

d-inside



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

6/09

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

«Wir werden weiter wachsen»

Der CEO von Similasan,
Urs Lehmann, im Interview.

S. 12

Objectif: croissance

Une interview d'Urs Lehmann,
CEO de Similasan.

Näher zum Kunden!

Was die Studie zu **DrogoCare**
ans Licht brachte.

S. 16

Plus près des clients!

Les conclusions de l'étude **DrogoCare**.

Für Mutter und Kind

n-3-Fettsäuren, damit sich Gehirn
und Augen optimal entwickeln.

S. 32

Pour la mère et l'enfant

Des acides gras n-3 pour un développe-
ment optimal des yeux et du cerveau.

Neue Produkte, alte Fehler

Der Schweizer Kontaktlinsenmarkt wächst – und mit ihm
der Informationsbedarf rund um die Handhabung von
Kontaktlinsen.

S. 24

Nouveautés et erreurs récurrentes

En Suisse, les ventes de lentilles de contact ne cessent
d'augmenter – de même que les questions concernant leur
entretien et leur maniement.

Die Schau im Netz
Etalage sur internet

S. 10

Einsatz fürs Image
Promotion de l'image

S. 18

Droga Helvetica
Droga Helvetica

S. 23

Sommerlich schön
En beauté pour l'été

S. 28

«Galexis als Partner, weil meine Kunden mir wichtig sind.»

Karin Haag, Zentrum Drogerie Haag in Zuchwil



IHR VOLLGROSSIST GALEXIS – WEIL WIR SIE GERNE ZUFRIEDEN SEHEN

Galexis AG

Industriestrasse 2 · Postfach · CH-4704 Niederbipp
Telefon +41 58 851 71 11 · Telefax +41 58 851 71 14
info@galexis.com · www.galexis.com

GALEXIS, EIN UNTERNEHMEN DER GALENICA GRUPPE

Editorial

Jahrmarkt der Ideen



Stell dir vor, es wird Frühling, und für das kommende Jahr wird kein Anstieg der Krankenkassen-Prämien angekündigt... Das setzt zugegebenermassen ziemlich viel Fantasie voraus. Schon fast routiniert wohnen wir Jahr für Jahr bei, wie Spar- und Sanierungsideen ausgetauscht werden wie Panini-Bildchen vor der Fussball-WM: Tausche zwei Patientenpauschalen gegen eine höhere Franchise und eine rumänische Krankenschwester zum Dumping-Lohn.

Doch derart wild ins Kraut geschossen wie diesen Frühling sind die Ideen, Vorschläge und Konzepte, wie man die Kostenspirale stoppen könnte, noch nie. Bundesrat und Prügelknabe Pascal Couchepin zaubert – sekundiert von den Krankenkassen – ganze Hasenkolonien aus dem Hut. Der weisse Block der Hausärzte geht demonstrativ auf die Strasse und will den Hausarztberuf umgehendst in der Verfassung verewigt sehen. Selbstverständlich zeigen wie immer alle ungeniert mit dem Finger auf die Pharmaindustrie, die eh an allem schuld ist und uns mit exorbitanten Medikamentenpreisen ruiniert. Coop und Migros dienen sich – mit dem Plazet von Santésuisse – an, neben frischem Gemüse aus der Region auch Inkontinenz-Windeln ins Sortiment aufzunehmen, deren Kosten dann von den Kassen übernommen würden. Noch warten wir auf die Ankündigungen von Aldi und Lidl, steriles Operationsbesteck und rezeptpflichtige Medikamente zu Hammerpreisen in die Paletten-Regale zu hieven...

An dieser Stelle ein kleines Quiz*:

1. Wenn Gesundheit das wertvollste Gut ist:
Weshalb sollte es dann nicht auch teuer sein dürfen?
2. Wenn schon niemand gern entmündigt wird:
Weshalb delegieren alle die Verantwortung für die eigene Gesundheit und die Schuld am Kranksein an andere?

Heinrich Gasser



* Teilnahmeberechtigt sind alle mit gesundem Menschenverstand (insbesondere Drogistinnen und Drogisten, die sich seit Jahrzehnten um die Gesundheit ihrer Kundschaft kümmern, ohne dass sie bei jedem Beratungsgespräch gleich den Zähler einschalten). Vom Wettbewerb ausgeschlossen sind alle Krankheitsexperten. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen und Korrespondenz nimmt der Verfasser gerne entgegen.

