie sträuben sich viele Drogisten gegen die Positionierungsbemühungen des SDV. Das Resultat widerspiegelt diese Haltung», ist Branchenkenner Ullius überzeugt. Äusserst erfreulich dagegen – dies sowohl in der Deutsch- als auch in der Westschweiz – die Wahrnehmung der Konsumenten, was die Produkte und Angebote in der Drogerie anbelangt. «Während die Bevölkerung Arzt und Apotheke hauptsächlich mit der Verschreibung und Abgabe von Medikamenten in Verbindung

Vierteilige Serie DrogoCare

d-inside April, Teil 1:

Wie sind unsere Kunden, Spontaneindruck

d-inside Mai, Teil 2:

Image/Atmosphäre

d-inside Juni, Teil 3:

Kundenbindung/-pflege

d-inside Juli, Teil 4:

Beratung/Gesamtzufriedenheit

bringt, ist der Spontaneindruck gegenüber dem Dienstleistungsangebot in der Drogerie breiter», resümiert **Alexander Lorenz**, Inhaber und Geschäftsführer der Qualitest AG, und fügt an: «In der Deutschschweiz wurden die Abgabe von rezeptfreien Medikamenten, Naturheilmittel, Kosmetik und Schönheitsprodukte in etwa gleich häufig genannt. Jeder Vierte erwähnte zudem die Sortimentsbereiche Hygiene- und Körperpflege sowie Reinigungs- und Haushaltsmittel.» Dieses Resultat deckt sich in etwa mit einem weiteren Studienergebnis. Alexander Lorenz: «Meist wird die Drogerie wegen eines konkreten Produktbedarfs aufgesucht. Entsprechend kaufen zwei Drittel der Befragten bestimmte Produkte auch nur in dieser bestimmten Drogerie ein. Dies sind an erster Stelle rezeptfreie Arzneimittel und Salben, gefolgt von Pflege- und Hygieneartikeln und Naturheilmitteln.» Konkret dominiert das Segment Gesundheit gemäss Detailergebnissen mit 62 Prozent, vor dem Bereich Schönheit mit 37 Prozent. Erneut ein Resultat, das die Stossrichtung der SDV-Qualitätsstrategien bestätigt und die Umsetzung durch die Drogistinnen und Drogisten an der Front belohnt. Etwas anders präsentiert sich das Bild in der französischsprachigen Schweiz. Die Westschweizer kaufen in der Drogerie vor allem Reinigungs- und Putzmittel ein. Hier zeigt sich der historisch bedingte Unterschied zwischen den beiden Landesteilen: Während die Drogerien in der Deutschschweiz für Arzneimittel bekannt sind, geht man in der Westschweiz in erster Linie für Artikel der Sachpflege, für Putzmittel, Farben, Unkraut- und Schädlingsvertilger in die Drogerie. Medikamente besorgt man sich in der Apotheke. Selbst dass Aspirin in der Drogerie erhältlich ist, wissen hier längst noch nicht alle.

Sprunghafter Anstieg

Augenfällig ist die Entwicklung in der Sparte Naturheilmittel. Die zweithäufigste Antwort von Konsumenten aus beiden Landesteilen auf die Frage «Was denken Sie, für welche Produkte ist die Drogerie besonders spezialisiert?», lautete: Naturheilmittel. In der Westschweiz beträgt der Wert der Nennungen 40 Prozent und liegt damit 10 Prozent über dem Wert der

Deutschschweiz. Hier wiederum ist gegenüber der Studie von 2001 eine Steigerung von rund 20 Prozent erkennbar. «Ein königliches Ergebnis», freut sich Andrea Ullius. Künftig gelte es, den Fokus OTC mit Schwergewicht Naturheilmittel beizubehalten. Dies engagierter denn je, denn die Konkurrenz schläft nicht: Die 1502 Teilnehmenden wurden auch zur Positionierung des Reformhauses befragt. Aus den Antworten geht hervor, dass nach der Position Esswaren/Getränke/Nahrungsmittel an zweiter Stelle die Naturheilmittel stehen. «Diesen Wert müssen wir unbedingt im Auge behalten», betont der SDV-Branchenentwickler. «Wie kann es sein, dass das Reformhaus im Zusammenhang mit den Naturheilmitteln so oft genannt wird? Ein Problem für unsere Branche ist, dass es je länger je mehr Produkte gibt, die trotz einer BAG-Registrierung mit «Heilaussagen» locken. Die Abgrenzung zwischen Heilmitteln und Lebensmitteln wird so aufgeweicht.» Es stelle sich die Frage, wie die Abgrenzung BAG/Swissmedic in den Reformhäusern gehandhabt werde.

Andere Einkaufsgewohnheiten

Der Detailhandel (Coop, Migros, Denner etc.) ist mit Abstand die grösste Konkurrenz der Drogerien, geht es darum, wo die Befragten sonst noch regelmässig Produkte rund um das Thema Gesundheit und Schönheit einkaufen. In der Westschweiz ist es die Apotheke, vor dem Warenhaus (Manor, Globus, Jelmoli etc.) und dem Detailhandel. Etwas mehr als die Hälfte der Deutschschweizer geht ein- bis dreimal monatlich in dieselbe Drogerie, dies zu 56 Prozent im Zusammenhang mit einer Einkaufstour. Anders in der Westschweiz, wo der Grossteil der Klientel ihre Drogerie seltener als einmal pro Monat besucht. Hingegen kommen die Romands meist gezielt in die Drogerie, ohne den Einkauf mit einer Tour zu verbinden. «Generell lässt sich sagen, dass die Kundenbindung recht hoch zu sein scheint. Ein Argument, das für Hausspezialitäten sowie Nischenprodukte und -dienstleistungen spricht», stellt Andrea Ullius fest. Zu überlegen sei indes, wie die Anziehungskraft der Drogerie auf Spontanbesucher verstärkt werden könne.

Menta Scheiwiler Sevinç

Royal souvent, misérable parfois

Il vaut la peine de centrer les activités des drogueries sur les domaines de la santé et de la beauté. D'ailleurs, 19 Suisses alémaniques sur 100 considèrent que la droguerie est leur adresse de référence lorsqu'ils souffrent de troubles bénins – refroidissements, problèmes de digestion ou encore douleurs musculaires ou articulaires. Telle est la conclusion de l'enquête nationale sur la satisfaction de la clientèle menée l'automne dernier par l'entreprise Qualitest sur mandat de l'ASD. La comparaison avec les résultats de l'enquête précédente de 2001 est significative: les chiffres ont triplé! Il y a neuf ans, seules six personnes sur 100 demandaient conseil à leur droguiste pour résoudre leurs problèmes de santé. Une évolution réjouissante, donc. Comment l'expliquer? «Nos efforts de positionnement portent leurs fruits. Les consommateurs considèrent désormais la droguerie comme le magasin spécialisé dans la santé et la beauté», assure Andrea Ullius. «Les facteurs principaux de ce succès sont la réalisation des mesures formulées dans le cadre de DrogoVision 2010 et une communication ciblée.» Le responsable du développement de la branche de l'ASD se réjouit d'autant plus de ce résultat que l'efficacité des projets tels que le SAQ droguerie DrogoThèque et DrogoCare avait souvent été remise en cause au sein de la branche. Les données de la nouvelle étude démontrent désormais que ces critiques étaient infondées.

Pour en savoir plus sur les conclusions de l'étude, les suggestions d'amélioration et les différences entre les régions linguistiques, rendez-vous sur d-inside.drogoserver.ch/inside.pdf – cliquez ensuite sur la colonne et l'article en français s'affichera automatiquement.

Produkte-News

Bio Partner Schweiz AG

MÁDARA® ist eine vollkommen natürliche und ökologische Naturkosmetik, die den internationalen Ecocert-Standard vollständig erfüllt. MÁDARA® (Galium mollugo) ist der lettische Name für Wiesenlabkraut, eines der häufigsten Bewohner der baltischen Wiesen. MÁDARA® beinhaltet zertifizierte Blüten- und Kräutereextrakte und unterstreicht die natürliche Schönheit.

www.madaracosmetics.ch



Bolton Swiss S.A.

Jede Frau ist anders. Doch wenn es um ihren Körper geht, kommen viele auf einen gemeinsamen Nenner. Fettpölsterchen, Orangenhaut und unschöne Dellen sind nur ein paar der Leiden der figurbewussten Frau. Mit den Produkten Pflege Bauch und Hüften, Intensive Figurpflege Nacht, Total Body Figurpflege-Gel und der Anti-Cellulite Pflege findet jede Frau etwas Passendes und kann dem Sommer getrost entgegenfiebert. Empfehlen auch Sie Ihren Kundinnen den Markttrenner aus Italien und Frankreich.

www.somatolinecosmetic.ch



Flawa

Neu: FLAWA® Trend-Apotheke. Erste-Hilfe-Apotheken von FLAWA® sind unentbehrlich – beim Sport, im Auto, auf Reisen und im Haushalt. Die attraktiven FLAWA® Erste-Hilfe-Apotheken sind nicht nur praktisch, sondern auch beliebte und sinnvolle Geschenkideen. FLAWA® setzt immer wieder neue Trends bei den Erste-Hilfe-Apotheken. Die im aktuellen, frischen Blau gehaltene Trend-Apotheke enthält die wichtigsten Erste-Hilfe-Produkte, die Sie für die Erstversorgung von Verletzungen brauchen. Dank ihrer praktischen Grösse und Form findet die FLAWA® Trend-Apotheke überall Platz. Sicher unterwegs mit FLAWA®.

www.flawa.ch



Interdelta SA

Neu! Mit Ameisenkraft gegen Schmerzen. Fortalis LiquiGel für Muskeln und Gelenke ist ein lokal wirksames Einreibungsmittel. Neben der Ameisensäure enthält es Inhaltsstoffe, welche die Muskeln und Gelenke lokal mobilisieren. Aufgrund dieser Eigenschaften eignet sich Fortalis LiquiGel zur Mobilisation bei Rückenschmerzen, Kreuzschmerzen, Schulterschmerzen, Nackensteife, Hexenschuss und Muskelverhärtung. Fortalis LiquiGel – Weniger Schmerz, mehr Leben.

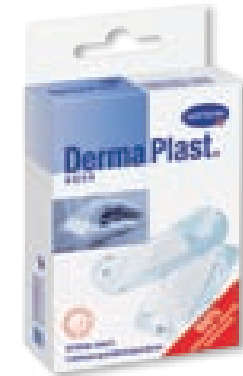
www.interdelta.ch



IVF Hartmann

What a feeling – DermaPlast® Aqua. Das neue DermaPlast® Aqua präsentiert sich ab jetzt als weiter verbesserte Variante. Der neue, transparente und atmungsaktive Film kann jetzt noch leichter angewendet werden. Das absolut wasserdichte Pflaster ist zum Duschen und Baden geeignet, die hauchdünne Folie fühlt sich sehr gut auf der Haut an und ist äusserst flexibel. DermaPlast® Aqua gibt es in den zwei gewohnt praktischen Grössen 30x40 mm und 40x60 mm sowie ganz neu auch als Fingerstrip 25x72 mm.

www.ivf.hartmann.info



Louis Widmer

Sun-Linie von Louis Widmer: Parfümiert oder ohne Parfüm. Die klinisch getestete Sonnenschutzlinie von Louis Widmer bietet Schutz für jeden Hauttyp. Die Produkte sind optimal verträglich, pflegen und spenden Feuchtigkeit. Neu: Sonnenmilch 30. Hoher Schutz für Erwachsene und Kinder. Die neue Sonnenmilch 30 zieht leicht ein und fettet nicht. Sie bietet einen hohen Schutz vor UVA- und UVB-Strahlen. Die Sonnenmilch 30 ist wasser- und schweissfest sowie mineralölfrei.

www.louis-widmer.ch



Morga

Eisen ist ein lebensnotwendiger Mineralstoff, welcher über die Nahrung aufgenommen werden muss. Es ist notwendig zur Blutbildung und massgeblich an einer Erhöhung der körperlichen Leistungsfähigkeit beteiligt. Studien belegen, dass bei einigen Bevölkerungsgruppen eine Eisenunterversorgung bestehen kann, oft davon betroffen sind Frauen. Biorex Health Line Eisen (II) enthält zweiwertiges Eisen, welches vom Körper dank der Kombination mit Vitamin C optimal verwertet werden kann. 1 Kapsel Eisen (II) enthält die empfohlene Tagesdosis Eisen.

www.morga.ch



Novartis Consumer Health Schweiz AG

Lamisil Pedisan® ONCE behandelt Fusspilz mit nur einer einzigen Anwendung: Die einzigartige und patentierte Formel von Lamisil Pedisan® ONCE bildet ein Depot in der Haut. Der fungizide Wirkstoff Terbinafin wird über 13 Tage lang kontinuierlich abgegeben und tötet so den Pilz ab. Dank der 1x Anwendung gibt es keine Compliance-Probleme.

www.lamisilonce.ch



Novartis Consumer Health Schweiz AG

Gesunderhaltung der Gelenke mit Voltaflex® Plus+. Voltaflex® Plus+ enthält zwei natürliche Knorpelnährstoffe: zum einen Glucosamin für den Erhalt der Knorpelmasse und zum anderen Chondroitinsulfat für eine gesunde Knorpel elastizität. Eine genügende Versorgung kann dem Erhalt der Gelenkbeweglichkeit dienen – das Plus für mehr Freude an Bewegung. Packung mit 60 oder 120 Tabletten.

www.novartis.ch



Vifor Pharma

Zum Start in die neue Sportsaison: Das gelbe Perskindol Classic Gel wirkt schmerzlindernd und heilungsfördernd bei Muskel- und Gelenkschmerzen, Verspannungen und Muskelkater. Vor dem Sport unterstützt es das Warm-up, nach dem Sport die Entspannung der Muskulatur. Der ätherische Wirkstoffkomplex von Perskindol Classic fördert die lokale Durchblutung, die Muskeln werden gelockert und erwärmt. Bei Sportverletzungen wie Prellungen und Zerrungen hilft das blaue, kühlende Perskindol Cool Gel Arnika. Es wirkt abschwellend und schmerzlindernd. (gekürzte Fachinformation siehe S. 41)

www.vifor.ch



Phytomed

Jetzt auch ohne Laktose: Biochemische Funktionsmittel nach Dr. Schüssler. Dr. Schüssler hat im Blut und in den Zellen 12 anorganische Salze nachgewiesen, die für die strukturelle Integrität und funktionelle Aktivität der Gewebe notwendig sind. Wir stellen die Schüssler-Salze weitestmöglich aus natürlich vorkommenden Mineralien und ohne Laktose her. Sie erhalten die Schüssler-Salze ohne Laktose in den Potenzen D6 und D12.

www.phytomed.ch



Doetsch Grether AG

Works Where It Hurts. Beruhend auf einer jahrtausendealten Überlieferung, basiert die Rezeptur auf den rein pflanzlichen Wirkstoffen Kampfer, Menthol, Nelken-, Cajepu- und Pfefferminzöl. Tiger Balm Produkte werden verwendet zur Behandlung von: Rheuma-, Muskel-, Gelenk- und Gliederschmerzen, Hexenschuss sowie Sportverletzungen und Erkältungskrankheiten. Neu bei Tiger Balm weiss-mild: Indikation bei leichten Kopfschmerzen.

www.doetschgrether.ch



Gern gesehene Gäste

Politik Eine offene Atmosphäre und leckeres Essen verknüpft mit einer Vorstellung der Drogerie. Das gehört zum jährlich stattfindenden Polit-Apéro dazu. Zum sechsten Mal hat dieser am 11. März 2009 stattgefunden.

«Wir möchten, dass Sie den Abend geniessen und sich in der Drogerie wohlfühlen», mit diesen Worten begrüsst SDV-Präsidentin **Johanna Bernet-Meili** die anwesenden Parlamentarierinnen und Parlamentarier und hiess die Vertreter aller vier grossen Parteien (FDP, CVP, SVP und SP) willkommen. Nach einer kurzen Vorstellung der Drogerie-Branche durch die Präsidentin erklärte der Geschäftsführer des SDV, **Martin Bangerter**, warum die Unterstützung der Parlamentarier für die Drogerie besonders wichtig ist. Er dankte den Anwesenden, forderte Sie aber auch gleich auf, die Umsetzung der für die Drogerie-Branche wichtigen Motion (07.3290; Einheitliche Selbstmedikation) mit voranzutreiben und erläuterte,

warum die SDV-Sektion Solothurn vergangenen Montag eine Petition zum Thema eingereicht hatte (siehe Seite 6). Dabei wies er insbesondere auf die eher kritische Haltung der Behörden hin. Dass die Zweifel an der Fachkompetenz keinesfalls berechtigt seien, erklärte Martin Bangerter gleich anhand der Ausbildung und QualitätsSicherungsSysteme, die für die Schweizerischen Drogerien Pflicht sind. Um die Wichtigkeit der politischen Anliegen der Drogerien zu unterstreichen, ergriff der Präsident der Kommission für soziale Sicherheit und Gesundheit des Nationalrates (SGK-N), **Jürg Stahl**, spontan das Wort. Er bat seine Kolleginnen und Kollegen eindringlich, dass sie die vorgebrachten Anliegen unterstützen.

Tragen diese doch zu einer sicheren, kostengünstigen und umfassenden Versorgung der Bevölkerung bei.

Flavia Kunz

Une fois par année, la droguerie se présente dans une **ambiance décontractée** lors du désormais traditionnel «**apéro politique**» auquel tous les parlementaires sont conviés. La sixième réunion a eu lieu le **11 mars 2009**, à Berne. Résumé de la rencontre sur d-inside.drogo-server.ch/inside.pdf – cliquez ensuite sur l'encadré et l'article en français s'affichera automatiquement.



Beat Günther, Direktor der Höheren Fachschule für Drogisten und Drogistinnen (ESD), Eduard Engelberger (FDP), Felix Müri (SVP) und Andy Tschümperlin (SP).



Gespannt hören die Ratskollegen dem Aufruf von Jürg Stahl (rechts im Bild; Präsident SGK-N) zu: (v.l.n.r.) Andy Tschümperlin (SP), Pierre Triponez (FDP), Eduard Engelberger, Thomas Hurter und Felix Müri (beide SVP) sowie Beat Günther.



Es gibt viel zu diskutieren: Christophe Darbellay (Präsident CVP), SDV-Präsidentin Johanna Bernet-Meili, Hansjörg Walter (SVP), Jürg Stahl (SVP) und Rolando Geiser (Leiter der Wissenschaftlichen Fachstelle beim SDV).



Zum gelungenen Apéro gehört ein Glas guter Wein: Ernst Schibli, Toni Bortoluzzi, Ulrich Schlüer und Roland F. Borer (alle SVP).



Hobbykoch Urs Ruprecht verwöhnte die Gäste einmal mehr mit leckeren Trüffel-Tortelloni. In der Mitte Alexander Baumann (SVP).



Sie gehört wie viele zu den treuen Gästen der Drogerie. Edith Graf-Litscher (SP) setzt sich besonders für die Komplementärmedizin ein.

Fotos: Flavia Kunz

Mit einem «Ja» in die Zukunft der Drogerie investieren

Politik Martin Bangerter, Geschäftsführer des Schweizerischen Drogistenverbandes (SDV), erklärt, weshalb die Schweizer Drogistinnen und Drogisten am 17. Mai ein bisschen ihr Schicksal in die eigenen Hände nehmen können – und auch sollen.

Natürlich wirksam

17. Mai 2009

Eidgenössische Abstimmung
«Zukunft mit
Komplementärmedizin»

Der Abstimmungssonntag vom 17. Mai ist für die Schweizer Drogistinnen und Drogisten ein wichtiger Tag. Geht es doch um die Verankerung der Komplementärmedizin in der Bundesverfassung. Mit dem neuen Verfassungsartikel 118a «Komplementärmedizin» sorgen «Bund und Kantone im Rahmen ihrer Zuständigkeit für die Berücksichtigung der Komplementärmedizin», so der Wortlaut der Vorlage. Konkret ist damit gemeint, dass bei einer Annahme der Vorlage durch Volk und Stände die Grundlage dafür geschaffen wird, dass das eidgenössische Parlament und die Kantone fünf langjährige Kernforderungen umsetzen können. Martin Bangerter zeigt auf, weshalb diese Anliegen auch für Sie als Drogistin und als Drogist grosse Bedeutung haben.

1. Zusammenarbeit der Schul- und Komplementärmedizin fördern.

«Drogistinnen und Drogisten wissen aus ihrer täglichen Erfahrung, dass beide Teilgebiete nötig sind und sich ideal ergänzen. Zum Gesundwerden und Gesundbleiben sind sowohl die Schul- wie die Komplementärmedizin nötig. Drogisten sind in beiden Fachbereichen im Rahmen der

Selbstmedikation spezialisiert und daher eine wichtige Anlaufstelle in der Gesundheitsvorsorge der Schweizer Bevölkerung.»