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: Swiss Printers AG, Zofingen
Titelbild: www.gettyimages.de

d-inside ist das Medium der Droga Helvetica:

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



Foire aux idées

Imaginez un peu: c'est le printemps et on ne nous annonce pas de hausse des primes maladie pour l'année prochaine. D'accord, cela demande une bonne dose d'imagination. Nous nous sommes en effet habitués aux échanges d'idées d'assainissement des finances de la santé publique – un peu comme les fans de foot échangent des images Panini: je t'échange deux forfaits patients contre une franchise plus élevée et une infirmière au rabais. Mais cette année, les propositions élaborées pour stopper la spirale infernale des coûts de la santé sont tout simplement farfelues. Le Conseiller fédéral Pascal Couchepin – secondé par les assureurs – n'en finit pas de faire sortir des lapins de son chapeau. La masse blanche des médecins généralistes manifeste dans les rues et demande que la médecine de famille soit immédiatement ancrée dans la Constitution. Evidemment, tout le monde montre du doigt l'industrie pharmaceutique, responsable de tous les maux et qui nous ruine avec les prix exorbitants de ses médicaments. Coop et Migros se proposent – avec la bénédiction de santésuisse – d'intégrer dans leur assortiment, outre les légumes frais de la région, des protections contre l'incontinence – remboursées par les caisses-maladie. Nous attendons donc impatientement qu'Aldi et Lidl nous annoncent la vente d'instruments chirurgicaux et de médicaments soumis à ordonnance à prix cassés...

Alors voici un petit quiz*:

1. Si la santé est le bien le plus précieux: pourquoi ne peut-elle pas coûter plus cher?
2. Puisque personne n'aime être mis sous tutelle: pourquoi tout le monde délègue aux autres ses propres responsabilités en matière de santé et de maladie?

Heinrich Gasser

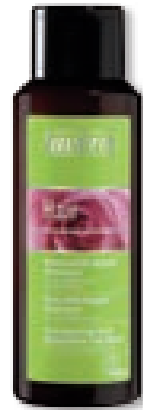
* Sont autorisés à participer toutes les personnes dotées d'un peu de bon sens (en particulier les droguistes qui s'occupent depuis des décennies de la santé de leurs clients – sans enclencher le compteur pour chaque conseil dispensé). Ne sont pas autorisés à participer les experts des maladies. Tout recours est exclu. L'auteur se réjouit de recevoir votre courrier.

Produkte-News

Bio Partner Schweiz AG

Das Rosenmilch-Repair-Shampoo von Lavera Hair versorgt strapaziertes und trockenes Haar. Die innovative Pflanzenmilch aus Lecithin und Rosenblütenextrakt pflegt das Haar sichtbar geschmeidig und weich. Für einen Effekt, welcher den Vergleich mit konventionellen Shampoos nicht zu scheuen braucht. Öko-Test-Gesamturteil vom März 2009: «sehr gut». Ebenso mit «sehr gut» getestet: Kornblumen, Apfelmilch, Orangenmilch und Mangomilch.

www.lavera.ch



Iromedica

Aktuell: Osa Display mit Beissring. Machen Sie mit beim tollen Displayangebot mit attraktivem Konsumentenangebot: «Beim Kauf von einer Originalpackung Osa Zahngel oder Osa Pflanzenzahngel erhalten Sie kostenlos einen Osa Beissring.» Das Leaderprodukt Osa hilft bei Zahnungsbeschwerden bei den ersten Zähnen. «Zähnen ohne Tränchen». Osa Display, à je 10 OP Zahngel/Pflanzenzahngel plus 20 Beissringe, Pharmacode: 413 44 53 (deutsch), Pharmacode: 413 44 76 (französisch).

www.iromedica.ch



Iromedica

Chic – im neuen Kleid und näher zur Natur. Die Pelsano Hautschutzcreme ist rundum neu, neues Outfit und verbesserte Rezeptur. Das neue Pelsano Design besticht durch den sanften Verlauf und das Bekenntnis zur Sonnenblume. Die leicht fettende Hautschutzcreme schützt vor Wind und Wetter. Enthält Sheabutter, kostbares Arganöl, Sonnenblumen- und Sojaöl und pflegende Lipidstoffe. Sie pflegt die raue und spröde Haut. Ohne PEG-Emulatoren, mineralische Öle, Parabene und Farbstoffe. Pelsano Hautschutzcreme 100ml. Pharmacode: 219 08 78, Ex-Factory-Preis: Fr. 6.–, empfohlener VP: Fr. 10.80.