2. Heilmittelvielfalt und -abgabe durch Fachpersonen aufrechterhalten.

«Die Abgabe von Heilmitteln muss in den Händen von Fachpersonen bleiben, vor allem wegen der Patientensicherheit. Zudem nimmt die Komplementärmedizin einen bedeutenden Stellenwert im Sortiment einer Drogerie ein. So generieren gemäss der jüngsten DrogoThek-Statistik (Februar 2009) die Schweizer Drogisten im Durchschnitt rund 20 Prozent ihres Umsatzes aus komplementärmedizinischen Heilmitteln und Therapien. Wobei zu sagen ist, dass diese Zahlen auf Selbstdeklaration basieren. – Bei der Heilmittelvielfalt ist der springende Punkt, dass es für Drogistinnen und Drogisten wichtig ist, ihr Wissen tatsächlich umsetzen und individuell beraten zu können. Das setzt voraus, dass die Heilmittelvielfalt erhalten bleibt und nicht zig Einzelsubstanzen vom Markt verschwinden oder nur noch zu exorbitanten Preisen erhältlich sind.»

3. Berufsankennung und Qualitätssicherung bei nichtärztlichen Therapeuten.

«Diese Forderung garantiert, dass Drogistinnen und Drogisten im therapeutischen Bereich mit anerkannten Profis zusammenarbeiten können. Es ist auch nötig, dass im teilweise unübersichtlichen Angebot von Therapien und Therapeuten die Spreu vom Weizen sauber getrennt werden kann.»

4. Anthroposophische Medizin, Homöopathie, Neuraltherapie, Pflanzenheilkunde (Phytotherapie) und traditionelle chinesische Medizin (TCM) kommen wieder in die Grundversicherung.

«Drogerien sind keine Leistungserbringer gemäss Krankenversicherungsgesetz KVG. Deshalb hat diese Forderung eher einen symbolischen Wert für die Drogerie. Die Komplementärmedizin wird damit generell auf einer «höheren Ebene» gefestigt und bestätigt. Es bestätigt auch den Sinn und die Seriosität dieser Therapien.»

5. Lehre und Forschung fördern.

«Es ist nötig, dass die Komplementärmedizin gefördert, laufend mit neuem Wissen versorgt und auf eine wissenschaftliche Ebene gestellt wird. Das Verständnis für komplementärmedizinische Themen muss zwingend im Medizinstudium gefördert und die Vermittlung entsprechender Inhalte in die Grundausbildung junger Ärzte und Ärztinnen aufgenommen werden. Damit würde indirekt auch die Anerkennung des drogistischen Wissens in komplementärmedizinischen Belangen durch die Medizin gefördert.»

Wird die Vorlage abgelehnt, frönt die kostengünstige und beliebte Komplementärmedizin weiterhin ein Aschenputteldasein. Deshalb betont Martin Bangerter: «Der SDV empfiehlt Ihnen, am 17. Mai bei der Vorlage Komplementärmedizin ein klares Ja in die Urne zu legen; und wir freuen uns, wenn Sie auch Ihre Kundschaft auf die wichtige Abstimmung aufmerksam machen.»

Katharina Rederer

Weitere Informationen

zur Abstimmung finden Sie auch im Dossier «Komplementärmedizin» im Drogistenstern vom Mai.



«Machen Sie Ihre Kundschaft auf die Abstimmung am 17. Mai aufmerksam und erklären Sie ihr, warum ein JA zur Komplementärmedizin zu empfehlen ist!»

Martin Bangerter, Geschäftsführer des Schweizerischen Drogistenverbandes



Jetzt geht es «zur Sache»!

Die Unterstützungspakete für den Abstimmungskampf wurden Anfang März an alle Drogerien versandt. Das Material ermöglicht es Ihnen, sich mit minimalen Aufwendungen und optimaler Wirkung für eine Zukunft mit Komplementärmedizin einzusetzen.

Für Ihr Engagement in der Drogerie und in Ihrem Umfeld danken wir!

Les votations du 17 mai seront importantes pour les droguistes. Il s'agit en effet d'ancrer la **médecine complémentaire** dans la **Constitution**. Martin Bangerter, directeur de l'ASD, explique pourquoi il faut glisser un «**Oui**» dans les urnes sur d-inside.drogoserver.ch/inside.pdf – cliquez sur l'encadré et l'article s'affichera automatiquement.



NEU IM SORTIMENT!

very high 50+^{SPF} ultra sensitive extreme formula

ist besonders angenehm aufzutragen, sehr hautverträglich und zieht schnell ein, ohne zu fetten. Als wichtiger Anti-Oxidant bietet das SOD, zusammen mit dem Vitamin E, einen Schutz gegen freie Radikale und unterstützt den natürlichen Reparaturmechanismus der Haut. Das Vitamin B5 befeuchtet die Haut nachhaltig. Verfügt über photostabile Breitbandfilter UVA+UVB und ist wasser- und schweissresistent. Bietet den optimalen Schutz besonders bei extremen Sonnenbedingungen, wo ein hoher und andauernder Sonnenschutz notwendig ist (Tropen oder Hochgebirge). Enthält kein Fett, kein Parfum, keine Emulgatoren und keine Konservierungsstoffe und ist somit geeignet bei Sonnenallergien.

GRATIS!

aftersun cooling & hydrating 125ml

Beim Kauf eines medium 20^{SPF} sports clear gel formula 200ml erhalten Sie gratis ein aftersun cooling & hydrating 125 ml im Wert von Fr. 20.–



Sonder-Konditionen bei Ihrem Grossisten

Swiss Made

ultrasun
Professional Protection

«Bewegung und in Bewegung bleiben»

SchulungsForum Rund 510 Drogistinnen und Drogisten aus der Deutsch- und Westschweiz haben das SchulungsForum 2009 von Ende Februar an der Ecole supérieure de droguerie (ESD) in Neuenburg besucht. Dies sind deutlich mehr als im Vorjahr.

Das Plus bei den Besucherzahlen ist vermutlich auf das neue Aus-, Fort- und Weiterbildungsprogramm des Schweizerischen Drogistenverbandes (SDV) zurückzuführen, das die Drogistinnen und Drogisten zu einer kontinuierlichen Weiterbildung anhält. Am SchulungsForum gab es Punkte für die neue Pflichtausbildung zu sammeln. Die in die Pflicht genommenen «Weiterbildungsschülerinnen und -schüler» wirken aber keineswegs misstrauisch oder gelangweilt. Die Kurse zu den Themen «On the move – Bewegung und in Bewegung bleiben» waren alle gut

besucht, und die Kursteilnehmer genossen den Austausch unter den (lange nicht gesehenen) Berufskollegen ganz offensichtlich. In der Cafeteria der ESD ging es zu und her wie an einem freundschaftlichen Familientreffen.

Die Qual der Wahl

Pro Tag konnte man maximal vier Kurse besuchen und musste sich unter 27 Angeboten entscheiden. Dabei konnte man mehr oder weniger Glück haben, denn nicht ganz alle Vorträge waren auf ein und demselben Niveau. Sehr zufrieden zeig-

te sich eine Geschäftsführerin aus dem Kanton Bern, die den Vortrag «Sportverletzungen» besucht hatte. Sie habe sehr profitiert und fühle sich nun sicherer, beispielsweise in der Beurteilung eines typischen Tennisarms in Abgrenzung zu anderen Gelenkschmerzen im Arm.

Die Müesli-Lüge

Spitzensportler essen am Morgen vor dem Training ein Müesli. Das wird werbetenisch und medial in der Schweiz gerne verbreitet. «Stimmt nicht», sagt **Hanspeter Marti**, ehemaliger Marathonläufer

und heutiger Verkaufsleiter bei Sportvital, anlässlich seines Vortrags «Muskelaufbau – Fettabbau». Sobald das Schweizer Fernsehen seine Aufnahmen im Frühstückssaal des Mannschaftshotels jeweils beendet habe, würden die Müesli abgeräumt. Läufer essen vor dem Training Lebensmittel mit einem hohen glykämischen Index, so etwa Weissbrot mit Honig. Denn ein Müesli würde vor dem Laufen viel zu sehr aufliegen, so Marti. Zum Regenieren und Krafttanken, beispielsweise nach dem Training, sei ein Müesli hingegen ideal.

Kunden bewegen – mit allen Sinnen

Viele Kursinhalte seien für sie nicht neu gewesen, meinten etwa zwei Drogisten aus der Ostschweiz. Als Repetition oder als Anlass, auf das eine oder andere Thema wieder einmal näher einzugehen, seien die Kurse aber sehr hilfreich und motivierend.

Sie hatten den Vortrag «Mit den fünf Sinnen Kunden bewegen» bei **Barbara Honegger**, Marketing- und Kommunikations-

trainerin, besucht. Honegger, die mit viel Schwung und Energie durch ihren Kurs führte, liess die Kursteilnehmer gleich eigene Beispiele erarbeiten, wie sie die Kundschaft über alle fünf Sinne abholen könnten. So schlug eine Gruppe zum Thema Allergien folgendes Aktivitätenpäckli in Form einer kleinen Ausstellung in der Drogerie vor:

Sehen: Allergieauslöser, etwa ein Birkenast oder Gräser, sicher unter einer Glashaube verpackt.

Hören: Eine CD abspielen, auf der sum-mende Bienchen zu hören sind.

Riechen: Frühlingsduft: Einen (nicht allergieauslösenden) Frühlingsstrauss aufstellen oder eine Frühlingsblume zum Verschenken.

Schmecken: Schwarzkümmelbrötchen zum Degustieren.

Tasten: Ein Modell einer Nase (mit darin haftenden Pollen) oder ein Lavabo zum Händewaschen bzw. Pollenwegspülen.

Barbara Honegger lobte die Vorschläge, wies aber darauf hin, dass die Schwarzkümmelbrötchen für Fachleute verständlich, für Kunden aber nicht selbsterklärend seien. Sie erinnerte zudem daran, dass Botschaften über die fünf Sinne unterschiedlich stark im Erinnerungsvermögen der Menschen haften bleiben: übers Sehen zu 30 Prozent, übers Hören zu 20 Prozent, und beim Tasten oder Selbstermachen zu 90 Prozent. Die Referentin zeigte auch auf, dass man die Kundschaft über Emotionen nicht nur an sich binden, sondern auch abschrecken kann. So hätten Tests gezeigt, dass bei einer Auswahl unter sechs Pflegeprodukten 40 Prozent der Kundschaft anhalten, bei einer Auswahl von 24 Produkten hingegen 60 Prozent der Personen stehen bleiben. Allerdings kauften bei der kleineren Auswahl schliesslich 30 Prozent der Passanten ein, bei der viermal grösseren Auslage nur noch gerade 3 Prozent aller Kunden. Grund: Eine zu grosse Auswahl überfordert die Menschen beim Einkauf gefühlsmässig.

Katharina Rederer

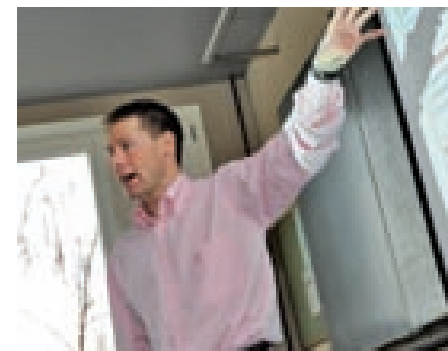
Activité physique pour tous

Près de 510 droguistes de Suisse romande et alémanique ont participé au forum de formation qui s'est déroulé fin février à l'Ecole supérieure de droguerie (ESD) de Neuchâtel. Un nombre nettement supérieur à celui de l'an dernier. L'augmentation du nombre de participants est sans doute due au nouveau programme de formation et perfectionnement professionnel de l'Association suisse des droguistes (ASD), lequel incite les droguistes à se perfectionner régulièrement. Le forum de formation permet en effet de récolter des points pour la nouvelle formation obligatoire.

Les cours proposés sur le thème «On the move – activité physique pour tous» ont attiré beaucoup de monde et les participants ont profité de cette occasion pour discuter et échanger leurs expériences avec des collègues qu'ils n'avaient plus vus depuis longtemps. L'ambiance dans la cafétéria de l'ESD était digne d'une sympathique fête de famille.

Les participants pouvaient assister à quatre cours par jour au maximum... et devaient choisir parmi 27 propositions. A ce stade, c'était une question de chance, car tous les cours n'avaient pas exactement le même niveau. Une directrice de droguerie du canton de Berne a beaucoup apprécié la conférence sur les «blessures sportives». Deux droguistes de Suisse orientale ont regretté que le contenu de plusieurs cours ne présente aucune nouveauté pour eux. Néanmoins, les cours étaient une bonne occasion de répéter ou d'approfondir de nouveau l'un ou l'autre thème – dans ce sens, ils étaient à la fois utiles et motivants.

Pour en savoir plus sur les vertus du muesli et l'importance des sens dans la vente, rendez-vous sur d-inside.drogoserver.ch/inside.pdf – cliquez ensuite sur la colonne et l'article en français s'affichera automatiquement.



Nachbearbeiten: Sehen und gesehen werden. Die Cafeteria der ESD war der zentrale Treffpunkt für das Gespräch unter Kolleginnen und Kollegen. Interessierte konnten sich zudem über Trends und Neuigkeiten aus der Industrie informieren.

Fotos rechts

Zuhören: Hanspeter Marti, Marathonläufer und Verkaufsleiter Sportvital, erklärt, wie man Fett ab- und Muskeln aufbaut. Um Feinstofflicheres ging es im Referat von Kommunikationstrainerin Barbara Honegger, die aufzeigte, wie sich Kunden über die fünf Sinne ansprechen lassen.



Fotos: Rolf Neeser

Wir danken folgenden Sponsoren für die grosszügige Unterstützung des Schulungsforums!



Bayer (Schweiz) AG
8045 Zürich

Abendkurse in Ihrer Nähe

SDV-Aktivitäten Die Kursorte, -daten und Referenten stehen fest. Lesen Sie selbst, wann die Vorträge in Ihrer Nähe sein werden. Die Kurse beginnen jeweils um 19.30Uhr und dauern bis ca. 22.00Uhr.

Datum	Ort	Kursort	Adresse	Referenten
20.04.09	Luzern	BRL Bahnhof Restauration Luzern AG	Bahnhof	Verena Gerber
20.04.09	Sursee	Hotel Bellevue am See	Bellevueweg 7	Urs Ziegler
22.04.09	Solothurn	Altes Spital Solothurn	Oberer Winkel 2	Markus Arnold
23.04.09	Wetzikon	Hotel Restaurant Drei Linden	Bahnhofstrasse 73	
27.04.09	Zürich-Oerlikon	Swissôtel	Schulstrasse 44	Verena Gerber
28.04.09	Thalwil	Hotel Sedartis	Bahnhofstrasse 16	Verena Gerber
29.04.09	Pfäffikon	Seedam Plaza	Seedammstrasse 3	Markus Arnold
29.04.09	Schaffhausen	Hotel Kronenhof	Kirchhofplatz 7	Verena Gerber
30.04.09	Langenthal	Hotel Bären	St. Urbanstrasse 1	Urs Ziegler
04.05.09	Lyss	Hotel Weisses Kreuz	Marktplatz 15	Markus Arnold
05.05.09	Frauenfeld	Stadtcasino Frauenfeld	Bahnhofplatz	Urs Ziegler
06.05.09	Schwyz	Hotel Wysses Rössli	Am Hauptplatz	Verena Gerber
06.05.09	Wil	Stadtsaal Wil	Bahnhofplatz 6	
07.05.09	St. Gallen	Hotel Einstein St. Gallen	Berneggstrasse 2	Urs Ziegler
11.05.09	Lenzburg	Hotel Krone	Kronenplatz 20	Patrizia Aeberhard
12.05.09	Herisau	Casino Herisau	Poststrasse 9	Verena Gerber
13.05.09	Stans	Hotel Engel	Dorfplatz 1	Verena Gerber
13.05.09	Bern	Hotel Bern	Zeughausgasse 9	Regula Stähli
14.05.09	Thun	Hotel Freienhof Thun AG	Freienhofgasse 3	Regula Stähli
14.05.09	Bad Ragaz	Gemeindesaal	Rathausplatz 3	Markus Kressig
18.05.09	Baden	Atrium Hotel Blume	Kurplatz 4	Patrizia Aeberhard
18.05.09	Basel	Hotel Europe	Clarastrasse 43	Verena Gerber
19.05.09	Kreuzlingen	Zentrum zum Bären	Bärenstrasse 38	Verena Gerber
25.05.09	Olten	Hotel Arte	Riggenbachstrasse 10	Markus Arnold
26.05.09	Chur	Hotel Chur	Am Obertor	Markus Kressig
27.05.09	St. Moritz	Hotel Steffani	Via Traunter Plazzas 6	Markus Kressig
27.05.09	Sion	Hôtel Europa	Rue de l'Envol 19	Fanny Tombez
28.05.09	Liestal	Hotel Engel	Kasemenstrasse 10	
28.05.09	Winterthur	Hotel Wartmann	Rudolfstrasse 15	Urs Ziegler

Mehr Informationen finden Sie in der **Broschüre** «Der Abendkurs in Ihrer Nähe». Diese wird gemeinsam mit dem *Drogistenstern* vom April ausgeliefert.

Partner der Schweizer Drogerien 2009:



«Wachsen, aber selektiver»

Markt «Galenica übernimmt Sun Store.» Personen aus Fachkreisen waren von dieser Schlagzeile zwar nicht überrascht, dennoch sorgte die Nachricht – vor allem unter Apothekern – für einigen Aufruhr.



Galenica hat Anfang März die vom Unternehmer **Marcel Séverin** gegründete Apothekenkette Sun Store mit 100 Verkaufsstellen in der ganzen Schweiz erworben. Die Genehmigung der Wettbewerbskommission vorausgesetzt, erfolgt die Übernahme ab dem 1. Juli 2009. Mit der Erweiterung auf 250 Apotheken kann die Generaldirektion Santé ihre führende Position im Markt, der sich zur Zeit in einem Konsolidierungsprozess befindet, weiter ausbauen. Eine spezielle Vereinbarung mit Marcel Séverin sieht jedoch vor, dass die Identität von Sun Store beibehalten wird. Der Unternehmer Séverin wird sich mit der Übernahme aus dem operativen Geschäft zurückziehen, als Präsident des Verwaltungsrates bleibt er aber weiterhin bei Sun Store. Was die Übernahme kostete, verriet den Beteiligten nicht.

Das Ziel: noch grösser werden

Mit 100 Sun Store-Apotheken, 133 Amavita-Apotheken und -Partnern, 95 Winconcept-Partnern (unabhängige Partner-Apotheken) sowie 31 Coop Vitality-Apotheken übertrifft Galenica das bisherige Ziel von 350 Standorten. Was nun? «Weiter wachsen, aber selektiver», lautet die Antwort der Galenica auf diese Frage. Das heisst, nicht mehr die Quantität, sondern vor allem die Qualität sollen von nun an im Zentrum stehen – bis die kritische Masse pro Region erreicht ist. Wie hoch diese Zahl ist, will Galenica aber nicht verraten.

Stimmen aus dem Umfeld

So erfreulich die Übernahme der 100 Apotheken für Galenica ist, ihren Mitbewerbern und Branchenkennern bereitet sie eher Kopfzerbrechen.

Franklin Schatzmann, Mitglied der Geschäftsleitung des Familienunternehmens Apotheken Drogerien Dr. Bähler AG: «Wir beobachten das vertikale und horizontale Wachstum der Galenica-Gruppe mit Respekt. Wenn in den Apotheken der Galenica-Gruppe künftig vorwiegend eigene Produkte verkauft würden, könnte das für andere Marktteilnehmer Folgen haben.» Ähnlich sieht es **Wolfgang Goldberg**, der Geschäftsführer von Toppharm, der Vereinigung unabhängiger Apotheken. Für «seine» deutschsprachigen Apotheken sieht er aber, da Sun Store bisher hauptsächlich in der Westschweiz tätig war, keine grossen Veränderungen. «Die Übernahme ist ein weiteres Vorkommnis in einem lebhaften Markt, der sich mitten in einem Konzentrationsprozess befindet.» Der Wettbewerb werde dadurch zwar noch härter, doch Goldberg hofft auch für seine Gruppierung auf Zuwachs. So könne die Übernahme auch dazu führen, dass Apotheken, die selbstständig bleiben wollen, Unterstützung in «seiner» Vereinigung suchen. Etwas anders sieht es der Schweizerische Apothekerverband Pharma Suisse. Er liess gegenüber der Tageszeitung «Cash» Folgendes verlauten: «Dank dem Engagement von Ga-

lenica hat nun ein nationales, der Qualität verpflichtetes Unternehmen Sun Store übernommen, was dem ausschliesslich profitorientierten Vorgehen einer internationalen Kette klar vorzuziehen ist.»

Flavia Kunz

Sun Store

Der 65-jährige gelernte Drogist **Marcel Séverin** gründete 1972 die erste Apothekenkette der Schweiz. In einer ersten Etappe entwickelte sich die Kette vor allem in der Westschweiz; ab 2004 folgte eine intensive Expansionsphase in der Deutschschweiz. Die Kette, die Ende 2008 ihre 100. Apotheke eröffnet hat, ist vor allem in Einkaufszentren und an Orten mit hoher Kundenfrequenz gut vertreten. Die Apotheken verfügen typischerweise über Ladenflächen bis 600 m², sodass sie ein grosses Sortiment an Schönheits-, Wellness- und Gesundheitsartikeln bieten können. Das Unternehmen beschäftigt heute rund 1780 Mitarbeitende und erwirtschaftete 2008 einen Umsatz von rund 400 Mio. Franken. pte

«Galenica acquiert Sun Store.» Cette nouvelle n'a pas forcément surpris les spécialistes du milieu. Elle n'en a pas moins suscité quelques remous – surtout chez les pharmaciens. d-inside fait le point de la situation sur d-inside.drogo-server.ch/inside.pdf – cliquez ensuite sur l'encadré et l'article en français s'affichera automatiquement.

Perskindol vs. Prellungen

1 : 0

Die Eishockey-WM 2009 im eigenen Land!

Vifor Pharma, mit ihrer Marke Perskindol, ist nicht nur der Medical Partner von über 45 Profi-Clubs, sondern auch der Schweizer Eishockey-Nati, die sich bei der Eishockey-WM 2009 vom 24. April bis 10. Mai mit den besten Teams der Welt messen wird. Die Erwartungen an die Spieler, aber auch an die medizinischen Betreuer sind hoch.

«Medical Coaches», wie z. B. Beat Frank und Markus Hammerer von der Eishockey-Nati, sorgen dafür, dass die Profispieler Topleistungen bringen können und dass deren Sportverletzungen schneller auskurieren. Dabei können sie auch bei der Eishockey-WM 2009 auf die Unterstützung von Vifor Pharma und Perskindol zählen.



Beat Frank, 45
Physiotherapeut und Nati Medical Coach
«Als Medical Coaches tragen wir eine grosse Verantwortung für das körperliche Wohl der Profis.»



Markus Hammerer, 35
Physiotherapeut und Nati Medical Coach
«Sportverletzungen wie Prellungen und Zerrungen behandeln wir sofort mit Eisbeuteln und Kühl-Sprays.»

Die Vorteile von Perskindol für Ihre Kunden

- _ Für jedes **Kundenbedürfnis** die passende Darreichungsform, egal ob als Gel, Fluid oder praktischer Spray für schwer erreichbare Stellen.
- _ Drei **individuelle Therapieansätze** für verschiedene Indikationen:

- Perskindol Classic** für Muskelbeschwerden, Verspannungen, Muskelkater
- Perskindol Dolo** für Rücken- und Gelenkschmerzen
- Perskindol Cool** für Sportverletzungen wie Prellungen und Zerrungen

Perskindol ist die bewährte Nr. 1 der Schweizerinnen und Schweizer bei schmerzlindernden Einreibemitteln für Muskel- und Gelenkschmerzen.*

* IMS Pharmapanel, Dez. 2008, Wert Cm, Apo / Dro / SD Kanal

Vifor Pharma ist mit ihrer Marke Perskindol Medical Partner der Schweizer Eishockey-Nationalmannschaft sowie folgender Profi-Clubs:



Perskindol Classic Gel, Spray, Fluid: Z: Levomenthol 15 mg, Pini aetherol. 13.5 mg, Gaultheriae aetherol. 3.5 mg, Limonis aetherol. 1mg, Aurantii dulc. flaved. aetherol. 4 mg, Bergamottae aetherol. (sine furocumarino) 1 mg, Rosmarini aetherol. 0.6 mg, Lavandulae aetherol. 0.2 mg, Terpineolum 1 mg, Terpinylis acetas 1 mg; Conserv.: Benzylbenzoat, Excip. ad q.s. pro 1 g., bei Gel zusätzlich Methyl- und Propylparaben I: Stumpfe Verletzungen, rheumatische Muskel- und Gelenkschmerzen, Epicondylitis, Lumbago, Ischias, Kopfschmerzen, Muskelkater, Muskelkrämpfe. **D:** Bei Bedarf mehrmals täglich auftragen. **KI:** Überempfindlichkeit auf einen der Inhaltsstoffe, offene Wunden, Okklusiv-Verband. Nicht anwenden bei Kleinkindern. **IA:** Nicht Bekannt. **SS:** Kein Risiko bekannt, jedoch keine wissenschaftlichen Daten vorhanden. **UW:** Überempfindlichkeitsreaktionen (Hautjucken, -rötungen, Brennen, Ekzem). **Pack.:** Gel 100ml, 200ml, 1000ml; Spray 150ml; Fluid 50ml, 250ml, 1000ml, 5000ml. **Liste D.** Ausführliche Angaben: Arzneimittelkompendium der Schweiz oder www.documed.ch. **ZI:** Vifor SA • 1752 Villars-sur-Glâne.

Perskindol Cool Pflaster: Z: 1 Pflaster enthält Levomenthol 175 mg, Excip. I: Schmerzlinderung und Verminderung der Anschwellung bei stumpfen Verletzungen. **D:** Auf saubere und trockene Körperstelle applizieren. Max. 3 Pflaster/Tag. Behandlungsdauer: max. 7 Tage. **KI:** Kontakt mit Schleimhäuten, offene Wunden, Asthma bronchiale, Kinder < 4 J. **IA:** Nicht Bekannt. **SS:** Kein Risiko bekannt, jedoch keine wissenschaftlichen Daten vorhanden. **UW:** Hautreizungen, Rötungen. **Pack.:** 5 Stk. **Liste D.** Ausführliche Angaben: Arzneimittelkompendium der Schweiz oder www.documed.ch. **ZI:** Vifor SA • 1752 Villars-sur-Glâne.

Perskindol Cool Spray: Z: Levomenthol 5 mg, Excip. ad q.s. pro 1g. I: Schmerzlinderung und Verminderung der Anschwellung bei stumpfen Verletzungen. **D:** Die betroffenen Körperstellen mit mehreren, kurzen Spraysstössen aus ca. 15 cm besprühen. **KI:** Kontakt mit Schleimhäuten, offene Wunden, Asthma bronchiale, Kinder < 4 J. **IA:** Nicht Bekannt. **SS:** Kein Risiko bekannt, jedoch keine wissenschaftlichen Daten vorhanden. **UW:** Hautjucken, Rötung, Brennen, Ekzem. **Pack.:** 50 ml, 100 ml. **Liste D.** Ausführliche Angaben: Arzneimittelkompendium der Schweiz oder www.documed.ch. **ZI:** Vifor SA • 1752 Villars-sur-Glâne.

Perskindol Cool Gel Arnika: Z: 200 mg Arnika Medizinal-Tinktur, I-Menthol 50 mg, Excip. ad q.s. pro 1g. I: Stumpfe Verletzungen (Prellungen, Quetschungen, Zerrungen und Verrenkungen), Hämatome. **D:** Bis 5mal täglich in dünner Schicht auf die betroffenen Stellen auftragen. **KI:** Überempfindlichkeit auf einen der Inhaltsstoffe, offene Wunden oder ekzematös entzündete Haut, Anwendung auf Schleimhäuten, Anwendung im Augenbereich, Okklusiv-Verband. Nicht anwenden bei Kleinkindern und Säuglingen. **VM:** Nach der Anwendung Hände waschen. Bei Kompressen nur luftdurchlässiges Material verwenden. **IA:** Nicht Bekannt. **SS:** Kein Risiko bekannt, jedoch keine wissenschaftlichen Daten vorhanden. **UW:** Hautjucken, Rötung, Brennen, Ekzem. **Pack.:** 50 ml, 100 ml. **Liste D.** Ausführliche Angaben: Arzneimittelkompendium der Schweiz oder www.documed.ch. **ZI:** Vifor SA • 1752 Villars-sur-Glâne.

Perskindol Dolo Gel: Z: 129 mg Wintergründl (Methylsalicylat), 95 mg Kiefernadelöl, Aromatica (Weihrauchöl), Excip. ad q.s. pro 1g. I: Entzündliche und degenerative rheumatische Erkrankungen, Entzündungen der Sehnen, Bänder, Muskeln und Gelenke, stumpfe Sport- und Unfallverletzungen, Kreuzschmerzen, Hexenschuss und Nackensteife. **D:** Bei Bedarf bis 5mal täglich dünn auftragen. **KI:** Überempfindlichkeit gegenüber einem der Inhaltsstoffe, offene Wunden, Hautentzündungen, Anwen-



Die rote Perskindol Dolo Linie

Angenehm wärmend, schmerzlindernd und entzündungshemmend bei:

- _ Rücken- und Gelenkschmerzen
- _ Ischias, Hexenschuss
- _ Gelenkentzündungen
- _ Rheumatischen Beschwerden



Die gelbe Perskindol Classic Linie

Schmerzlindernd und heilungsfördernd bei:

- _ Muskel- und Gelenkschmerzen
- _ Verspannungen und Nackenschmerzen
- _ Muskelkater und Muskelkrämpfen

Vor und nach dem Sport

- _ Fördert die Durchblutung
- _ Lockert und wärmt die Muskulatur
- _ Zur Vorbeugung und Behandlung von Muskelkater und Wadenkrämpfen

Die blaue Perskindol Cool Linie

Kühlend, abschwellend und schmerzlindernd bei:

- _ Prellungen
- _ Zerrungen
- _ Blutergüssen

Vifor Pharma ist 2009 Partner der Schweizer Drogerien



Erleben Sie ein spannendes WM-Spiel in Bern

Gewinnen Sie 5 x 2 VIP-Tickets für ein spannendes Spiel bei der Eishockey-WM in Bern!

Der SDV verlost VIP-Tickets zu folgenden Spielen:



2 x 2 VIP-Tickets 26. April 2009
Russland – Frankreich
inkl. Anreise mit Bahn, Sitzplätze und Diner

1 x 2 VIP-Tickets 6. Mai 2009
Viertelfinal
inkl. Anreise mit Bahn, Sitzplätze und Diner

1 x 2 VIP-Tickets 7. Mai 2009
Viertelfinal
inkl. Anreise mit Bahn, Sitzplätze und Diner

1 x 2 VIP-Tickets 8. Mai 2009
Halbfinal 2
inkl. Anreise mit Bahn, Sitzplätze und Diner

Talon einsenden bis 12. April 2009 an:
Schweizerischer Drogistenverband
«Hockey»
Postfach 3516
2500 Biel 3
Fax 032 328 50 41

WM-Frage

Bei welchem Verein spielt Nati-Stürmer Julien Sprunger?

Name
Vorname
Strasse
PLZ
Ort
Drogerie

Gute Manieren sind im Trend

Knigge Seminare, Benimmkurse, neue Verhaltensregeln:
Gute Manieren fristen in kleinen und grossen Unternehmen offenbar nicht mehr ein Schattendasein. Ist der neue Trend von Dauer?



«Wenn man mit Kundschaft zu tun hat, gilt «Kleider machen Leute» nach wie vor», hält **Corinne Staub**, Beraterin in Sachen Stil und Benehmen und Leiterin zahlreicher Seminare über «den Knigge» im Berufsleben, fest. «Eine gepflegte Kleidung steht symbolisch für die Qualität der Dienstleistung, die man dem Kunden anbieten will.»

Authentisch bleiben

Eine solche Aussage ruft heutzutage vielleicht nur noch ein (gequältes) Lächeln hervor. Haben nicht gerade die Anlageberater in ihren Massanzügen mit passender Krawatte und gepflegter Ausdrucksweise, diese Symbolfiguren für Vertrauen und helvetische Seriosität, Tausende von Sparern skeptisch werden lassen? Darf

man dem schönen Schein noch trauen? Der herrschende Individualismus und die neuen Kommunikationsmittel (Computer, Handys) haben die sogenannt guten Manieren – von Philosophen als «Ästhetik der menschlichen Beziehungen» bezeichnet – zugunsten von Rendite und Effizienz stark angekratzt; ist «der Knigge» deshalb nicht etwas Altmodisches? «Es muss authentisch wirken», differenziert Corinne Staub. «Es geht nicht darum, sich gegenüber einem Kunden als schleimiger Typ aufzuführen. Gute Manieren kommen von Herzen, Verhaltensregeln braucht man nicht wortwörtlich anzuwenden. Wenn ich den Kunden mit seinem Namen anspreche und ihm die Türe aufhalte, merkt er sofort, ob mein Verhalten authentisch oder einfach nur gespielt ist.»

In Wellenbewegungen

Für die Benimmspezialistin ändert die Wichtigkeit «guter Manieren» in einer Gesellschaft in Form von Wellenbewegungen: «Im Rahmen von Mai 68 ging es darum, seinen Nonkonformismus zu bestätigen und genau das Gegenteil der etablierten Normen zu tun. In Zeiten der Wirtschaftskrise beobachtet man hingegen ein Comeback der wahren Werte. Das erklärt meiner Meinung nach das starke Wiederaufkommen «guter Manieren» heute.» Ausserdem erfolgt diese Verhaltensänderung nicht immer ganz selbstlos: In einem Bewerbungsgespräch beispielsweise geben sich die Kandidatinnen und Kandidaten wieder mehr Mühe, einen guten Eindruck zu hinterlassen, während sie sich in guten Zeiten sagen, dass ihre beruflichen Fähigkeiten ausreichen, um den Job zu erhalten.

Beispiel aus Zürich

Die Arbeitgeber dürfen feste Verhaltensregeln definieren, wenn sie den Eindruck haben, dass die äussere Erscheinung ihrer Angestellten das Image des Hauses nicht genügend widerspiegelt. So hat beispielsweise das Bevölkerungsamt der Stadt Zürich für seine über zweihundert Mitarbeitenden strikte Verhaltensregeln eingeführt, und zwar unabhängig davon,

ob sie in direktem Kundenkontakt stehen oder nicht. Seit dem 1. Januar 2009 sind – neben vielen weiteren «Delikten» – streng verboten: Flipflops, verwaschene Jeans, tiefe Ausschnitte, Leggings, Kaugummis, sichtbare Tätowierungen, ungepflegte Bärte. «Wir sind das Schaufenster der Stadtverwaltung, und neben der Fachkompetenz ist das Image, das unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter vermitteln, sehr wichtig», argumentiert Sergio Gut, Amtsleiter und Vater des Projekts.

Der Ton macht die Musik

«Gut ist, wenn es eine Art roten Faden gibt, einen Benimmcode, nach dem sich die Beschäftigten richten können», kommentiert Corinne Staub. «Wichtig ist die Art und Weise, wie diese Codes kommuniziert werden. «Empfehlungen» kommen in der Regel besser an als «Regeln». In einem kundenorientierten Betrieb wie einer

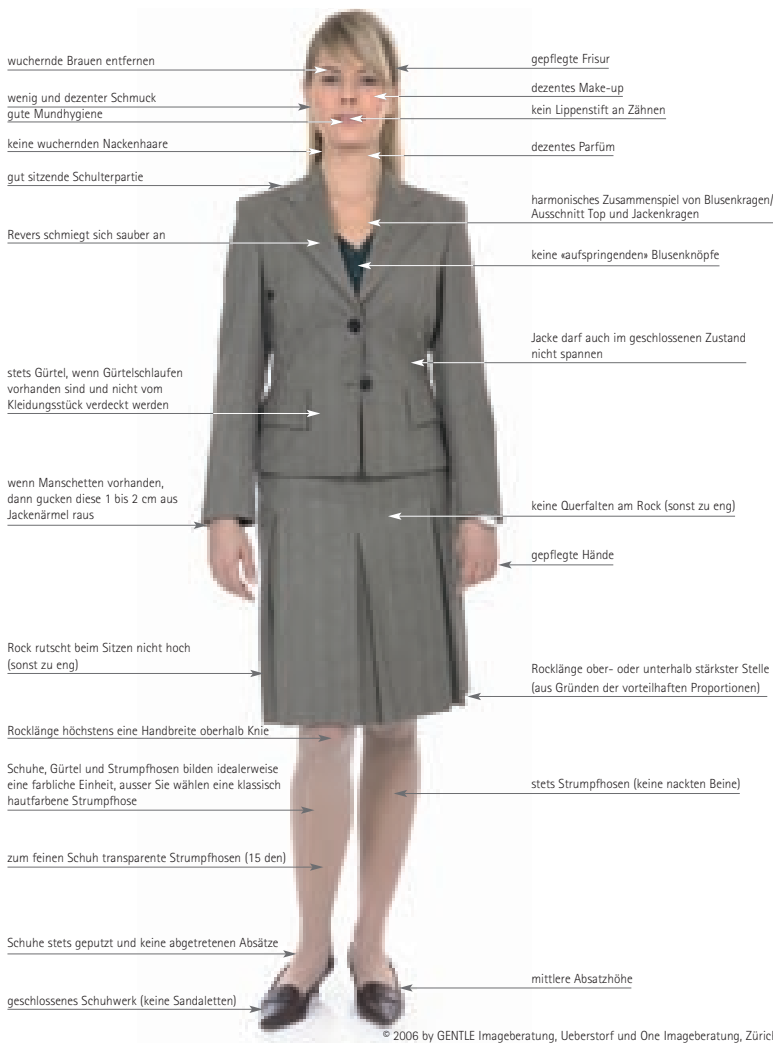
Drogerie finde ich es positiv, wenn der Chef oder die Chefin klare Kleiderregeln festlegt, zum Beispiel dass unter einer kurzärmeligen, weissen Schürze ein T-Shirt zu tragen ist. Zu viel Haut wirkt kumpelhaft und ist auch eine Frage der Hygiene.» Und wenn sich eine Verkäuferin in der vorgeschriebenen Kleidung nicht wohlfühlt? «In der Arbeitswelt hat die persönliche Freiheit Grenzen», bemerkt Corinne Staub und erzählt dazu ein Beispiel: «Eine Person, die sich von mir in Sachen Look beraten liess, fragte eines Tages, ob es bei der Arbeit im Aussendienst keine Alternative zur obligatorischen Krawatte gebe. Meine Antwort lautete: «Doch, den Job wechseln!»

Wechselnde Launen

Es leuchtet zwar ein, dass sich in einem Geschäft, das von der Qualität seiner Dienstleistungen und Beratungstätig-

Checkliste für Frauen

Von Kopf bis Fuss eine gepflegte Erscheinung



«Der Kunde merkt sofort, ob das Verhalten authentisch oder einfach nur gespielt ist.»

Corinne Staub, Imageberaterin und Inhaberin der One Imageberatung in Zürich.

Le retour des bonnes manières?

Séminaires, cours de bonne conduite, nouvelles réglementations: les bonnes manières semblent se refaire une place au soleil dans le monde des petites et grandes entreprises. Un trend durable? «Lorsqu'on a affaire à des clients, l'habit continue à faire le moine», constate Corinne Staub, conseillère en matière de style et d'étiquette et auteur de nombreux séminaires sur «les bonnes manières» en milieu professionnel. «Un habillement soigné fait office de symbole de la qualité du service que l'on veut offrir au client». Ces dernières n'ont-elles pas un côté ringard? «Tout est question d'authenticité», nuance Corinne Staub. «Face à un client, il ne s'agit pas de se comporter en «faux cul». Les bonnes manières doivent venir du cœur, il ne s'agit pas d'appliquer une règle de conduite à la lettre». Pour cette spécialiste du comportement, l'importance des «bonnes manières» dans une société donnée évolue sous forme de vagues: dans le cadre de mai 68, il s'agissait d'affirmer son non-conformisme, de faire tout le contraire des normes établies. En temps de crise économique, au contraire, on assiste à un retour des vraies valeurs. «Qu'il y ait une sorte de fil rouge, un code de conduite auquel les employés puissent se référer, c'est bien», commente Corinne Staub. «L'important, c'est la manière avec laquelle ces codes sont communiqués. Des «recommandations» passent en général mieux que des «règles». Dans un commerce axé sur le contact avec la clientèle, comme une droguerie, je trouve positif que le chef fixe des règles vestimentaires claires, comme le port d'un t-shirt sous une blouse blanche à manches courtes.»

Ne manquez pas **notre article** sur d-inside.drogoserver.ch/inside.pdf – Cliquez sur la colonne en français et l'article qui vous intéresse s'affichera automatiquement.