www.iromedica.ch



Novartis Consumer Health Schweiz AG

Neu: Die neue Generation der Wundheilung von Vita-Merfen®. Vita-Merfen® Wundheilgel beschleunigt die Heilung von Schnitt- und Schürfwunden sowie leichten Verbrennungen und reduziert das Risiko der Narbenbildung. Das angenehm kühlende Gel brennt nicht auf der Haut. Vita-Merfen® Wundheilgel ist ein Medizinprodukt.

www.novartis.ch



Patient Diagnostics AG

Bei einer Harninfektion liegt eine Entzündung der ableitenden Harnwege vor und wird zumeist durch Bakterien verursacht. Männer, Frauen und Kinder können Harnwegsinfektionen bekommen. Betroffen sind vor allem Frauen sowie auch ältere Männer, wenn eine vergrösserte Prostata den Harnabfluss stört. Frühe Erkennung verhindert das Aufsteigen der Bakterien und die Entstehung einer Nierenbeckenentzündung mit starken Schmerzen und hohem Fieber.

www.patientdiagnostics.ch



Sandoz Pharmaceuticals AG

Calcium Sandoz® Sun & Day zur unterstützenden Vorbereitung auf die Sonne. Calcium stabilisiert die Zellwände und vermindert dadurch die Ausschüttung von Histamin. Betacarotin dient dem Unterhalt der Haut und des Gewebes. Zusammen mit den Vitaminen C und E kann es als Antioxidans freie Radikale neutralisieren. Packung mit 20 Brausetabletten, Nahrungsergänzungsmittel. Vertrieb: Sandoz Pharmaceuticals AG, Cham.

www.sandoz-mineralien.ch



Tentan AG

Gynofit – die sanfte, natürlich wirksame Lösung für Vaginalprobleme. Gynofit Milchsäure-Vaginalgel hilft bei Juckreiz, Brennen und schlecht riechendem Ausfluss. Reguliert den pH-Wert. Gynofit Befeuchtungs-Vaginalgel hilft unmittelbar und spürbar gegen Trockenheit. In hygienischen Verpackungen mit Applikator zum Einführen. Ohne Konservierungsmittel. 100 % fachhandelstreu mit Top-Marge und TV Werbung im Juni 2009! www.gynofit.ch



Preiseltvit-Vertrieb

Neu: Preiselbeer- und Kürbiskernkonzentrat mit Vitamin C. Die Wirkung von Ölkürbis wird dem Cucurbitin, den phenolhaltigen Glykosiden (Lignane) und den Phytosterinen zugeschrieben. Die europäische Preiselbeere (Vaccinium vitis-idaea) ist zur Behandlung von Blasenschwäche und Blasenreizzuständen bekannt. Die Kombination von Preiselbeerextrakt mit Kürbiskernkonzentrat im gleichen Präparat ergibt eine gute Wirkung bei Blasenschwäche bzw. Harninkontinenz. Empfehlen Sie das neue Preiseltonin. Nur Preiseltonin enthält die spezielle Kombination von Preiselbeer- und Kürbiskernkonzentrat.

www.preiselvit.ch



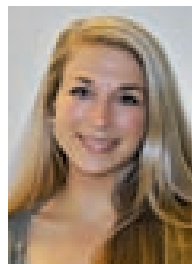


Die Ausstellung gibt nicht nur Informationen weiter, sondern lädt die Besucherinnen und Besucher auch ein, Teekräuter und Düfte zu erkennen (scharf beobachtet von Kräuter-Pfarrer Künzle).