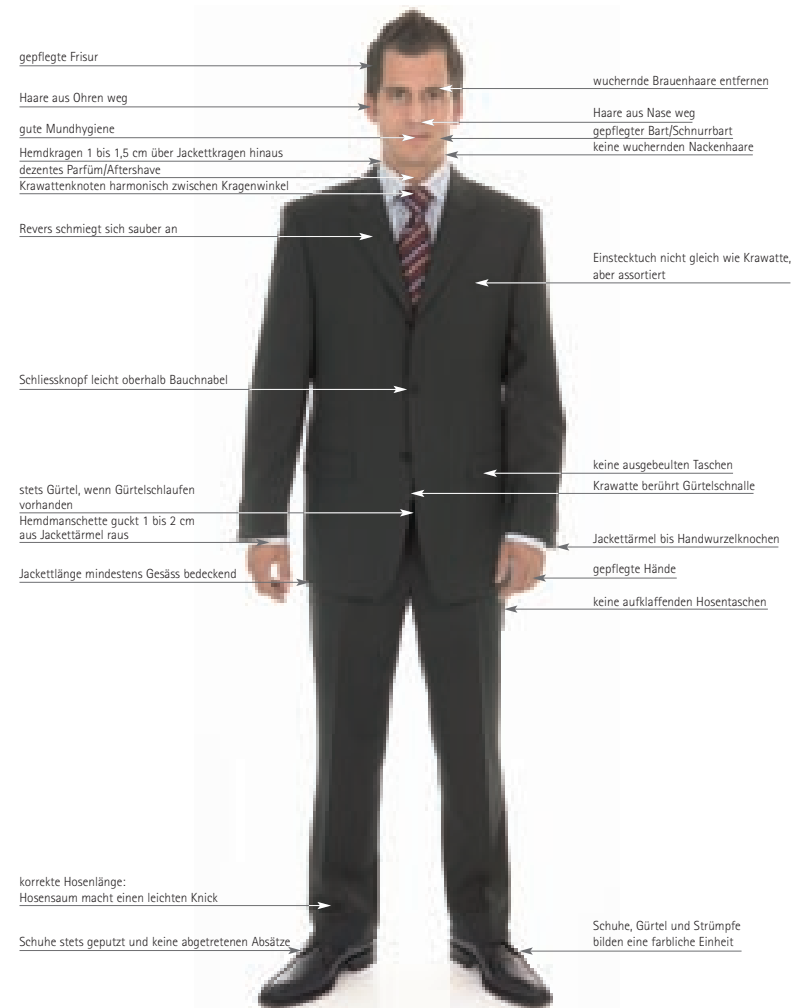
keit lebt, der Verkäufer oder die Verkäuferin der Stimmung des Kunden anpassen muss. Trotzdem ist es nicht immer einfach, mit den wechselnden Launen der Kundschaft umzugehen. Umso mehr, als der Kunde als König, wie es Maurice La-croix, Philosoph und Autor eines Buches über gute Manieren, ausdrückt, «heute seine Höflichkeit den Umständen anpasst:

Ist er am Morgen höflich und ausgeruht, kann er nachmittags unter Müdigkeit oder Stress ekelhaft werden.» «Gerade hier erkennt man den Unterschied zwischen guten und schlechten Verkäufern», gibt Corinne Staub zu bedenken. «Kundenabhängig den richtigen Ton zu finden, ist nicht mehr eine Frage der guten Manieren, sondern des Feelings.»

Michel Schmid

Checkliste für Herren

Von Kopf bis Fuss eine gepflegte Erscheinung



© 2006 by GENTLE Imageberatung, Ueberstorf und One Imageberatung, Zürich

Die fünf Grundprinzipien*

- Eine positive Einstellung zeigen (zum Beispiel indem man sich an positive Momente vom Vorabend erinnert).
- Dem Kunden oder der Kundin zuhören.
- Sich offen und direkt verhalten.
- Keine Versprechungen machen, die man nicht halten kann.
- Gepflegte Kleidung tragen als Symbol für die Dienstleistung, die man erbringen will.

Die fünf «Kapitalsünden»*

- Seine schlechte Laune auf die Kundschaft übertragen.
- Dem Kunden oder der Kundin den Rücken zuwenden oder mit einer Kollegin sprechen und ihn/ sie dabei warten lassen.
- Kunden seine eigene Meinung aufzwingen wollen.
- Die Sprache nicht dem Kunden anpassen oder in Stressmomenten in Gegenwart des Kunden in die Fäkalsprache abgleiten.
- Ungeduld oder Stress an die Umgebung weitergeben (an Kolleginnen oder Kunden).

* Von Corinne Staub, Imageberaterin und Inhaberin der One Imageberatung in Zürich.



Zusammen mit der Stilberaterin **Maria Schmutz-Wyder** hat sie das Buch «Dressguide» herausgegeben (100 Seiten, 32 Franken, zu beziehen über www.dressguide.ch). Ihr Ziel: «Verhaltenscodes in Sachen

Kleidung nicht als Vorschriften abgeben, sondern eher als roten Faden, der individueller Interpretation freien Lauf lässt.» Ein neues Werk von Corinne Staub mit dem Titel «Imagefaktor» erscheint voraussichtlich im Mai 2009.

Gut zu wissen

Bereiten Sie sich auf die Fragen Ihrer Kunden vor: **Knigge im Alltag** steht auch im **Drogistenstern** vom April im Zentrum.

Mit den Gedanken anderswo



EQUAZEN IQ™

Nahrungsergänzungsmittel mit den Omega-3-Fettsäuren EPA und DHA. DHA ist wichtig für die Entwicklung und Funktion des Gehirns.



*Quelle IMS Health Hergiswil

Erfolgreichste Einführung im Schweizer Fachhandel in 2008*

EQUAZEN IQ ist ausschliesslich in Apotheken und Drogerien erhältlich.



www.equazen.ch

Vifor Pharma

Die Plage mit den Pollen

Heuschnupfen Ein Grossteil der Heuschnupfengeplagten verpasst eine prophylaktische Behandlung. Sind die Pollen da und die Symptome auch, bricht Hektik aus und das Bedürfnis nach einer sofortigen Linderung. Dem Drogisten stehen vor allem Mittel aus der Naturheilecke zur Verfügung.



Beim Heuschnupfen reagiert der Körper allergisch auf Proteinbestandteile pflanzlicher Pollen. Es kommt zu einer Überempfindlichkeitsreaktion (Typ I). Besonders betroffen sind die Augen und die Atemwege. In Mastzellen, und davon gibt es in den Atemwegen besonders viele, werden IgE-Antikörper gebildet, um die Allergene zu binden. Zudem wird die Histaminfreisetzung angekurbelt, um die Fremdlinge zu bekämpfen. Dabei entstehen lästige Symptome wie Anschwellung der Augen und der Nasenschleimhäute, Juckreiz in Nase, Ohren, Augen und Gaumen sowie Kopfschmerzen, Lichtempfindlichkeit und Müdigkeit.

Hintergrund

Von Heuschnupfen betroffen sind 15 bis 20 Prozent der Schweizer Bevölkerung (laut «aha!» waren es 1958 erst 4,8 Pro-

zent). Meistens sind bereits Junge im Alter von fünf bis sechs Jahren damit konfrontiert. Zwischen dem 15. und 30. Lebensjahr sind die Symptome besonders stark, oft nehmen sie dann nach dem 40. Lebensjahr ab. Die Ursachen sind unklar, Vererbung scheint eine Rolle zu spielen. Für Säuglinge mit erhöhtem Risiko, eine Allergie zu entwickeln, gelten folgende Ernährungsempfehlungen: Vier bis sechs Monate stillen; falls dies nicht möglich ist, partiell hydrolysierte Muttermilchersatzpräparate (HA-Milchen) verabreichen. (Momentan läuft eine Reanalyse der Studien zu HA-Präparaten. Evtl. wird diese Empfehlung angepasst werden.) Im ersten Lebensjahr Kuhmilch, Hühnerei, Fisch und Soja meiden. Nüsse dem Kind erst ab dem dritten Lebensjahr geben. Fast alle Heuschnupfengeplagten leiden an nur sechs Pollenarten: Birke, Erle, Esche, Hasel (Januar bis April), Gräser (Sommer) und Beifuss (August). Sorgen bereitet auch die «importierte» Ambrosia. Manchmal wirken sich Kreuzreaktionen belastend aus. Dann etwa, wenn ein Birkenallergiker auch auf Äpfel reagiert. Unbehandelter Heuschnupfen ist nicht ungefährlich. Bei rund 30 Prozent entzündet sich die Bronchien im Verlauf der Zeit, und es entwickelt sich ein allergisches Asthma. Dieses Phänomen wird auch «Etagenwechsel» genannt.

Ein Allergieprofil hilft

Nicht jeder Heuschnupfengeplagte reagiert auf alle Pollen, es gilt also herauszufinden, welche Pflanzen besonders zu schaffen machen. Der Allergologe kann hier mit einem Allergietest helfen. Eine Desensibilisierung kann die Symptome über die Jahre hinweg mildern. Dabei werden Allergene beispielsweise unter die Haut gespritzt, sodass sich der Körper langsam an den Fremdkörper gewöhnt. In den letzten Jahren hat auch die Desensibilisierung mittels Tropfen oder Lutschtabletten, die unter der Zunge angewendet werden, gewisse Erfolge gezeigt. Erst kürzlich veröffentlichte die Universität Zürich eine Studie über einen Impfstoff, der direkt in die Lymphknoten gespritzt wird und in nur acht Wochen eine erfolgreiche Immuntherapie zu Stande bringen soll. Laut **Peter Schmid-Grendelmeier**, Leiter der Allergiestation des Universitätsklinikums Zürich und der Organisation «aha!» Schweizer Zentrum für Allergie, Haut und Asthma, kann frühestens in drei bis vier Jahren mit einer Markteinführung gerechnet werden.

Plan B bei verpasster Prophylaxe

Der Allergietest ist nützlich, weil der Allergiker dank den Pollenprognosen besondere Vorkehrungen treffen kann. Trotzdem

verpassen viele «Heuschnupfler» den rechtzeitigen Start einer prophylaktischen Therapie. Dazu gehören etwa phytotherapeutische Mittel wie Schwarzkümmel und Pestwurz, spagyrische Essenzen, Schüssler-Salze und homöopathische Mittel (siehe hierzu Artikel «Schutz vor Pollen», *d-inside* 2/09). Sind die Pollen da und somit der Heuschnupfen auch, sind die Behandlungsmöglichkeiten vorwiegend auf die Eindämmung der Symptome beschränkt. Zwar kann die Pollenbelastung mit bestimmten Massnahmen gemindert werden (siehe Kasten «Beratungstipps»), doch gilt es dann in erster Linie, den Juckreiz zu mildern, die Entzündungen zu lindern und die Schwellungen zu beruhigen.

Bescheidene Auswahl seitens der Schulmedizin

In der Liste D wurde 2006 ein neuer Wirkstoff beziehungsweise ein neuer Indikationsbereich eingeführt. Der Wirkstoff, Azelastin, ist ein Antihistaminikum der zweiten Generation und wird spezifisch zur Behandlung der saisonalen allergischen Rhinitis

(Heuschnupfen) bei Erwachsenen und Jugendlichen ab 12 Jahren eingesetzt. Azelastin verdrängt Histamin kompetitiv von dessen H1-Rezeptoren und wird in der Drogerie in Form von Nasensprays zur symptomatischen Behandlung von allergischen Schnupfen eingesetzt. Und zwar vor allem in Akutphasen. Daten aus präklinischen In-vivo- und In-vitro-Studien zeigen, dass Azelastin die Synthese oder die Freisetzung von chemischen Mediatoren hemmt, von welchen bekannt ist, dass sie in frühe und späte Phasen von allergischen Reaktionen ▶

Infos

www.ahaswiss.ch
www.pollenundallergie.ch
www.ssai-sgai.ch
www.dermatologie.usz.ch
www.allergiebern.ch
www.allergie-info.de

Die richtige Anwendung

... von Nasensprays

Nasenspray schütteln. Bis zum ersten Sprühnebel in die Luft pumpen. Den Kopf leicht nach vorne beugen. Für eine gute Verteilung in die Nebenhöhlen mit der rechten Hand in das linke Nasenloch sprayen und umgekehrt. Sprühkörper beim Abdrücken zur Aussenseite richten. Während dem Sprühen leicht einatmen. Dann durch den Mund ausatmen. Wiederholen.

... von Nasentropfen

Den Kopf weit nach hinten neigen und die Tropfen bei gleichzeitigem Einatmen einträufeln. Den Kopf ein bis zwei Minuten nach vorne neigen und leicht kreisen.

Generell gilt:

- Vor der Anwendung Sekrete durch Schnäuzen entfernen.
- Nach der Anwendung Aufsätze reinigen.
- Bei schleimhautabschwellenden Mitteln fünf Minuten nach der Anwendung schnäuzen und Vorgang wiederholen. Nicht länger als sieben Tage anwenden!

... von Nasenspülungen

Den Kopf nach vorne neigen. Während der Spülung den Kopf zur Seite neigen und durch den Mund atmen. Den Kopf in den Nacken neigen, durch beide Nasenlöcher ausatmen und dann schnäuzen. Beim anderen Nasenloch wiederholen. Anwendung: bis viermal täglich.

... von Augentropfen

Hände waschen, Präparat schütteln, den Kopf leicht nach hinten neigen, das Augenlid leicht nach unten ziehen, einen Punkt fixieren. Einen Tropfen in den Bindehautsack fallen lassen, die Augen schliessen (nicht blinzeln) und eine halbe Minute leicht rollen. Wiederholen.

Les pollens: quelle plaie!

Entre 15 et 20 % des Suisses souffrent de rhume des foins (selon aha!, ils n'étaient que 4,8 % en 1958). En général, cette allergie se déclare vers cinq ou six ans. Les symptômes deviennent particulièrement forts entre 15 et 30 ans et diminuent ensuite progressivement après 40 ans. Les origines du rhume des foins ne sont pas encore connues, mais il semblerait que l'hérédité ait un rôle à jouer. Voici quelques règles nutritionnelles à observer chez les nourrissons qui présentent un risque élevé de développer une allergie: allaiter l'enfant pendant les quatre ou six premiers mois – si ce n'est pas possible, utiliser des préparations de substitution au lait maternel partiellement hydrolysées (lait HA) (Les études sur les préparations HA font actuellement l'objet d'une nouvelle analyse. Cette recommandation sera donc peut-être révisée.)

Presque toutes les personnes qui souffrent de rhume des foins ne sont sensibles qu'à six types de pollens: bouleau, aulne, frêne, noisetier (de janvier à avril), graminées (en été) et armoise (en août). Sans oublier l'ambrosie «importée» depuis peu en Suisse. Certaines personnes souffrent également de réactions croisées. Exemple: une personne allergique au pollen de bouleau réagira aussi aux pommes. Un rhume des foins non traité n'est pas anodin: près de 30 % des personnes allergiques présentent à terme une inflammation des bronches, laquelle peut évoluer en asthme allergique. Ce phénomène est aussi appelé «changement d'étage».

Profil allergique, méthodes de prophylaxie, traitements naturels et conseils de vente – vous trouverez toutes les informations sur le rhume des foins sur d-inside.drogoserver.ch/inside.pdf – cliquez ensuite sur la colonne et l'article en français s'affichera.



**Nasenspülungen
reduzieren
den Bedarf an
antiallergischer
Medikation
um durchschnitt-
lich 30%***



Ihre Empfehlung bei Heuschnupfen:

Pollen und Allergene einfach aus der Nase spülen – mit Emser®!



Nasenspülungen mit der Emser® Nasendusche und Emser® Nasenspülsalz

- befreien die Nase von Pollen, Zytokinen und Stäuben
- haben sich bei Pollenallergie bewährt
- überzeugen durch die einfache Handhabung und hohe Anwendungssicherheit

Weitere Informationen und Studienanforderung unter www.emser.eu

SIEMENS & CO, D-56119 Bad Ems

*Quelle: Allergologie, Jahrgang 24, Nr. 7/2001, S. 309–315

involviert sind. Dazu gehören unter anderem Leukotriene und Histamin. Sedierende Nebenwirkungen sind sehr selten. Systemische Antihistaminika stehen der Liste D in diesem Therapiebereich nicht zur Verfügung. Aus der Wirkstoffgruppe der α -Sympathomimetika sind Ephedrin, Xylometazolin, Oxymetazolin und Tetryzolin zu erwähnen, die, vor allem in Form von Nasentropfen verabreicht, abschwellend wirken. Wegen des Reboundeffekts dürfen diese nicht länger als sieben Tage angewandt werden.

Natur pur

Die Palette an homöopathischen Mitteln ist da weit grösser. Wenn auch eine Konstitutionsbehandlung nachhaltiger wirkt, das Angebot an sogenannten Komplexmitteln ist gross. Diese sind zwar bei Homöopathen umstritten, bewähren sich in der Praxis jedoch seit geraumer Weile. Da gibt es homöopathische Augentropfen, Nasensprays und Tabletten, die je nach Art der Beschwerden zum Einsatz kommen. Im Gegensatz zu den schulmedizinischen Tropfen und Sprays ist da die Anwendungsdauer kein Problem.

In der Phytotherapie wurde Schwarzkümmelöl lange als die Neuentdeckung gefeiert. Vermutlich regt das Öl dank einem hohen Anteil an ungesättigten Fettsäuren (Linolsäure) die Bildung von Prostaglandinen an, was auf Entzündungsprozesse regulierend wirken kann. Das Öl sollte aber ein bis zwei Monate vor dem belästigenden Pollenflug eingenommen werden. Immer wieder zu reden gibt der Wirkstoff Tesalin aus den Blättern der Pestwurz.

Ein entwickeltes Medikament ist aber verschreibungspflichtig und somit für die Drogerie kein Thema. Nichtsdestotrotz, in spagyrischen Essenzen wird Pestwurz verwendet. Zusammen mit anderen Pflanzen wie Herzsame, Küchenzwiebel, wilder Jasmin oder der amerikanischen Narde. Spagyrische Essenzen eignen sich auch für Spätzünder und sind somit auch in der Akutphase einsetzbar. Am besten kombiniert mit einer Entschlackungsmischung, die morgens und abends eingenommen wird. Was oft vergessen geht: Spagyrische Essenzen eignen sich auch zur äusserlichen Anwendung. Den Spray einfach direkt auf die Haut sprühen. Zum Beispiel im Brust-Hals-Bereich oder aber auf die entsprechenden Akupressurpunkte. Linderung verschaffen auch Wattepad, die zunächst mit Wasser befeuchtet und dann mit der Essenz besprüht und auf die Augen gelegt werden.

Sehr gute Erfahrung gemacht hat man mit dem regelmässigen Spülen der Atemwege mit Kochsalzlösung. Lästige Pollen abhalten soll auch ein pflanzliches Puder-spray. In die Nase gesprüht, soll es die Nasenschleimhaut abdichten. Laut «aha!» ist die Wirkung von speziellen Luftreinigungsfiltern, wie sie teilweise auch in Drogerien verkauft werden, noch nicht genügend nachgewiesen.

Neues aus der Forschung

Nahrungsmittel werden schon lange zur Linderung von Heuschnupfen eingesetzt, etwa im regelmässigen Einspeicheln von Bienenhonig aus der Region. Laut einer aktuellen Studie des britischen Institute of Food Research kann aber auch eine tägliche Dosis Probiotika (z. B. Lactobacillus casei) gegen Heuschnupfen helfen, indem dank einer geringeren IgE-Bildung vor allem die Reaktion auf Gräser abgeschwächt wird. Und eine Studie des Instituts für Sozial- und Präventivmedizin der Universität Basel zeigt gar auf, dass Kinder, die regelmässig Milch ab dem Bauernhof trinken, weniger oft an Heuschnupfen erkranken. Warum, das konnten die Forscher aber noch nicht sagen.

Sandra Hallauer

Zusätzliche Beratungstipps

Sich über die Pollenflugzeiten informieren. Sind gerade die entsprechenden Pollen aktiv:

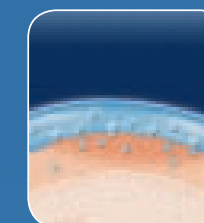
- Keinen Sport im Freien treiben.
- Eine eng anliegende Sonnenbrille tragen.
- Räume möglichst während Regenphasen lüften, evtl. Pollengitter anbringen.
- Auf dem Land ist die Pollenaktivität zwischen 5 und 8 Uhr, in der Stadt zwischen 18 und 24 Uhr am höchsten. Dies bei allen Aktivitäten berücksichtigen.
- Wäsche nicht draussen aufhängen.
- Bettwäsche (v. a. Kopfkissenbezug) täglich wechseln.
- Haare vor dem Schlafengehen waschen.
- Getragene Kleider nicht ins Schlafzimmer nehmen respektive oft wechseln.
- In die Lüftungsanlage im Auto einen Pollenfilter einbauen lassen.
- Auf die Wichtigkeit einer rechtzeitigen Prophylaxe hinweisen.



**Nur 1 x
auftragen.**

Wirken lassen. Fertig!

Lamisil Pedisan® ONCE
behandelt Fusspilz in nur einer Anwendung!



Die einzigartige und patentierte Formel von Lamisil Pedisan® ONCE bildet ein Depot in der Haut.

Der fungizide Wirkstoff Terbinafin wird über 13 Tage lang kontinuierlich abgegeben und tötet so den Pilz ab.