Sonderausstellung «Pioniere der Naturheilkunde»

Der Andrang war gross: Über sechzig interessierte Besucherinnen und Besucher durften **Markus und Ruth Nigg-Zumsteg** an ihrer Vernissage vom 29. April 2009 begrüßen. Mit der Vernissage im Ortsmuseum in Untersiggenthal (AG) eröffnete das Drogistenpaar seine Sonderausstellung zu den «Pionieren der Naturheilkunde». «Der Effort war gross, aber die über zwei Jahre Vorbereitung haben sich gelohnt», so Ruth Nigg-Zumsteg, die sich über das grosse Interesse und die vielen positiven Reaktionen freute. Doch die Ausstellung ist noch nicht vorbei. Wer sie besuchen möchte, kann dies bis am 4. Oktober 2009 noch an sechs Sonntagen tun. Zu sehen gibt es einiges über altes Volkswissen und Wissenswertes aus Grossmutter's Trickkiste sowie die Geschichte und Errungenschaften der sieben Pioniere der Naturheilkunde Paracelsus, Samuel Hahnemann, Emma Kunz, Jean Valnet, Alfred Vogel, Kräuter-Pfarrer Künzle und Bruno Vonarburg. Öffnungszeiten und Lageplan sind auf www.drogerie-zumsteg.ch zu finden.

Neu im SDV-Verkaufsteam



Seit dem 1. Mai 2009 ist **Nadia Bally** neu als Kundenberaterin für den Schweizerischen Drogistenverband unterwegs. Gemeinsam mit dem Verkaufsleiter Michael Severus steht sie bei sämtlichen Fragen zur Kommunikation in den SDV-Medien zur Verfügung. Die ehemalige Drogistin mit Marketingplaner arbeitete zuvor bei der Dr. Graeb AG in Bern und der Spirig AG in Egerkingen. Sie erreichen Nadia Bally unter n.bally@drogistenverband.ch.

Neues Verwaltungsratsmandat

Das Modehaus Schild nimmt zwei Frauen in seinen Verwaltungsrat auf. Es handelt sich um **Arianne Moser-Schäfer** (Dropa Holding, Bernina) sowie die Ex-Swissair-Sprecherin und ehemalige Valora-Verwaltungsratspräsidentin **Beatrice Tschanz Kramel**.

Gesunde Gelbwurz

Der Farbstoff Curcumin, der dem Gewürz Kurkuma seine gelbe Farbe verleiht, festigt die Zellmembranen und erhöht damit ihre Widerstandsfähigkeit gegenüber Krankheitserregern. Das haben amerikanische Forscher herausgefunden. Die Curcuminmoleküle bauen sich demnach

in die Zellmembranen ein und stabilisieren diese, berichten die Wissenschaftler von der Universität Michigan in Ann Arbor.

wissenschaft.de

Cola und Co. schaden bei Durchfall

Das Verabreichen von Cola ohne Kohlensäure oder Limonade schadet Kindern, die an Erbrechen und Durchfall leiden, mehr, als dass es ihnen hilft. Die positive Wirkung zuckerhaltiger Getränke bei Magen-Darm-Entzündungen sei ein Mythos, betonte das National Institute for Health and Clinical Excellence (NICE). In schlimmen Fällen müssten Kinder unter fünf Jahren vielmehr mit speziellen Getränken gegen eine Dehydrierung behandelt werden. Rasches Handeln sei erforderlich, um einen Krankenhausaufenthalt zu vermeiden, so die Berater des National Health Service NHS. NICE veröffentlichte diese Warnung als Teil von Richtlinien zur Behandlung von Gastroenteritis bei Kindern in England und Wales.

Wechsel bei Sidroga



Nach fast drei Jahren als Key Account Manager hat **Marco Baranzini** die Sidroga AG per Ende April verlassen und als Aussendienstleiter zur Weleda AG gewechselt. Seine Nachfolge per 1. Mai 2009 hat **Angelika Grüter**, die zuvor bei der SCA Hygiene Products AG tätig war, übernommen. Sidroga gratuliert Marco Baranzini zu diesem Karriereschritt und wünscht alles Gute für die Zukunft.

Arbeitsstress belastet den Rücken

Nicht allein körperliche Belastungen am Arbeitsplatz, sondern auch Stress kann Rückenschmerzen verursachen. Davor warnt die Berufsgenossenschaft für Gesundheitsdienst und Wohlfahrtspflege (BGW). Mehrere Studien haben gezeigt, dass bestimmte psychosoziale Belastungen Rückenschmerzen auslösen oder verschlimmern können, betonen Fachleu-

te. Neben ergonomischen Verbesserungen des Arbeitsumfeldes wie rückenfreundliche Stühle, Stehpulte, technische Hilfsmittel zum Heben und Tragen sollen bei Rückenschmerz auch die Arbeitsorganisation und das Betriebsklima unter die Lupe genommen werden, so die Empfehlung des BGW.