Rezeptfrei erhältlich in Ihrer Apotheke oder Drogerie. Informieren Sie sich auf www.lamisilonce.ch



Lesen Sie die Packungsbeilage.

NOVARTIS Novartis Pharma Schweiz AG

Mehr Wissen En savoir plus



Mit Small Talk zum Erfolg

Small Talk ist der Türöffner Nummer eins. Mit ihm beginnt jeder Kontakt, jede Beziehung, jede Freundschaft.

Ob auf Partys oder beim Geschäftsessen, ob mit Nachbarn oder einem Kollegen – Small Talk öffnet Türen. Wer die richtigen

Themen kennt und weiss, wie intelligente Gesprächsführung geht, ist beliebt und hat Erfolg. Doch Small Talk will gelernt sein. Das Buch stellt 150 Fragen und gibt die Antworten dazu. Kurze Texte, witzige Skizzen, Tipps, Anekdoten und Zitate zeigen, wie guter Small Talk zum Erfolg führt.

Annette Kessler:
«Small Talk von A bis Z»
Gabal Verlag, 2007
ISBN 978-3-89749-673-6
ca. Fr. 33.–



Tipps für eine überzeugende Selbst-PR

Täglich begegnen wir Menschen, die uns bewegen. Ganz gleich, ob wir sie mögen oder nicht – kalt lassen sie uns nicht. Denn es sind Menschen, die sich dank einer starken Persönlichkeit, einer klaren Botschaft und einer gesunden

Portion Selbstvertrauen in unser Gedächtnis eingraviert haben. Was macht diese Personen einmalig und was kann man von ihnen lernen? Die Autorin zeigt kurz und prägnant, was man tun kann, um wirkungsvoll und gleichzeitig sympathisch auf sich aufmerksam zu machen.

Petra Wüst:
«Gezielt einmalig»
Orell Füssli, 2008
ISBN 978-3-280-05302-7
ca. Fr. 44.–



Hormones en cause

Le syndrome X (syndrome de résistance à l'insuline ou syndrome métabolique) passionne les chercheurs. Il suffit de faire un tour sur internet pour s'en convaincre. Mais qu'est-ce qu'au juste? L'auteur, praticien de santé en médecine naturelle, explique les fac-

teurs influençant la balance hormonale, l'importance de l'insuline et les effets du sucre et du sel. Après un exposé des bases scientifiques, il fait le point sur les bienfaits et les risques de différents régimes ainsi que sur le fameux phénomène «yo-yo» qui décourage tant de candidats à la minceur.

Daniel Roux:
«Le syndrome X»
Jouvence, 2008
ISBN 978-2-88353-677-7
Fr. 36.–



Affections féminines

De par leur anatomie et leur rôle fondamental dans la reproduction, les femmes ont des affections que les hommes ne subissent pas. De plus, certaines maladies connues aux deux genres sont nettement plus fréquentes chez les femmes, comme les cystites et les varices. Dans les médecines traditionnelles de diverses

civilisations, on trouve des recettes à base de plantes pour aider la femme dans sa vie sexuelle et reproductive. Le professeur Hostettmann fait ici la somme de cet héritage séculaire et des connaissances les plus avancées de la science d'aujourd'hui pour vous proposer un guide complet et sérieux sur les bienfaits naturels des plantes.

Prof. Kurt Hostettmann:
«Tout savoir sur les plantes pour la femme»
Favre, 2008
ISBN 978-2-8289-1010-5
Fr. 34.80

Ihre Meinung Votre avis

Online-Umfrage

Mit der Übernahme der Sun Store-Gruppe durch Galenica hat im Bereich der Gesundheitsvorsorge eine weitere Konzentration stattgefunden. Sehen Sie für ungruppierte Apotheken und Drogerien noch eine Zukunft?

Resultate der letzten Umfrage:

Beteiligen Sie sich an den SDV-Aktivitäten im Frühjahr 2009?



- 35 % Ja, sicher will ich mit meiner Drogerie dabei sein.
- 17 % Ja, ich werde voraussichtlich noch teilnehmen.
- 27 % Ich weiss es noch nicht.
- 21 % Nein, ich werde mich daran nicht beteiligen.

Sagen Sie uns Ihre Meinung!

Auf der Internetseite: www.d-flash.ch/umfrage

Wer abstimmt, erfährt direkt das aktuelle Resultat.
(Die Abstimmungsergebnisse sind nicht repräsentativ.)

Sondage en ligne

La reprise du groupe Sun Store par Galenica marque une nouvelle concentration dans le secteur de la santé. Pensez-vous que les drogueries et les pharmacies qui ne font pas partie d'un groupement ont encore des chances de survie?

Résultats du dernier sondage:

Participez-vous aux activités que l'ASD organise durant le printemps 2009?



- 21 % Oui, je veux que ma droguerie participe.
- 14 % Oui, je pense que ma droguerie participera.
- 29 % Je ne sais pas encore.
- 36 % Non, je ne participerai pas.

Donnez-nous votre avis!

Sur la page internet: www.d-flash.ch/umfrage/?sprache=f

En votant, vous voyez directement les résultats provisoires du sondage.
(Les résultats du sondage ne sont pas représentatifs.)

Für unterwegs

Trend-Apotheke

Trendig, handlich und leicht. Die kleine Erste-Hilfe-Apotheke mit zweckmässiger Ausstattung für unterwegs.

feel good – feel FLAWA. www.flawa.ch



FLAWA®

Farbwahl im Fachgeschäft

Weniger ist mehr Eine Drogerie mit Blümchentapete, ein Discounter mit gelben Wänden. Zwei Fachleute zeigen auf, welche Wirkung Farben im Ladenbau haben. Und auf welche Signale wir unbewusst reagieren.

Die umsatzfördernde Wunderfarbe im Ladenbau gibt es nicht. Auch in der Drogerie nicht. Weiss, so könnte man meinen, ist für Fachgeschäfte im Gesundheitsbereich die Lösung. «Weiss spielt bei den Themen Sicherheit und Sauberkeit sicher eine wichtige Rolle, doch auch helle Blau- oder Grüntöne können diese Funktion übernehmen», sagt **Max Wöss**, Leiter Brand Strategy bei Shop Consult by Umdasch. So strahle etwa die Kombination von Weiss und Blau Zuverlässigkeit aus. Ein Umstand, den sich Beiersdorf zunutze gemacht hat: Der blaue Nivea-Topf mit dem weissen Schriftzug blieb über Jahrzehnte bewusst unverändert. Zu viel Weiss und zu viel Hygiene sind aber kontraproduktiv.

Die Adroplan-Innenarchitektin **Katja Donadel** weist auf eine Studie hin, die in Spitälern durchgeführt wurde. Da liess sich feststellen, dass die Genesungsdauer der Patienten in blütenweiss reinen, hygienisch saubereren Spitälern länger ist als in Spitälern, die durch farbige Vorhänge, Bilder, Blumen oder sonstige Farbakzente eine wohlige Atmosphäre schaffen. Und sie zitiert gleich eine zweite, erstaunliche Studie zum Thema Farbwirkung. Dabei wurden die Testpersonen in zwei Zimmer geführt, von denen das eine in kühlen, das andere in warmen Farben gehalten war. Die Aufgabe war, die Raumtemperatur zu schätzen. Die Studienteilnehmerinnen und -teilnehmer waren alle überzeugt, im Raum mit den kalten Farben sei es deutlich kälter. Sie stuften die Temperatur um durchschnittlich 4 Grad tiefer ein, obwohl beide Räume die exakt gleiche Temperatur aufwiesen.

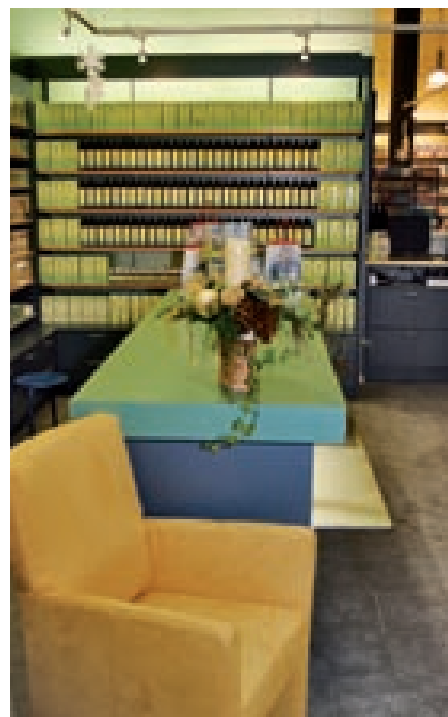
Bleiben oder gehen

Eine kalte, sterile Atmosphäre oder Ladenareale, in denen Farben und Formen, die Art der Produktepräsentation kein stimmiges Gesamtbild ergeben, irritieren Menschen, sagt Max Wöss. Und das

funktioniert so: Beim Betreten eines Geschäfts hat der Kunde bewusst oder unbewusst eine ganz bestimmte Erwartungshaltung. Wird diese nicht erfüllt, entsteht ein «mismatch» (Unstimmigkeitsgefühl), der Kunde fühlt sich nicht wohl und ist verunsichert. Dieser Vorgang spielt sich gemäss Wöss innert Sekunden im limbischen System des Gehirns ab. Das limbische System ist zuständig für die emotionale Wahrnehmung und Verarbeitung. Das heisst, wenn der Gesamtmix, den wir beim Betreten eines Geschäfts wahrnehmen, auf uns störend wirkt, fühlen wir uns fehl am Platz und verlassen das Geschäft rasch wieder. «Verkaufen kann man nur, wenn sich der Kunde eingeladen fühlt, wenn man in seine Wahrnehmung gelangt und es gelingt, seine Verweildauer zu erhöhen», so Wöss.

Katja Donadel sagt es ähnlich: «Wenn man es fertigbringt, den Kunden überhaupt in den Laden reinzuziehen, ist schon viel gewonnen.» Allerdings spielen die Wohlfühlatmosphäre nicht in jedem Geschäft die gleiche Rolle. So würden Produkte in kleinen Dörfern, die nur in einem einzigen Geschäft erhältlich seien, eher gekauft, auch wenn das Gesamterscheinungsbild nicht stimme. Dabei bestehe aber die Gefahr einer Abwanderung der Kundschaft.

Katja Donadel und Max Wöss
Katja Donadel ist Innenarchitektin bei der Adroplan Beratungs AG und arbeitet in Wallisellen (ZH). Der studierte Betriebswissenschaftler Max Wöss ist Leiter Brand Strategy bei ShopConsult by Umdasch GmbH und arbeitet in Amstetten bei Wien.



Eine Drogerie sollte für Langlebigkeit stehen, deshalb ist bei Modefarben immer Vorsicht geboten – ausser es handelt sich um ein modisches Accessoire wie bspw. einen Stuhl.

Heterogene Kundengruppe

Doch was heisst Wohlfühlatmosphäre? Das kann kaum für alle Menschen dasselbe bedeuten. Die Innenarchitektin sieht bereits Unterschiede zwischen Männern und Frauen. Beim Ladenbau müsse man auf jeden Fall bedenken, dass Frauen viel häufiger einkaufen und ein differenziertes Farbenverständnis hätten als Männer. Auch kaufen Männer zielgerichteter ein als Frauen; sie suchen nach einem bestimmten Produkt, wollen rasch und unkompliziert bedient werden, wie Donadel sagt. Im Ladenbau versuche man aber zunehmend auch Männer besser anzusprechen. Damit die Verweildauer von Männern in einem Geschäft erhöht werden kann, braucht es etwas abgesonderte, geschützte Bereiche, eventuell auch eine Sitzgelegenheit. Männer fühlen sich laut Donadel mitten im Geschäft stehend nicht wohl, sie bleiben beim Auswählen lieber unbeobachtet.

Und Max Wöss sagt es so: «Die Kunst des Verkaufens ist es, eine heterogene Zielgruppe in homogene Untergruppen einzuteilen und jeweils gezielt anzusprechen.» Forschungen haben ergeben, dass sich Menschen bezüglich ihrer Handlungsmotive schematisch in vier Gruppen einteilen lassen. Unterschieden werden das Sozial-, das Sicherheits-, das Entdecker- sowie das Alphamotiv. Beim Sozialmotiv sind Freundschaft, Familie und Wertschätzung wichtig; beim Sicherheitsmotiv stehen traditionelle Werte und Beständigkeit im Vordergrund; beim Entdeckermotiv geht es um Neues und Unbekanntes; das Alphamotiv steht für Status und Macht. Beim Einkaufen stehen gemäss Wöss (wechselweise) ein oder zwei Handlungsmotive im Vordergrund. So gibt es Menschen, die sich besonders leicht übers Alphamotiv ansprechen lassen. Auf diese Käufergruppe antwortet beispielsweise die Kleidermarke Hugo Boss, was bereits unschwer in der Werbung zu erkennen ist: Die Models auf den Laufstegen und Plakaten wirken kühl und arrogant, sie wenden ihren Blick vom Betrachter ab. Was heisst das nun für die Farben? Den verschiedenen Handlungsmotiven lassen sich Farben zuordnen: Weiss, Grün, Blau werden dem Sicherheitsmotiv, Orange, Pink und Rot dem Sozialmotiv zugeordnet, glänzende

Farben, Silber oder Violett passen zum Entdeckermotiv, und Schwarz, Gold und wiederum Rot zum Alphamotiv.

Was nun in der Drogerie?

«Eine rote oder blaue Wand, selbst eine Tapete in einer Drogerie, das geht», sagt Katja Donadel. Solche Dinge müssten aber im Sinne von Akzentsetzen eingesetzt werden. Dies sei vor allem bei Ladenarealen mit einer grosszügigen Architektur und viel Tageslicht möglich. Bei engen, dunklen Geschäften sollte man auf helle Farben und gutes Licht achten. Vorsicht empfiehlt sie bei Modefarben: «Eine Drogerie soll auch für Langlebigkeit stehen.» Gegen einen Wartestuhl in einer Modefarbe ist aber nichts einzuwenden, der ist rasch umgestaltet, wenn bereits die nächste Modefarbe winkt.

Allerdings gibt es auch gewisse Übereinkünfte für die Lesart bestimmter Farben. «Discounter benutzen knallige Farben, am liebsten Rot», sagt Max Wöss. Rot ist eine Signalfarbe, die mit Rabatten assoziiert wird. Er würde daher auf allzu viel Rot in einer Drogerie verzichten. Und im ersten Moment wohl etwas überraschend: Eine prominente Rolle im Ladenbau spielt der Boden. Dabei geht es gemäss Wöss vor allem um den Glanzgrad des Bodens: «Um Wertigkeit zu erzeugen, sind Böden beispielsweise in Parfümerien stark glänzend.» Mit dem Glanz dürfe aber nicht übertrieben werden, weil sonst ein Unsicherheitsgefühl, die Angst vor dem Ausrutschen, aufkomme. Katja Donadel weist zudem darauf hin, dass dunkle Böden Trittsicherheit und Bodenhaftung vermitteln. Allzu dunkle Böden verunsicherten aber wieder vor allem ältere Menschen, die fürchten, etwa eine Schwelle nicht rechtzeitig erkennen zu können.

Generell gilt: «Weniger ist ganz klar mehr», sagt Wöss. Auch für die Innenarchitektin steht ausser Zweifel: Das Produkt ist die Nummer eins, farbige Wände und Einrichtungsgegenstände spielen die zweite Geige. Und noch wichtiger als Farben im Ladenbau ist für beide: Licht. «Denn ohne Licht gibt es keine Farben», sagt Donadel, zudem könne man mit der richtigen Beleuchtung wunderbare Kontraste schaffen oder «Hingucker» inszenieren.

Katharina Rederer

Décoration: évitez les excès!

Il n'existe pas de couleur miracle qui permette d'augmenter les bénéfices. Même en droguerie. On peut cependant supposer que le blanc est la solution idéale pour les magasins spécialisés dans le secteur de la santé. «Certes, le blanc est très important car il évoque la sécurité et la propreté, mais les tons bleu et vert clairs peuvent aussi faire l'affaire», assure **Max Wöss**, responsable du département Brand Strategy chez Shop Consult by Umdasch. Ainsi, une combinaison de blanc et de bleu donnerait une impression de fiabilité. Un fait dont Beiersdorf a su tirer parti: ce n'est pas pour rien que le pot de Nivea bleu avec son inscription blanche n'a pas changé depuis si longtemps! Mais un excès de couleur blanche et d'hygiène peut également avoir un effet contre-productif. Selon une étude réalisée dans des hôpitaux citée par **Katja Donadel**, les patients qui séjournent dans des chambres d'un blanc immaculé et à l'hygiène impeccable se remettent moins vite que ceux qui sont entourés de rideaux colorés, de tableaux, de fleurs ou d'autres éléments de couleur qui créent une ambiance agréable. Une atmosphère froide et stérile, un espace commercial sans couleurs et sans harmonie, voilà qui irrite à coup sûr le consommateur, estime Max Wöss. En effet: en pénétrant dans un magasin, le client a, consciemment ou non, certaines attentes. Si elles ne sont pas comblées, le client est mal à l'aise et se sent désorienté – on parle alors de «mismatch», la réalité ne correspondant pas aux attentes.

Pour en savoir plus sur l'importance et l'utilisation des couleurs en droguerie, ne manquez pas notre article sur d-inside.drogoserver.ch/inside.pdf – cliquez ensuite sur la colonne et l'article en français s'affichera automatiquement.

Quälende Brummer

Insektenstiche Kratzen verboten – das ist leichter gesagt als getan. Weise ist, wer die ungebetenen Gäste gar nicht erst zu nahe kommen lässt und die Luftangriffe abwehrt, bevor die Mücken zubeissen.



Fotos: pixelio.de

Insektenstiche sind vor allem eines: lästig. Das Beissen und Jucken kann einen fast zum Wahnsinn treiben. Grund für den Juckreiz ist eine lokale allergische Reaktion. Sie kommt durch den Botenstoff Histamin zustande, der unmittelbar nach dem Insektenbiss freigesetzt wird. Als Folge davon schwillt die Einstichstelle an, juckt, schmerzt und ist gerötet. Nach ein paar Tagen verschwindet der Stich meist ohne grössere Komplikationen wieder. Die Insekten stechen allerdings nicht aus purer Boshaftigkeit. Bei Wespen und Bienen dient der Stachel zur Abwehr, wenn Gefahr droht, und weibliche Mücken brauchen die im Blut enthaltenen Proteine zur Fortpflanzung. Um welches Blut es sich handelt, spielt ihnen hierbei keine Rolle. Offensichtlich scheinen die Mücken aber manche Leute besser zu mögen als andere. Der Grund dafür ist die Schweissqualität. Wer viel schwitzt oder einen grossen Anteil an Milchsäure im Schweiss aufweist, wird unweigerlich zum Mückenfreund.

Gar nicht erst stechen lassen

Schutz dagegen bieten Insektensprays, die natürliche ätherische Öle wie Zedernholz, Teebaumöl oder Zitronenduft enthalten. Gerade für Kinder und Schwangere sind sie ideal. Etwas stärker wirken die

chemischen Repellentien. Allen voran das Diethyltoluamid (DEET). Je höher die Konzentration von DEET ist, desto länger wirkt das Repellent. Der genaue Wirkmechanismus ist noch unklar. Die Chemiker vermuten jedoch, dass DEET die Duftsensoren der Insekten blockiert. Dadurch können sie menschliche Gerüche von Schweiss und Blut nicht mehr wahrnehmen. Das funktioniert auch bei Zecken. Solange uns die Insekten nicht zu nahe kommen, können sie auch nicht zubeissen. Der beste Hautschutz ersetzt deshalb nicht die Grundregeln, die aktive Outdoormenschen und genüssliche Grillpartyliebhaber im Umgang mit Insekten beachten sollten:

Duftstoffe meiden: Neben dem Schweiss ziehen auch Duftstoffe im Parfüm oder in Kosmetika die Mücken an.

Ausräuchern: Räucherspiralen oder Elektroverduuster können die Mücken vom Schlafzimmer und Gartensitzplatz fernhalten. Sie enthalten Pyrethroide, ein Nervengift, das die Nervenleitbahnen von fast allen Insekten blockiert.

Vertreiben: Duftkerzen und Duftlampchen mit Zitronen- oder Zedernöl können die Mücken vertreiben, ohne ihnen zu schaden.

Ein Hauch Exotik: Den sichersten und für Haut und Umwelt harmlosesten Schutz

bieten Moskitonetze über dem Bett oder Fliegengitter am Fenster.

Gewässernähe meiden: Mücken legen ihre Eier ins Wasser. Sie sind in Gewässerregionen deshalb besonders gut vertreten. Bei der Planung eines Gartenteiches sollte dies berücksichtigt werden.

Durch Kleidung schützen: Helle, leichte Kleidung hält die Mücken fern und schützt auch vor Zecken. Gerade im Wald sind zum Schutz vor Zecken geschlossene Schuhe und Socken angesagt. Ungünstig sind wallende Gewänder. Verirrt sich ein Insekt aus Versehen darin, kommt es nicht mehr raus und sticht aus Panik zu.

Erfolgreich behandeln

Schutz hin oder her: Ganz um die Insektenstiche herum kommen wir selten. In jeden Wanderrucksack, Reisekoffer oder jede Handtasche gehört deshalb ein Gel, ein Tupfer oder ein Roll-on, welche die allergische Reaktion hemmen, kühlen und den Juckreiz stillen:

Kühlen: Cineol aus Eukalyptusblättern und Levomenthol aus der Minze sind zwei wichtige Vertreter in Insektenmitteln. Cineol wirkt antiseptisch und Menthol vor allem kühlend und somit juckreiz- und schmerzstillend.

Allergische Reaktion dämpfen: Mepyramin ist ein Antihistaminikum, das in vielen

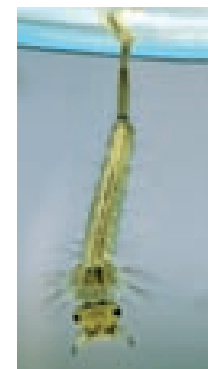
Insektenmitteln vertreten ist. Es unterstützt äusserlich den Heilungsprozess.

Schmerz stillen: Lidocain oder auch Polidocanol stillen den Juckreiz und hemmen als Lokalanästhetika die Schmerzen.

Naturheilkundlich behandeln: Eines der wichtigsten homöopathischen und spagyrischen Heilmittel bei Insektenstichen ist das Ledum palustre, der Sumpfporst. Er wird bei allen Stich- und Bisswunden eingesetzt und ist vor allem auch die erste Massnahme bei Zeckenbissen. Ist der Stich geschwollen, kommt Apis (Bienen-gift) zum Einsatz.

Erste Hilfe vor Ort: Zerkaut oder zerdrückt wirken auch frische Spitzweigerichblätter, Zwiebelscheiben oder Pfefferminzblätter kühlend und schmerzstillend.

Sabine Humi



Binnen weniger Tage werden feuchte Gebiete zu Brutstätten der einheimischen Stechmücken.



Da die Eireifung erst nach der Aufnahme von Blut erfolgen kann, braucht das Weibchen vor dem Eierlegen mindestens noch eine Blutmahlzeit.

Tipps zur richtigen Anwendung von Repellentien

- Das Mittel auf die gesamte unbedeckte Haut lückenlos und gleichmässig auftragen.
- Auch die Hautpartien unter luftiger Kleidung behandeln, da Insekten durch dünne Stoffe stechen können.
- Nicht auf Schleimhäute und verletzte Hautstellen aufbringen.
- Die angegebene Schutzzeit nur als Richtgrösse verstehen. Wirkdauer ist abhängig von mechanischem Abrieb, Temperatur (Schwitzen!), Luftfeuchtigkeit und Wind.
- Das Mittel regelmässig erneut auftragen; dabei ist zu beachten, dass die Schutzwirkung gegen Zecken meist deutlich früher nachlässt als die gegen Mücken.
- Das Mittel nach jedem Wasserkontakt neu auftragen, da Repellentien nur bedingt wasserfest sind.
- Wenn Kosmetika oder Sonnenschutzmittel angewendet werden, Repellentien zuletzt auftragen. Der Lichtschutzfaktor kann sich um bis zu 30 Prozent reduzieren!

www.pharmazeutische-zeitung.de

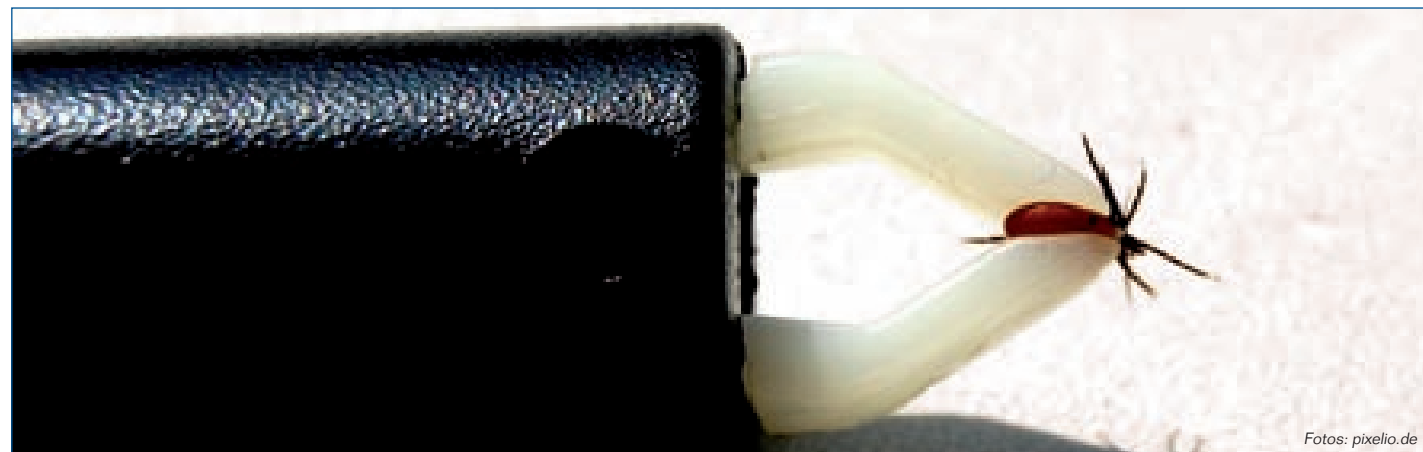
Vilaines bêtes

Les piqûres d'insecte sont une vraie plaie et les démangeaisons nous rendent à moitié fou. Celles-ci sont dues à une réaction allergique locale, déclenchée par l'histamine qui est libérée dans le corps aussitôt après la piqûre. Bien sûr, les insectes ne piquent pas par simple méchanceté. Le dard des abeilles leur sert de défense en cas de danger et les moustiques femelles puisent dans le sang des protéines indispensables à la gestation. Peu importe le type de sang. Pourtant, certaines personnes semblent avoir leur préférence. En cause, la transpiration: les moustiques fondent plus volontiers sur ceux qui transpirent beaucoup ou dont la sueur contient une forte teneur en acide lactique. La meilleure tactique de défense est d'empêcher les hôtes indésirables d'approcher. Les sprays contre les insectes aux huiles essentielles de cèdre, d'arbre à thé ou de citron offrent une bonne protection contre les insectes. Les produits répulsifs chimiques sont un peu plus puissants, en particulier ceux à base de diethyltoluamide (DEET). Plus la concentration en DEET est élevée, plus la durée de protection sera longue. On ignore encore le mécanisme d'action exact du DEET, mais les chimistes supposent qu'il bloque les récepteurs olfactifs des insectes. Tant qu'ils ne s'approchent pas trop près, il n'y a pas de risque. Les amoureux de la nature et autres amateurs de grillades devraient donc respecter quelques mesures de précaution élémentaires pour tenir les indésirables à distance.

Vous trouverez une **série d'astuces** pour éviter les piqûres ainsi que des produits pour soulager les **démangeaisons** et les **réactions allergiques** sur d-inside.drogoserver.ch/inside.pdf – cliquez ensuite sur la colonne et l'article en français s'affichera automatiquement.

Attacke aus dem Unterholz

Zecken Die neue Volksbedrohung lauert im Wald... so jedenfalls empfinden manche Schweizer die Anwesenheit von Zecken, die ihre Naherholungsgebiete epidemieartig bevölkern. Doch die Panik basiert auf Unwissen und Angstmacherei. Wer sich schützt, braucht keine Angst zu haben.



Fotos: pixelio.de

Der Frühling beginnt früher, und der Winter setzt später ein. Entsprechend lange sind die Zecken aktiv und entwickeln sich blutsaugend von einem Stadium zum anderen. Als ausgewachsene Tiere legen die Weibchen rund 3000 Eier, aus denen die Larven schlüpfen. Für die Entwicklung von der Larve zur Nymphe und zum erwachsenen Tier brauchen die Zecken jeweils eine Blutmahlzeit. Ob sie diese von kleinen Nagetieren, Wildtieren, Haustieren oder Menschen bekommen, spielt ihnen keine Rolle. Mit ihren Widerhaken bleiben sie an Kleidungsstücken, Haaren oder Fell hängen, suchen sich einen Weg zur Haut, ritzen sie auf und bohren ihren Saugrüssel tief in die Haut hinein. Damit sie problemlos zu ihrer Mahlzeit kommen, spritzen sie mit ihrem Speichel gerin-

nungshemmende Substanzen und örtliche Betäubungsmittel in die Haut. So bleiben Zecken oft unbemerkt und lassen sich wieder fallen, sobald ihr Hunger gestillt ist. Von den weltweit rund 850 Zeckenarten sind es vor allem die Schildzecken, die in unseren Wäldern leben. Zu diesen Schildzecken gehört auch der Gemeine Holzbock (*Ixodes ricinus*). «Gemein» bezieht sich hier auf die Namensgebung, doch gleichzeitig ist diese Zeckenart auch Träger von Zeckenkrankheiten, die immer mehr Menschen verunsichern.

Sündenböcke im Unterholz

Als Larven saugen die Holzböcke vor allem das Blut von Mäusen. Die kleinen Nager sind aber meistens infiziert mit Borreliosebakterien, FSME-Viren, Ehrlichiose, Rickettsien oder Babesien. Krankheiten, welche die Gemeine Holzbocknymphe später über ihren Speichel auf den nächsten Wirt, den Menschen, überträgt.

Lyme-Borreliose: Jährlich erkranken in der Schweiz rund 3000 Personen an der Lyme-Borreliose. Je nach Region sind bis zu 50 Prozent aller Holzböcke mit diesem Bakterium infiziert. Das Borreliose-Bakterium befindet sich im Darm der Nymphe.

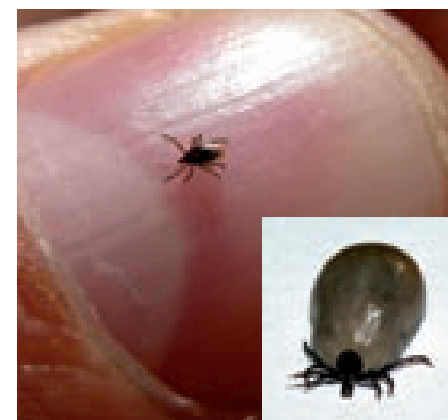
Erst nach etwa vier Stunden wandert es von dort in den Speichel und somit ins Blut des Menschen. Wer die Zecke rechtzeitig entfernt, wird nicht angesteckt. Bricht die Erkrankung trotzdem aus, äussert sich das in drei unterschiedlichen Krankheitsstadien:

1. Örtliche Entzündung der Haut und wandernde Rötung um die Stichstelle. Die Hautirritation wird oft auch begleitet mit grippeartigen Symptomen. Dieses erste Krankheitsstadium heilt in nert weniger Tage bis Wochen aus. Um sicherzugehen, dass sich der Erreger nicht auf weitere Organe ausbreitet, empfiehlt das Bundesamt für Gesundheit (BAG) trotzdem die Behandlung mit einem Antibiotikum.
2. Bei einem Teil der Patienten befällt der Erreger als Nächstes die Gelenke, das Nervensystem, die Haut oder das Herz. Durch die Gabe von Antibiotika können Folgeschäden vermieden werden.
3. Werden die Symptome nicht rechtzeitig erkannt und nicht mit einem Antibiotikum behandelt, kommt es zum dritten Stadium, das schwere, chronische Schädigungen der Gelenke bis hin zu Persönlichkeitsveränderungen zurücklassen kann.

Dass eine Lyme-Borreliose oft erst im zweiten Stadium erkannt wird, liegt an den Labortests. Die Diagnose ist äusserst schwierig.

FSME (Frühsommer-Meningoenzephalitis): Das FSME-Virus befindet sich im Speichel des Gemeinen Holzbocks. Doch nicht in allen Regionen sind die Zecken damit infiziert. Vorsicht gilt vor allem in Endemiegebieten. In diesen Gebieten sind 1 bis 3 Prozent der Gemeinen Holzböcke mit dem Virus infiziert. Über 1000 Meter über Meer kommt die FSME selten vor. Da das Virus bereits beim Blutsaugen ins menschliche Blut gelangt, bietet das schnelle Entfernen keinen Schutz vor Zeckenenzephalitis. Die allfällige Infektion mit der Zeckenenzephalitis ist meistens harmlos, kann aber vereinzelt gravierende Verläufe haben. Kinder sind offenbar widerstandsfähiger. Bei ihnen verheilt die Erkrankung in den meisten Fällen ohne Komplikationen. Die Frühsommer-Meningoenzephalitis (FSME) zeigt sich in zwei Krankheitsschüben:

1. 7 bis 14 Tage nach dem Zeckenstich treten bei einem Teil der Betroffenen harmlose, grippeartige Beschwerden auf, die schnell wieder verschwinden. Für die meisten Personen ist somit die Krankheit vorüber. Zudem sind sie jetzt immun gegen die FSME-Viren. Weitere Zeckenbisse können ihnen nichts mehr anhaben.
2. Bei 5 bis 15 Prozent dieser Personen bricht die zweite Krankheitsphase aus. Diesmal befällt das Virus das zentrale Nervensystem. Das äussert sich mit Hirn- und Hirnhautentzündungen, starken Kopfschmerzen, Schwin-



Eine Zecke vor (grosses Bild) und nach der Blutmahlzeit.

del oder Konzentrations-, Sprech-, Gehstörungen. Diese Symptome können Wochen bis Monate andauern. Bei einem Teil von ihnen bleiben sogar gewisse Funktionsstörungen zurück, und etwa 1 Prozent von ihnen stirbt an der Krankheit.

Ehrlichiose: Ehrlichien sind eine kleine Bakterienart. Die Erkrankungen sind aber bis auf wenige Ausnahmen harmlos.

Rickettsiose: Die Rickettsien werden von Zecken übertragen, die im Mittelmeerraum oder in Südafrika leben.

Q-Fieber: Der Erreger des Q-Fiebers gleicht den Rickettsien. Er wird durch Einatmen von zeckenkothaltigem Staub verbreitet.

Babesiose: Die Babesiosen sind Protozoen (Kleinlebewesen), die selten vorkommen und entsprechend wenig erforscht sind. Die Erreger sind mit dem Erreger der Malaria verwandt.

Beratung und Aufklärung sind wichtig

Wer glaubt, er könne sich mit einer Impfung vor Zecken schützen, der täuscht sich. Durch den Irrglauben wähnt sich so mancher Naturfreund in falscher Sicherheit und setzt sich allzu leichtfertig ins Unterholz. Die Zeckenschutzimpfung schützt vor einer Zeckenenzephalitis (FSME). Doch sie kann nicht vor all den anderen Krankheiten schützen, die Zecken ebenso übertragen können. Allen voran die Borreliose. Deshalb ist das Vorsorgen und Absuchen noch immer die beste Prävention:

1. **Kleidung:** Helle Kleidung tragen, damit man die Zecken darauf erkennt. Mit den Widerhaken bleiben sie in den Kleidern hängen.
2. **Zeckenabwehrmittel:** Die Repellents auf Schuhe, Strümpfe und Hosenbeine sprühen. Werden die Hosenbeine vergessen, kriecht die Zecke nur noch schneller nach oben.
3. **Schutz versus Ästhetik:** Hosenbeine in die Socken stecken.
4. **Mäuse vertreiben:** Mäuse sind beliebte Erstwirte. Und sie lieben Naturgärten. Auf dem eigenen Grundstück deshalb Katzen halten, Mäusefallen aufstellen und geschlossene Komposter benutzen, damit sich die Mäuse nicht ausbreiten. ▶

Quand la tique attaque

Le printemps commence plus tôt, l'hiver plus tard. Les tiques sont d'autant plus actives et en profitent pour mieux se développer. Une fois adultes, les femelles pondent quelque 3000 œufs – desquels sortent autant de larves. Pour que la larve devienne nymphe, puis adulte à son tour, un repas lui suffit: qu'elle suce le sang d'un petit rongeur, d'un animal domestique ou d'un humain, cela lui est bien égal... Les tiques s'accrochent aux habits, aux cheveux ou au pelage, le temps de se frayer un chemin jusqu'à la peau, puis enfoncent leur rostre bien profondément. Pour se faciliter la tâche, elles injectent grâce à leur salive des substances anticoagulantes et des anesthésiques locaux. Parmi les quelque 850 espèces de tiques existantes, *Ixodes ricinus* est la plus commune dans nos contrées. Elle est porteuse de différents agents pathogènes, ce qui contribue à augmenter le sentiment d'insécurité de la population. De même que la grippe ne touche pas la totalité de la population même si l'épidémie est à son point culminant, les tiques infectées ne transmettront pas la maladie à toutes les personnes qu'elles vont piquer. Rien ne sert de s'angoisser et de paniquer, au contraire. Or c'est justement le genre de sentiments que provoquent les vastes campagnes pro-vaccination au sein de la population. Même les esprits les plus positifs ont l'impression que la moindre petite morsure de tique va les laisser sur le carreau. En tant que droguiste, il est donc grand temps d'informer votre clientèle.

Pour connaître les différentes **maladies** transmises par les tiques et les **moyens de prévention**, rendez-vous sur d-inside.drogoserver.ch/inside.pdf – cliquez ensuite sur la colonne et l'article en français s'affichera automatiquement.

Gut zu wissen

Bereiten Sie sich auf die Fragen Ihrer Kunden vor: **Zecken** stehen auch im *Drogistenstern* vom April im Zentrum.

5. **Hitze tötet sie:** Wäsche von Kindern, die im Wald gespielt haben, nach dem Waschen im Tumbler trocknen.
6. **Wenn sie trotzdem sticht:** Die Zecke sollte möglichst schnell mit einer feinen Pinzette entfernt werden. Danach die Einstichstelle desinfizieren und allenfalls homöopathisch oder spagyrisch nachbehandeln. Zur Sicherheit kann der Betroffene das Datum notieren und die Zecke fotografieren.
7. **Ab zum Arzt:** Kommen Kunden mit Verdacht auf Borreliose oder FSME in die Drogerie, kommt die Selbstmedikation an ihre Grenzen. Homöopathen setzen zum Teil Borreliose-Nosoden in Kombination mit dem entgiftenden Okoubaka ein, das in Kombination mit Antibiotika verabreicht wird.

Immunsystem stärken

Genauso wie ein grippaler Infekt oder eine Grippe auch in Hochepidemiezeiten nicht jede Person befällt, erkranken auch nicht alle Menschen an einer infizierten Zecke. Angst und Panik dienen allerdings nicht unbedingt der Gesunderhaltung. Doch genau diese Gefühle lösen die breit angelegten Impfkampagnen bei vielen verunsicherten Leuten aus. Da haben selbst die positiv denkenden Waldgänger das Gefühl, beim nächsten Zeckenbiss gleich bleibende Lähmungen davonzutragen. Höchste Zeit also, Ihre Kundinnen und Kunden aufzuklären.

Sabine Hurni

Kostenlose Flyer «Zecke» können Sie für Ihre Kunden unter www.zeckenliga.ch bestellen.

Quellen und Informationen

www.bag.admin.ch/themen/medizin/00682/00684/01114
www.zeckeninfo.de
www.borreliose-bund.de
www.similasan.ch

Bücher

Petra Hopf-Seidel: **«Krank nach Zeckenstich»**, Droemer/Knaur Verlag, 2008, ISBN 978-3-426-87392-2, ca. Fr. 19.–

Jochen Süss: **«Zecken»**, Hugendubel Verlag, 2008, ISBN 978-3-7205-5045-1, ca. Fr. 30.–



Einladung zur 70. Generalversammlung

GV Gerne laden wir alle Droga-Helvetica-Mitglieder zur 70. Generalversammlung ein. Diese findet am Montag, dem 11. Mai 2009, im Restaurant Buffet Olten, Bahnhof Olten, statt. Im Anschluss an die Generalversammlung werden alle Mitglieder vonseiten des Verbandes zum Nachtessen eingeladen.

Programm

15.00 Uhr	Tee und Kaffee zur Begrüssung
15.30 Uhr	Generalversammlung
17.00 Uhr	Nachtessen im Restaurant Buffet Olten

Traktanden

1. Begrüssung
2. Protokoll der 69. Generalversammlung vom 16. April 2008 in Olten
3. Wahl der Stimmenzähler
4. Jahresbericht
5. Jahresrechnung und Revisorenbericht
6. Entlastung des Zentralvorstandes
7. Budget 2009 und Jahresbeitrag
8. Wahlen und Demissionen
9. Verschiedenes

Folgende Unterlagen können unter www.droga-helvetica.ch und bei der Geschäftsstelle ab **28. April 2009** eingesehen und bezogen werden:

- Protokoll der GV 2008
- Jahresbericht 2008
- Jahresrechnung und Revision 2008
- Budget 2009

Tous les membres de **Droga Helvetica** sont invités à la 70^e assemblée générale, **le 11 mai au Restaurant Buffet Olten**. Pour en savoir plus, rendez-vous sur d-inside.drogo-server.ch/inside.pdf – puis cliquez sur l'encadré.