Herzlichen Dank, Stephan



Sein Jahr ist vorbei. Doch den Drogerien hat er viel gebracht. So war der Beruf der Drogistinnen und Drogisten in den Medien kaum so präsent wie während des Amtsjahres von **Stephan Weiler**, der am 2. Mai 2009 durch den neuen Mister Schweiz **André Reithebuch** abgelöst worden ist. Stephan Weiler war für die Drogerien ein Glücksfall. So rührte er für die

Drogerien kräftig die Werbetrommel, und nicht nur seine Autogrammstunden in den Drogerien, sondern auch seine Videospots auf vitagate24.ch und seine Kolumne im *Drogistenstern* waren sehr beliebt. So war beispielsweise **Dominik Engeli**, Mitinhaber der Apotheke-Drogerie-Parfümerie Aemisegger, nach der Autogrammstunde begeistert und meinte: «Insgesamt wurden ungefähr 500 Autogrammkarten geschrieben und das Echo der Kundschaft war sehr positiv. Dank dieser Stunde konnten wir in unserer Drogerie einige neue Gesichter begrüßen.» 50 000 Tragtaschen, tausende Autogrammkarten und Plakate: Insgesamt stand Stephan Weiler an 13 Autogrammstunden in verschiedenen Drogerien Rede und Antwort, war an zwei Publikumsmessen in Bern und Zürich präsent. Wir danken Stephan Weiler für die angenehme Zusammenarbeit und wünschen ihm für die Zukunft alles Gute!

Führungswechsel beim Marktforscher GfK Switzerland



Im 50. Jubiläumsjahr von GfK Switzerland tritt **Peter Hofer** per 30. Juni 2009 als CEO von GfK Switzerland zurück. Er bleibt bis Jahresende Präsident des Verwaltungsrates. Der Vorstand der internationalen GfK-Gruppe überträgt **Peter Meyer** per 1. Juli 2009 die strategische und operative Geschäftsleitung und ernannt ihn zum neuen CEO der GfK Switzerland AG.

Alkohol in Mundspüllösungen: unnötig und riskant

Alkohol in Mundspüllösungen hat keinen zahnmedizinischen Nutzen, stellt aber für Teile der Bevölkerung einen Risikofaktor dar. Darauf weist das Fachmagazin

Regeneriert irritiertes Zahnfleisch in nur 21 Tagen.

www.meridol.ch



meridol® Zahnpasta und Mundspülung aus der meridol® Forschung bewirken schon nach dreiwöchiger Anwendung eine deutlich spürbare Regeneration von irritiertem Zahnfleisch. Die meridol® Zahnbürste unterstützt diese Wirkung optimal. Die einzigartigen, speziell weichen und feinen Borsten sind Balsam für Ihr Zahnfleisch. Das meridol® System enthält die einzigartige Wirkstoffkombination Aminfluorid/Zinnfluorid mit Langzeitwirkung. Sie ist klinisch erfolgreich getestet und hat ganz besondere Eigenschaften: Sie inaktiviert die beim Zähneputzen zurückbleibenden Reste von bakterieller Plaque (Zahnbelag), die sich am Zahnfleischsaum einnistet – die Hauptursache von Zahnfleischproblemen. Und zwar auch noch lange nach dem Zähneputzen. Denn dank des ausgezeichneten Haftvermögens

der Wirkstoffkombination in der Mundhöhle wird ein einzigartiger Depoteffekt mit einer sukzessiven Wirkstoffabgabe und somit eine Langzeitwirkung auf die Plaque erzielt. (Dies ist von Bedeutung, weil auch durch noch so gründliches Zähneputzen eine völlige

Plaquefreiheit kaum zu erreichen ist. Eine vollständige Entfernung der Plaque ist in der Regel nur durch eine professionelle Zahnreinigung möglich.) Durch diesen Depot- bzw. Langzeiteffekt wird auch die Neubildung der Plaque nachhaltig gehemmt. Zusätzlich enthält meridol® eine Wirkstoffkomponente, die eine wohltuende Wirkung auf das Zahnfleisch ausübt. Indem meridol® so zugleich regeneriert und schützt, hält es Zahnfleisch und Zähne gesund.

meridol
Balsam für Ihr Zahnfleisch.