Anmeldung zur GV

- ☐ Ja, ich nehme an der Generalversammlung der Droga Helvetica am 11. Mai 2009 in Olten teil

Name: _____

Vorname: _____

Ich verstehe: ☐ deutsch ☐ französisch

Ich bin: ☐ Aktivmitglied ☐ Passivmitglied
☐ Ehrenmitglied ☐ in Ausbildung

Ich melde _____ Personen zum Nachtessen an

Anmeldungen über:

info@droga-helvetica.ch,
 Tel. 061 261 45 45 oder Fax 061 261 46 18

Weitere Infos über Droga Helvetica:

www.droga-helvetica.ch
 Gerbergasse 26, Postfach 644, 4001 Basel
 Tel. 061 261 45 45, Fax 061 261 46 18

Anmeldeschluss: 4. Mai 2009

Allergisch oder nicht? Jetzt Gewissheit gewinnen



Allgemeiner Allergietest (IgE)
 Eier-Allergietest
 Gluten-Unverträglichkeitstest
 Milch-Allergietest
 Hausstaub-Allergietest
 Katzen-Allergietest
 Heuschnupfen – Pollen-Allergietest
www.patientdiagnostics.ch

Patient Diagnostics
 Allergie-Schnelltests

Neu erhältlich in
Ihrer Drogerie



Barbara Pfister
 Rechtsanwältin und Geschäftsführerin Droga Helvetica / avocate et directrice de Droga Helvetica

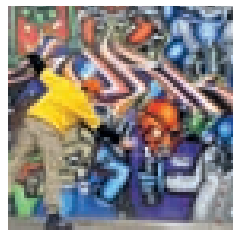
Dies ist eine Seite der Droga Helvetica. Die Meinung der Autorin muss sich nicht mit jener der Redaktion decken.
 Cette page est ouverte à Droga Helvetica. L'avis de l'auteur ne doit pas coïncider avec celui de la rédaction.



Vorschau

Liebe Drogistinnen und Drogisten

Informieren Sie sich bereits heute, was Ihre Kundinnen und Kunden im **Drogistenstern April** lesen werden. Ausserdem erhalten neugierige Leser/-innen in Zukunft zu ausgewählten Themen zusätzliche Informationen auf vitagate24.ch.



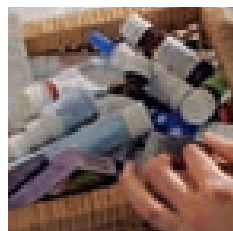
Farben

In der Titelgeschichte dreht sich alles um Farben: Wie diese entstehen, was sie bedeuten und warum sie uns faszinieren.



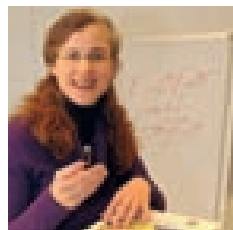
Eisenmangel

Blässe oder Müdigkeit können zwar, müssen aber nicht auf einen Eisenmangel hindeuten. Wir zeigen, warum Fachberatung wichtig ist und dass nicht nur eine Unter-, sondern auch eine Überversorgung mit Eisen gravierende Folgen haben kann. vitagate24.ch/eisenmangel.aspx



Arzneimittelkompendium

Neu finden die Leser/-innen das offizielle Arzneimittelkompendium auf der Gesundheitsplattform vitagate24.ch. Was nicht nur für Laien interessant ist, sondern auch für Fachleute. vitagate24.ch > Arzneimittelsuche



WehWeh und Bobo

Verena Th. Gerber, Naturärztin und diplomierte Drogistin HF sagt in einem Interview, warum die Leserinnen und Leser die Kurse des SDV besuchen sollten. Anmelden können sich Interessierte entweder direkt in Ihrer Drogerie, auf vitagate24.ch oder mit dem Anmeldecoupon im Drogistenstern. vitagate24.ch/kurse.aspx



Booklet «Haushalt»

Klein und kompakt, der aktuelle Ratgeber im Drogistenstern. Im April mit praktischen Haushalts-Tipps für Ihre Kunden und Kundinnen.

Weitere Themen sind:

Gelenkschmerzen, Schönheitspflege, Zecken vitagate24.ch/zecken.aspx
Heuschnupfen vitagate24.ch/heuschnupfen.aspx

Chers droguistes

Découvrez dès maintenant ce que vos clients pourront lire dans la *Tribune du droguiste* du mois d'avril. Par ailleurs, les lecteurs avides d'informations peuvent satisfaire leur curiosité sur vitagate24.ch.

Couleurs

L'article principal s'intéresse aux couleurs: comment naissent-elles? Que signifient-elles? Et pourquoi nous fascinent-elles tant?

Carence en fer

Pâleur et fatigue peuvent certes signaler une carence en fer – mais pas obligatoirement. Les conseils dispensés par du personnel spécialisé sont importants car les carences, aussi bien que les excès de fer, peuvent nuire à la santé. vitagate24.ch/f_carences_fer.aspx

Compendium suisse des médicaments

Les internautes peuvent désormais consulter le Compendium suisse des médicaments sur vitagate24.ch. vitagate24.ch > recherche d'un médicament. Pour les néophytes et les spécialistes.

Plaies et bobos

Verena Th. Gerber, naturopathe et droguiste dipl. ES, explique aux lecteurs l'intérêt des cours sur le traitement des maladies bénignes et des plaies chez les enfants. Inscriptions dans votre droguerie, sur vitagate24.ch ou avec le bulletin figurant dans la *Tribune du droguiste*. vitagate24.ch/f_cours.aspx

Brochure «Entretien»

Petit et compact, le petit abécédaire encarté dans la *Tribune du droguiste*. La nouvelle édition est bourrée de conseils pour l'entretien du ménage.

Autres thèmes:

douleurs articulaires, soins de beauté, tiques vitagate24.ch/f_tiques.aspx, rhume des foins vitagate24.ch/f_eternuements_repetition.aspx



Flash

www.drogerie.ch

Der Insertionsschluss für die nächste Ausgabe ist am 8. April 2009

Daten (nur elektronisch möglich) an: inserate@drogistenverband.ch

SDV: Neue Drogeriemitglieder

Um die Aufnahme in die Sektion und in den SDV bewerben sich:

Sektion: ZH/SH

Joachim Klemm
Toppharm Apotheke & Drogerie
Höschgasse 50, 8008 Zürich

Sektion: AG

Claudia Körkel
Rhein-Apotheke & Drogerie
Schaffhauserstrasse 32, 4332 Stein

Sektion: BE

Daniel Zingg
Apotheke & Drogerie Daniel Zingg
Schwarzenburgstrasse 818, 3145 Niederscherli

Sektion: SO

Susanne Werder
Drogerie Centro
Hauptstrasse 18, 4654 Lostorf

Einsprachen sind innert 14 Tagen an den Zentralvorstand des SDV, Postfach 3516, 2500 Biel 3, zu richten.

Stellenangebote

Möchten Sie Ihr Beratungs- & Verkaufstalent in einer der schönsten und vielseitigsten Drogerien der Schweiz ausleben? Wir suchen auf Sommer 09 oder nach Vereinbarung:

Drogist/In 80 – 100 %

Unsere Drogerie ist bekannt für ihr grosses Naturheilmittelsortiment sowie für eines der grössten Tee- & Kräutersortimente der Schweiz. Wir bieten Ihnen eine ausserordentlich spannende Tätigkeit und gute Anstellungsbedingungen.

Was wir uns von Ihnen wünschen:

Begeisterung für den Beruf, Selbständigkeit und Belastbarkeit, Freude an Weiterbildungen.
Auch ein(e) Leihabgänger(in) ist herzlich willkommen.



Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung; gerne auch per Mail; an:
Kräuter-Drogerie Fischer,
Armin Fischer, Hauptstr. 79, 8274 Tägerwil TG,
Tel. 071 669 12 59, Info@teefischer.ch

Gesucht per 1. Mai 2009 oder nach Vereinbarung

Drogistin 100 % oder Teilzeit

Impuls Drogerie Wenger,
Allschwilerstr. 22,
4055 Basel

Telefon: Frau M. Bühlmann 079 667 62 28

Fachinformationen zu den Produkte-News von Perskindol, S. 12:

Classic Gel, Spray, Fluid: Z: Levomentholum 15 mg, Pini aetherol. 13.5 mg, Gaultheriae aetherol. 3.5 mg, Limonis aetherol. 1mg, Auran-tii dulc. flaved. aetherol. 4 mg, Bergamottae aetherol. (sine furocuma-rino) 1 mg, Rosmarini aetherol. 0.6 mg, Lavandulae aetherol. 0.2 mg, Terpeneol 1 mg, Terpinylis acetat 1 mg; Conserv.: Benzylbenzoat, Excip. ad q.s. pro 1 g., bei Gel zusätzlich Methyl- und Propylparaben
I: Stumpfe Verletzungen, rheumatische Muskel- und Gelenkschmerzen, Epikondylitis, Lumbago, Ischias, Kopfschmerzen, Muskelkater, Muskelkrämpfe. **D:** Bei Bedarf mehrmals täglich auftragen. **KI:** Überempfindlichkeit auf einen der Inhaltsstoffe, offene Wunden, Okklusiv-Verband. Nicht anwenden bei Kleinkindern. **IA:** Nicht Bekannt. **SS:** Kein Risiko bekannt, jedoch keine wissenschaftlichen Daten vorhanden. **UW:** Überempfindlichkeitsreaktionen (Hautjucken, -rötungen, Brennen, Ekzem). **Pack.:** Gel 100 ml, 200 ml, 1000 ml; Spray 150 ml; Fluid 50 ml, 250 ml, 1000 ml, 5000 ml. **Liste D.** Ausführliche Angaben: Arzneimittelkompendium der Schweiz oder www.documed.ch. **ZI:** Vifor SA • 1752 Villars-sur-Glâne.

Perskindol Cool Gel Arnika: Z: 200 mg Arnika Medizinal-Tinktur, l-Menthol 50 mg, Excip. ad q.s. pro 1g. **I:** Stumpfe Verletzungen (Prellungen, Quetschungen, Zerrungen und Verrenkungen), Hämatome. **D:** Bis 5mal täglich in dünner Schicht auf die betroffenen Stellen auftragen. **KI:** Überempfindlichkeit auf einen der Inhaltsstoffe, offene Wunden oder ekzematös entzündete Haut, Anwendung auf Schleimhäuten, Anwendung im Augenbereich, Okklusiv-Verband. Nicht anwenden bei Kleinkindern und Säuglingen. **VM:** Nach der Anwendung Hände waschen. Bei Kompressen nur luftdurchlässiges Material verwenden. **IA:** Nicht bekannt. **SS:** Kein Risiko bekannt, jedoch keine wissenschaftlichen Daten vorhanden. **UW:** Hautjucken, Rötung, Brennen, Ekzem. **Pack.:** 50 ml, 100 ml. **Liste D.** Ausführliche Angaben: Arzneimittelkompendium der Schweiz oder www.documed.ch. **ZI:** Vifor SA • 1752 Villars-sur-Glâne.



Zur Unterstützung unseres Teams suchen wir per März 2009 bzw. nach Vereinbarung eine

Drogistin 80 bis 100%

Sind Sie eine initiative, kommunikative und entscheidungsfreudige Persönlichkeit und begeistern unsere Kundschaft mit Ihrem Fachwissen in alternativen Heilmethoden und Kosmetik (Estée Lauder, Kanebo, etc.), so zögern Sie nicht uns anzurufen.

Ein junges, kollegiales Team freut sich auf Sie.

Ihre Bewerbung richten Sie bitte an Iris Bachmann, Pharma-Betriebsassistentin, Einkaufszentrum Volketswil, Im Zentrum 18, 8604 Volketswil, info@apotheke-volketswil

Oder rufen uns ganz einfach an 044 945 61 66.



Informationen zu den Stellenanzeigen sowie den aktuellen Stand der Stellen finden Sie unter www.d-flash.ch

Bio-Strath AG

Fabrikation von natürlichen Aufbaupräparaten und Naturheilmitteln sowie Aufbaumitteln für Tiere. Schweizer Familienfirma, 1961 gegründet, 15 MitarbeiterInnen. Export in über 50 Länder weltweit.

Mitarbeiter/in im Aussendienst (100%) für die Regionen Zentral- und Ostschweiz

Wir suchen eine/n qualifizierte/n Aussendienst-Mitarbeiter/in, welche/r sich mit voller Motivation und Freude für unsere Produkte einsetzt.

Sie besuchen Apotheken, Drogerien, Reformhäuser und Zoogeschäfte.

Sie schulen das Personal, halten Kundenvorträge und planen Promotionen.

Strath Präparate sind im Fachhandel fest verankert und Ihr Fronteinsatz wird mit zahlreichen Aktivitäten sowie durch fundierte wissenschaftliche Studien unterstützt.

Stellenantritt: Sommer 2009

Wir bieten Ihnen:

- einmalige Produktelinie mit Tradition
- grosse Unabhängigkeit
- fortschrittliche Sozialleistungen

Wir erwarten von Ihnen:

- gute Berufskennntnisse (Ausbildung als Drogist/in ist von Vorteil)
- Erfahrung im Verkauf oder Aussendienst
- Freude an der Durchführung von Schulungen
- Deutsch als Muttersprache
- Alter 30 – 40 Jahre



Fragen beantwortet gerne:
David Pestalozzi,
Telefon 044 250 71 00

Wir freuen uns über Ihre Bewerbungsunterlagen an folgende Adresse:

Bio-Strath AG
David Pestalozzi
Mühlebachstrasse 38
Postfach 1918
8032 Zürich

Wir suchen per 1. Mai 2009 oder nach Vereinbarung

Drogistin 40–60 %

Sie sind motiviert und aufgestellt, haben Freude am Verkauf und Beratung?

Senden Sie Ihre Bewerbung an: Drogerie Gegenstorf,
Bernstr. 17, 3303 Gegenstorf, Tel. 031 761 01 71

Visp, Wallis (40 Min. von Thun)

Wir suchen für unsere lebhaft Center-Drogerie im Migros-Einkaufscenter in Visp auf anfangs

Mai 2009 einen dipl. Drogisten(-in) HF als Geschäftsführer(-in) 75%–100%

Es erwartet Sie ein eingespieltes Team in einer informatisierten Drogerie mit Dermo-Kosmetik, Parfümerie und Heidak-Spagyrik.

Die Drogerie arbeitet eng mit der Amavita Vispach Apotheke AG zusammen und profitiert ebenfalls von Amavita Marketing Aktivitäten. (Starcad etc..)

Haben wir Ihr Interesse geweckt?

Bei Fragen wenden Sie sich an Frau Emery Annemarie,

Drogistin HF, Tel. Nr. 027 946 14 22 oder an

Dr. P. Teyssere, Tel. Nr. 027 946 22 33

oder schicken Sie Ihre Bewerbung direkt an:
Sun Farma AG, Center Drogerie, Kantonsstrasse 2, 3930 Visp

Drogistin 100 % in Küsnacht ZH

Wir suchen für unsere Drogerie mit grosser Parfümerie eine sympatische, aufgestellte Drogistin. Sie bringen bereits Berufserfahrung als Drogistin mit. Sie sind von Ihrem Beruf begeistert und haben auch Interesse an Kosmetik. Ihre Stärke liegt im Verkauf und Beraten. Wir führen nebst einem klassischen Drogeriesortiment die Marken Lauder, Clarins, Dior, Kanebo, Sisley, Clinique und Lancôme. Eintritt per sofort oder nach Vereinbarung.

Schicken Sie uns Ihre Bewerbungsunterlagen, oder rufen Sie an. Wir freuen uns auf Sie!

Impuls Drogerie Furrer AG
Herr Ferdy Keller
Zürichstrasse 149
8700 Küsnacht
Tel. 044 910 00 27



Drogistin/Drogist 100%

Verfügen Sie über ein breites Wissen im Bereich Pharma, Naturheilkunde und Kosmetik und lieben Sie Ihren Beruf als Drogistin? Ihre Stärken liegen im Verkaufen, der Beratung und in der aktiven Unterstützung der Geschäftsführung beim Leiten eines kleinen und sehr feinen Teams?

Dann zögern Sie nicht mit Ihrer Bewerbung und senden Sie diese an:

Welldro Drogerie und Teehaus

z.H. Corinne Schüpbach
Ziegelbrückstrasse 19
8867 Niederurnen (GL)

Bei Fragen: 055 620 16 66

Wir suchen in Unterseen/Interlaken per Anfang Juli 2009

Engagierte Drogistin 100 %

Wir bieten Ihnen:

- Eine interessante, innovative Drogerie mit dem Ortho-Team als Untermieter
- Selbständiges und verantwortungsvolles Arbeiten
- Gute Weiterbildungsmöglichkeiten
- Ein breites Sortiment und langjährige Erfahrung im Naturheilmittelbereich
- Ein attraktives Kosmetikangebot
- Eine multikulturelle, anspruchsvolle Kundschaft

Unsere Anforderungen:

- Drogistin mit Erfahrung im Bereich Kosmetik
- Selbstständige Betreuung eines grossen Kosmetikdepots
- Gute Naturheilmittelkenntnisse und Freude an intensiver Beratung
- Initiative, begeisterungsfähige Persönlichkeit
- Engagement für die Mithilfe in der Weiterentwicklung der vereinbarten Verantwortungsbereiche
- Bereitschaft zur stetigen Aus- und Weiterbildung

Sind Sie bereit für eine neue Herausforderung?
Dann freuen wir uns auf eine schriftliche Bewerbung.

Senden Sie uns Ihre Bewerbungsunterlagen an:

DROPA Drogerie Günther AG
Angela Süess, Geschäftsführerin
Bahnhofstrasse 25
3800 Unterseen/Interlaken

Telefon 033 826 40 40
dropa.guenther@dropa.ch



Suchen Sie eine neue Herausforderung? Sie wünschen eine anspruchsvolle und vielseitige Tätigkeit und schätzen ein gutes Arbeitsklima?

Wir suchen eine einsatzfreudige, kundenorientierte

Drogistin 100%

mit hoher Selbständigkeit und Berufserfahrung.

Unsere Sortimentsschwerpunkte sind Pharma, Naturheilmittel, Reform und Kosmetik (Clarins, Biotherm, Hauschka).

Eintritt: 1. August

Gerne erwarten wir Ihre Bewerbung.
Telefonische Auskünfte unter 031 767 73 58 Herr M. Studer.
Drogerie Studer, Bahnhofstrasse 3, 3312 Fraubrunnen

«Unser grösstes Kapital
sind unsere Mitarbeiter;
dank ihnen wachsen
Umsatz und Marktanteil.»

Hans-Peter Häfliger – Geschäftsführer



Mit «d-bulletin» frühzeitig wissen, was Ihre Kundinnen und Kunden im nächsten Drogistenstern lesen werden!

Sie erhalten den aktuellen Drogistenstern elektronisch im PDF-Format mit einer Inserentenliste, Bestellformularen, Fachinformationen Ihrer Lieferanten und einem Wissenstest für Sie und Ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Jetzt d-bulletin abonnieren:
Claudia Peter, c.peter@drogistenverband.ch

Die Höhere Fachschule für Drogisten und Drogistinnen ist die Ausbildungsstätte für zukünftige Geschäftsführer und Geschäftsführerinnen einer Drogerie. Nach langjähriger, erfolgreicher Unterrichtstätigkeit wird der jetzige Stelleninhaber pensioniert.

Wir suchen auf Semesterbeginn im August 2009

Lehrperson Pharmakologie (14 Lektionen pro Woche)

Für diese anspruchsvolle Stelle suchen wir eine dynamische Persönlichkeit, die offen und interessiert ist, Studierende im Alter zwischen 23–25 Jahren zu unterrichten. Wir wünschen wir uns eine Persönlichkeit mit Hochschulabschluss im naturwissenschaftlichen Bereich. Eine didaktische Ausbildung und Unterrichtserfahrung ergänzen Ihr Profil. Die ESD ist eine zweisprachig geführte Schule und befindet sich an wunderschöner Lage in Neuchâtel. Eine moderne Infrastruktur und aufgeschlossene, motivierte Studierende ermöglichen ein zielorientiertes Unterrichten. Ein Ausbildungszyklus dauert zwei Jahre im Vollzeitstudium, pro Jahrgang werden zwei Klassen parallel geführt.

Sie verfügen über gute Sozial-, Führungs- und Fachkompetenz und sind an der Weiterentwicklung der Schule interessiert. Sie sind deutscher oder französischer Muttersprache und besitzen gute Kenntnisse der jeweiligen anderen Sprache.

Wir freuen uns über Ihre schriftliche Bewerbung bis am 31. März 2009.

Für allfällige Fragen steht Ihnen Beat Günther, Direktor, (beat.guenther@cpln.ch, 078 665 80 73) zur Verfügung.



Wir sind eine dynamisch und schnell wachsende Gruppe mit sechs Biofachgeschäften. Unsere Kunden stehen im Mittelpunkt und werden von engagierten Mitarbeitenden mit Freude und Kompetenz betreut und beraten.

Für unsere neue Filiale im Einkaufszentrum «Stücki» in Kleinhüningen suchen wir per 1. August 2009 eine/n

Filialleiter/in

In unserem Biofachgeschäft befinden Sie sich mitten im Geschehen. Sie sind für den Aufbau des Teams und die unternehmerische Gestaltung der Filiale verantwortlich. Nebst diesen interessanten Aufgaben sind Sie auch für sämtliche operativen Tagesgeschäfte zuständig.

Sie haben Erfahrung in Personalführung und in betriebswirtschaftlichen Fragestellungen. Mit MS-Office und Warenwirtschaftssystemen gehen Sie routiniert um. Idealerweise verfügen Sie über eine Ausbildung als Fachhandelsverkäufer oder **Drogist/in HF**. Sie überzeugen durch Ihr Flair für eine ansprechende Warenpräsentation und eine kreative Ladengestaltung.

Bei uns erwartet Sie eine selbständige und spannende Aufgabe sowie attraktive Anstellungsbedingungen. Besuchen Sie unsere Website, um mehr Infos zu erhalten.

Interessiert? Herr W. Peter, Personalleiter, freut sich auf Ihre aussagekräftigen Bewerbungsunterlagen und steht Ihnen für Auskünfte gerne zur Verfügung.

Egli-Biofachgeschäfte
Werner Peter
Lagerhausstrasse 11
8401 Winterthur
peter@eglibio.ch



Unsere Unternehmung ist eine erfolgreiche moderne Drogerie die zu den führenden Fachgeschäften im Kanton Uri gehört. Die Verkaufsstandorte liegen an bester Lage in Altdorf. Wir führen gut ausgebaute Sortimente mit Schwerpunkt Heilmittel, Naturheilmittel, Depotkosmetik Parfümerie. Für die Weiterentwicklung und Ausbau unserer Drogerie als führendes Fachgeschäft im Kosmetik- und Parfümeriebereich wollen wir Ihr Interesse, und Aufmerksamkeit als

Drogist/in

gewinnen. Wir suchen Ihre menschlichen und fachlichen Qualitäten als **Rayonleiter/in Schönheit**. Sie sind eine verkaufsorientierte Persönlichkeit und haben Freude an der Ausbildung der Mitarbeiter und Lehrlinge. Für Sie ist echte Teamarbeit wesentlicher Teil Ihres Kulturverständnisses, weshalb es Ihnen auch Spass macht, Ihr Wissen an andere weiterzugeben. Es gelingt Ihnen gut, Menschen für Ihre Ideen einzunehmen, und Sie verfügen über den nötigen Schuss Überzeugungskraft. Sie kennen das Estée Lauder Depot seit längerer Zeit, und sind mit der Betreuung bestens vertraut, die Verantwortung und Führung der Depotmarke

Estée Lauder

ist für Sie eine echte Herausforderung, Sie haben Freude an Beratung von Kosmetik und Parfums. Sie sind es gewohnt mit Budget und Zielerreichung umzugehen. Aktive Weiterbildung um Ihr Wissen auf dem neusten Stand zu halten ist für Sie selbstverständlich. Falls Sie sich mit den Marken: Clinique, Biotherm, Dior, Lancôme, Clarins und Louis Widmer auskennen, sowie eine Ausbildung als **Visagist/in** vorweisen können, ist das ein grosser Vorteil. Dann sind Sie die richtige Frau oder der richtige Mann für uns.

Lassen Sie sich von uns überzeugen und schicken Sie Ihre Unterlagen mit Foto an Herrn Thomas Geiser.

Drogerie Geiser AG . Gotthardstrasse 67 . 6460 Altdorf . Telefon 041 874 77 77
info@drogerie-geiser.ch



**DROGERIE
GEISER**

«Fachgeschäft Gesundheit, Schönheit und Lebensqualität»



Die swidro gmbh gehört mit 71 Mitgliedern zu den führenden Drogeriegruppierungen der Schweiz.

Wir suchen per 1. Juli 2009 oder nach Übereinkunft eine kreative Persönlichkeit zur selbständigen Leitung unserer Werbe-/Marketingabteilung.

Bereichsleiter/in Werbung/Marketing (100%)

Zu Ihren Aufgaben gehören Planung, Koordination und Umsetzung der Werbe- und Verkaufsförderungsaktivitäten, weiter der gesamte PR-Bereich, die Betreuung unserer Homepage und diverse administrative Arbeiten.

Ihr Profil: Lehre als Drogist/in und / oder kaufmännische Grundausbildung, abgeschlossene Weiterbildung im Marketingbereich, z.B. als Marketingplaner/in.

Gehören Organisationstalent, Belastbarkeit und ein hohes Qualitätsbewusstsein zu Ihren Stärken? Ist für Sie eine effiziente Arbeitsweise mit grosser Eigeninitiative eine Selbstverständlichkeit?

Dann freuen wir uns darauf, Sie kennen zu lernen.
Senden Sie bitte Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen an:

swidro gmbh, Stefan Christinger, Hinterbergstrasse 24,
6330 Cham. Telefon 041 740 44 50,
s.christinger@swidro.ch, www.swidro.ch

Drogist/in 80-100%

Für unsere homöopathische Abteilung im 1. Stock der Wettstein Apotheke suchen wir auf den 1. Mai oder nach Vereinbarung eine dynamische, junge und Homöopathie interessierte Drogistin. Zu Ihren Aufgaben gehören das Mischen von Tinkturen, die Herstellung homöopathischer Mittel und Kundenberatungen.

Gerne erwarte ich Ihre Bewerbung
Wettstein Apotheke AG
S. Villalonga-Hofstetter
Wettsteinplatz 3, 4058 Basel, Telefon 061 691 20 77



Klassische Homöopathie

3-jährige Ausbildung
berufsbegleitend

www.khst.ch
schule@khst.ch
041 760 82 24



Informationen zu den Stellenanzeigen
sowie den aktuellen Stand der Stellen
finden Sie unter **www.d-flash.ch**



ANWANDER VERPACKUNGEN

**Verpackungen für
pharmazeutische Produkte
chemisch-technische Produkte
kosmetische Produkte
Lebensmittel
Labor- und Offizinbedarf**

**1500 Artikel im Standard-Sortiment
sofort ab Lager lieferbar.
Verlangen Sie unseren Katalog.**

E. Anwander & Cie. AG Langmattstrasse 12 CH-4104 Oberwil
Telefon 061 338 33 33 Telefax 061 338 33 11
info@anwa.ch www.anwa.ch

Wir suchen in der Drogerie im Telli in Aarau per Juni eine

Engagierte dipl. Drogistin HF 100%

mit Flair für Kosmetik und Freude an Komplementär-Medizin

Wir bieten Ihnen:

- Selbständiges verantwortungsvolles Arbeiten
- Aufbau und Erweiterung der Produkte, Sortimente und Aktivitäten
- Mitarbeit bei innovativen Konzepten und Aktivitäten
- Persönliche und berufliche Entwicklungsmöglichkeiten
- Fortschrittliche Anstellungsbedingungen
- Motiviertes und herzliches Team

Unsere Vorstellung:

- Dynamische dipl. Drogistin HF 100% mit Ideen und Umsetzungskraft
- Starke Verkäuferin mit kundenorientiertem und unternehmerischen Denken
- Zielorientierte, vielseitig interessierte und kommunikative Persönlichkeit

Habe ich Ihr Interesse geweckt?
Gerne stehe ich für Fragen zur Verfügung.

Bewerben Sie sich unter folgender Adresse:

Drogerie im Centro
Susanne Werder
Hauptstrasse 18
4654 Lostorf

Telefon 062 298 08 20
susanne.werder@gmx.ch



Branchen Versicherung
Assurance des métiers
Assicurazione dei mestieri



Einladung

Wir freuen uns, unsere Mitglieder an die

107. Generalversammlung

der Metzger-Versicherungen, Versicherungsverband
Schweizer Metzgermeister

einzuladen.

**Mittwoch, 6. Mai 2009,
Lake Side Casino Zürichhorn, Zürich**

Programm

15.00 Uhr	Generalversammlung Lake Side Casino, Zürich
16.00 Uhr ca.	Ende
anschliessend Apéro	

Stimmberechtigte Genossenschafter erhalten eine persönliche Einladung.

Branchen Versicherung Schweiz
Irisstrasse 9, Postfach, CH-8032 Zürich
T 044 267 61 61, F 044 261 52 02
www.branchenversicherung.ch

Branchen Versicherung Schweiz ist eine Marke der Metzger-Versicherungen,
Versicherungsverband Schweizer Metzgermeister.

Bio-Strath AG

Fortifiants/Remèdes à base de plantes

Représentant(e) à 100% pour la Suisse Romande et le Tessin

Nous recherchons, pour notre service extérieur en Suisse romande et au Tessin, un(e) collaborateur(trice) qualifié(e) qui s'engage à fond en faveur des produits exclusifs que nous fabriquons.

Vous visiterez les pharmacies, les drogueries, les magasins de produits diététiques ainsi que les animaleries.

Il vous incombera d'organiser des cours de formation pour leur personnel, des conférences pour la clientèle et d'y planifier des promotions.

La diffusion d'informations sur les résultats des recherches relatives aux préparations Strath fait partie intégrante de vos entretiens avec les clients.

Entrée en fonction: dès maintenant ou à convenir

En tant qu'entreprise traditionnelle suisse, nous vous offrons:

- _ une gamme de produits uniques en leur genre
- _ une large indépendance
- _ de bonnes prestations sociales

et attendons de votre part:

- _ des connaissances très professionnelles (une formation de droguiste serait un avantage)
- _ de parler français (langue maternelle) – allemand, éventuellement italien
- _ âge: environ 30 – 40 ans
- _ l'expérience de la vente dans un commerce spécialisé ou un service externe



Nous nous réjouissons de recevoir votre candidature. Veuillez envoyer votre dossier à l'adresse suivante:

Bio-Strath AG,
Monsieur David Pestalozzi
Mühlebachstrasse 38
8032 Zurich

M. Pestalozzi vous fournira volontiers toutes informations utiles:
044 250 71 00

Wir suchen auf Juni oder nach
Vereinbarung eine

Drogistin 100%

Wir bieten Ihnen:

- eine interessante Arbeitsstelle in der schönen Bergwelt
- ein abwechslungsreiches Umfeld
- sehr selbstständiges und verantwortungsvolles Arbeiten
- ständige Weiterbildungsmöglichkeiten
- eine moderne, grosse Drogerie-Parfümerie mit einem breiten Sortiment
- vorhandene Personalwohnung

Unsere Vorstellung:

- selbstständig, flexibel und innovativ
- gute kosmetische Kenntnisse
- organisatorisches Talent
- sprechen möglichst eine Fremdsprache (e,f,i)

Haben wir Ihr Interesse geweckt?
Gerne stehe ich für Fragen zur Verfügung.

Bewerben Sie sich unter folgender Adresse:
Herr Thomas Kaspar, Drogerie Spillmann
Poststrasse, 7050 Arosa, Tel. 081 377 35 03



Drogist/in 100% gesucht für unsere Naturathek

Wir sind ein top modernes Geschäft mit Drogerie-Apotheke-Parfümerie und Naturathek. Wir suchen für unsere Naturathek per **1. Mai 09** oder nach Vereinbarung eine/n sonnige und verantwortungsbewusste Drogist/in, die/der auch gerne unsere Eigenprodukte produziert und gerne selbstständig arbeitet.

Ihre fachspezifische Qualitäten liegen vor allem im Pharma/komplementärmedizinischen Bereich aber auch Depotkosemtik ist für Sie kein Fremdwort. Ihr Stärken liegen in der Beratung und der Herstellung und arbeiten gerne in einem grossen Team, dann sind Sie bei uns genau richtig.

Attraktive Anstellungsbedingungen die über den üblichen Rahmen hinausgehen und ein 15 köpfiges Fachspezialistenteam freut sich, Sie bald kennen zu lernen.

Für telefonische Informationen steht Ihnen
Frau Katja Weber sehr gerne zur Verfügung.

Gerne dürfen Sie Ihre Unterlagen an folgende Adresse senden:

Apotheke Drogerie Hirsig
Katja Weber
Alte Landstrasse 130
8800 Thalwil
Tel. 044 720 06 18
Mail: info@drogeriehirsig.ch



dropa
DROGERIE
Lust auf eine neue Herausforderung?
Ein Klick zu Ihrem Traumjob unter
www.dropa.ch

Sales Representative Ostschweiz oder Basel

Merck Sharp & Dohme-Chibret AG is the Swiss subsidiary of Merck & Co., Inc.. Merck is a leading company in the pharmaceutical industry discovers, develops, manufactures and markets vaccines and medicines to address unmet medical needs.

Suchen Sie eine neue Herausforderung im Aussendienst (Region Ostschweiz oder Basel) bei einem führenden internationalen Pharmaunternehmen? Wir bieten sie Ihnen!

Ihr Verantwortungsbereich:

- fundierte wissenschaftliche Kenntnisse und erfolgreicher Verkauf der Produkte durch gezielte Anwendung Ihres Marktwissens
- als Sales Representative: Betreuung der Allgemeinpraktiker in den Praxen des Ihnen zugeteilten Gebietes
- Analyse und Priorisierung der Kundenbedürfnisse zur Absatzsteigerung und Zielerreichung mittels interner und externer Kommunikation
- Zusammenarbeit mit dem Verkaufs- und Marketingteam zur Sicherstellung einer effizienten Koordination der Verkaufsaktivitäten
- Organisation und Durchführungen von Fortbildungsveranstaltungen und Teilnahme an Kongressen

Ihr Profil:

Wir erwarten von Ihnen eine Grundausbildung naturwissenschaftlicher, medizinischer oder paramedizinischer Richtung und/oder bringen bereits 2-3 Jahre Verkaufserfahrung im Gesundheitswesen mit. Wir wenden uns an eine überzeugende Persönlichkeit mit Verhandlungsgeschick, hoher Kundenorientierung, unternehmerischem Verständnis und sehr guten analytischen und organisatorischen Fähigkeiten. Sie arbeiten sowohl gerne selbstständig als auch im Team und zeichnen sich durch hervorragende Kommunikationsfähigkeiten sowie eine hohe Beziehungsfähigkeit aus. Sie verfügen über fließende Deutsch- und Englischkenntnisse, gute Französischkenntnisse sind von Vorteil.

Wir bieten ein kompetentes Umfeld, ein dynamisches Team, faszinierende Aufgaben sowie interessante Projekte und attraktive Anstellungsbedingungen. Interessiert? Dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen online oder an:



Merck Sharp & Dohme-Chibret AG
Human Resources
Schaffhauserstrasse 136
8152 Opfikon-Glattbrugg
www.msd.ch

Für unser Geschäft im Dorfzentrum von Dornach suchen wir per 1. Mai 2009 oder nach Vereinbarung ein/e

Drogist/in 100%

Mit unserem breitgefächerten Angebot und unserem vielseitigen Produktesortiment können wir Ihnen eine sehr abwechslungsreiche und interessante Tätigkeit anbieten. Sie haben eine abgeschlossenen Lehre als Drogistin, haben Freude an der Beratung und Betreuung unsere Kundinnen und Kunden, und übernehmen gerne eine verantwortungsvolle Tätigkeit.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Ihre Bewerbung mit den üblichen Unterlagen senden Sie bitte an:

Frau Isabelle Jacquemai-Blum
Drogerie zur Post, Hauptstrasse 1
Tel. 061 701 49 00, 4143 Dornach



Eine Ära geht zu Ende

Vom 1. August 1950 – Ende Januar 2009 durfte Hans Wiedmer in seiner Drogerie in Glattfelden tätig sein.

Traurig nehmen wir Abschied von einer grossen Kämpferatur.

HANS WIEDMER, Drogist

6. Februar 1923 – 30. Januar 2009

Nach einem Hirnschlag durfte er nach einem reich erfüllten Leben sanft einschlafen. Seine unermüdliche Art und seinen ungebrochenen Arbeitswillen werden wir nie vergessen.

Drogerien / Diverses

Firmenverkauf / Firmenübernahme

Aus gesundheitlichen Gründen und diesbezüglicher längerer Abwesenheit des Geschäftsinhabers ist ein wachsendes und mit qualitativ hochstehenden Produkten handelndes Unternehmen im Kosmetikumfeld zu verkaufen. Das Unternehmen konnte sich in den vergangenen 9 Jahren eine gute Markposition erarbeiten, die es gilt zu pflegen und weiter auszubauen.

Die Produkte werden über den Fachhandel, Warenhäuser, Drogerien und Apotheken in der ganzen Schweiz vertrieben. Potential besteht im aufgebauten Kundenstamm und im Vertrieb von zusätzlich innovativen Produkten.

Ideal für bestehende Firmen zum Ausbau der Distribution oder für Existenzgründer mit Freude am Verkauf und der Weiterentwicklung des Unternehmens!

Anfragen unter Schweizerischer Drogistenverband,
Chiffre 3036, Postfach 3516, 2500 Biel 3.

Zu verkaufen

wegen Pensionierung, per sofort oder nach Übereinkunft:

- **Standard Drogerie-Artikel** mit langen Lauffristen gegen bar
En bloc mit 55 % Marge oder Teile davon (nach Vereinbarung)
- **4 Kreuzgondeln**, Limba hell

ca. 17km südlich von Bern, nach telefonischer Anmeldung:
Telefon 079 501 07 45

Zu vermieten an guter Lage in Murgenthal

Ladenlokal, ca. 100 m², eignet sich als Drogerie, etc.

Grosse Schaufenster, automatische Türe, grosser Lagerraum und genügend Parkplätze

Zins günstig, Auskunft: Ed. Kissling
Hauptstrasse 68
4853 Murgenthal/AG
Telefon 062 926 18 44

Auf 1. Juli 2009 vermieten wir in **Giswil** an bester Lage im steuergünstigen Kanton Obwalden

Laden/Büro oder Praxislokal 157 m²

- ebenerdig
- nahe Autobahn
- PP vor dem Haus
- z. Zt. ist eine **Drogerie** im Lokal
- Auskunft erteilt gerne
Telefon 041 675 13 09 oder 079 737 40 25

*Überall sind Spuren Deines Lebens,
Gedanken, Bilder, Augenblicke und Gefühle,
die uns immer an Dich erinnern werden.*

HARRY LÜTHI-BIERI

20. 6. 1926 – 26. 2. 2009 eidg. dipl. Drogist

Ein langes, erfülltes Leben ist friedlich zu Ende gegangen. In Liebe und Dankbarkeit nehmen wir Abschied.

Käthi Lüthi-Bieri, Kinder, Grosskinder, Geschwister und Verwandte
Chutzenweg 3, 3110 Münsingen

Die Trauerfeier fand am Montag, 9. März 2009, in der reformierten Kirche in Münsingen statt. Im Gedenken an den Verstorbenen nimmt die Lungenliga PC 30-7820-7, Vermerk: Harry Lüthi, ihre Spende gerne entgegen.

Unverkrampt in allen Lebenslagen.

Zitronenfrische Magnesium
Kautabletten bei Wadenkrämpfen.



- ✓ Praktische Kautablette
- ✓ Zitronenfrisch
- ✓ Gutes Preis-/Leistungsverhältnis

NEU



empfohlener Publikumspreis
actimagon® 60 Kautabletten

CHF 15.35

Magnesium Kautabletten – für einen aktiven Lebensstil.

actimagon®
kautabletten

Kurzfachinformation actimagon®

Z: Magnesiumlaktat-dihydrat 1078.5 mg (entspr. 110 mg Mg^{2+}), Magnesiumcitrat 125 mg (entspr. 10 mg Mg^{2+}). **I:** Wadenkrämpfe, Muskelzuckungen, rastlose Beine, bei erhöhtem Bedarf im Hochleistungssport und während der Schwangerschaft, bei Mangelzuständen infolge ungenügender Zufuhr. **D:** 3x täglich 1 Kautablette. **K:** Niereninsuffizienz und Exsikkose, Calcium-Magnesium-Ammoniumphosphat-Steindiathese, Phenylketonurie. **V:** Eingeschränkte Nierenfunktion. **IA:** Herabgesetzte Resorption von Calcium, Tetracyclinen, Chinolonen, Aminoglykosiden und Vancomycin. **UAW:** Weiche Stühle, gelegentlich Durchfälle. **P:** 20 und 60 Kautabletten. **Abgabekategorie:** D. **Vertrieb:** Nycomed Pharma AG, 8600 Dübendorf. Ausführlichere Informationen: vgl. Arzneimittelkompendium der Schweiz.