für Zahnärzte «Dental Tribune» in seiner aktuellen Ausgabe hin. Vor allem Schwangere, Kinder, Jugendliche und Alkoholranke sollen nach Meinung der Forscher auf die Verwendung alkoholhaltiger Produkte verzichten. Ausserdem warnt die Zeitschrift vor Vergiftungen bei Kindern, die grössere Mengen alkoholhaltiger Mundspüllösung aus ungesicherten Flaschen konsumieren können. *pte*

Niedriges Muttermilcheiweiss bremst Übergewicht

Baby-Fläschchennahrung kann zu Übergewicht von Kleinkindern führen, da es mehr Proteine als Muttermilch enthält. Das besagt eine Studie des EU-Forschungsprojekts EARNEST (Early Nutrition Programming Project), die im «American Journal of Clinical Nutrition» veröffentlicht wurde. Die Forscher aus fünf Ländern beobachteten rund 1000 Säuglinge während ihres ersten Lebensjahres. Ein Teil der Kinder erhielt da-

bei Fläschchennahrung, die nach dem Zufallsprinzip entweder viel oder wenig Eiweiss enthielt, ein Drittel der Kinder wurde gestillt. Nach diesem Jahr waren Babys mit eiweissreicher Nahrung schneller gewachsen. An ihrem zweiten Geburtstag wiesen zwar alle Gruppen dieselbe Durchschnittsgrösse auf, während jedoch die Waage Unterschiede zeigte. Babys, die anfangs mit eiweissreicher Fläschchennahrung gefüttert wurden, waren schwerer als diejenigen mit eiweissarmer Nahrung. Letztere wiesen dasselbe geringere Gewicht auf wie gestillte Kinder. *pte*

Krebsliga: Neuer Geschäftsleiter

Der Vorstand der Krebsliga Schweiz hat dem bisherigen Geschäftsleiter, **Bruno Meili**, die Ausarbeitung des Nationalen Krebsprogramms 2011–2015 anvertraut. Per Mitte Mai 2009 neue Geschäftsleiterin ad interim wird deshalb **Marcelle Heller**, bisher Vorstandsmitglied der

Krebsliga und Geschäftsleiterin der Krebsliga Aargau. Mit diesen personellen Änderungen per Mitte Mai 2009 will die Krebsliga Schweiz optimale Voraussetzungen für die künftigen Herausforderungen schaffen. *pte*

37 Jahre Engagement für Galexis-Kunden



37 Jahre lang besuchte **Kurt Kammermann** als Kundenberater des Grossisten Galexis zahlreiche Drogerien. Nun geht Kammermann in Pension. Seine Nachfolge wird

Ruedi Koller übernehmen. Die Geschäftsleitung und die Mitarbeitenden der Galexis danken Kurt Kammermann ganz herzlich für die langjährige Treue und sein nimmermüdes Engagement und wünschen ihm viel Freude und persönliches Wohlergehen im verdienten Ruhestand. *fk*

37 ans au service des clients Galexis

Kurt Kammermann (voir ci-contre), qui s'est rendu auprès des droguistes à titre de conseiller clients du grossiste Galexis pendant pas moins de 37 ans, prend aujourd'hui sa retraite. Son successeur se nomme Ruedi Koller. La direction de la société Galexis et ses collaborateurs le remercient de son engagement sans faille et lui adressent leurs meilleurs vœux pour une retraite heureuse. *fk*

Du changement chez Sidroga

Après presque trois années passées chez Sidroga SA en tant que Key Account Manager, **Marco Baranzini** a annoncé sa démission à fin avril. Il s'apprête à rejoindre l'entreprise Weleda SA, où il occupera la fonction de responsable du service clients extérieur. **Angelika Grüter**, ancienne collaboratrice de SCA Hygiene Products SA, lui succèdera chez Sidroga. L'entreprise remercie Marco Baranzini et lui souhaite bonne chance pour l'avenir. *fk*

Femmes au sommet

La Maison de mode Schild vient de nommer deux femmes dans son conseil d'administration. Il s'agit d'**Arianne Moser-Schäfer** (Dropa Holding, Bernina) ainsi que de **Beatrice Tschanz Kramel**, ex-porte-parole de Swissair et ancienne présidente du conseil d'administration de Valora. *pte*

Stress au travail: plein le dos!

L'assurance-accidents du secteur privé de la santé en Allemagne affirme que les douleurs dorsales, souvent imputées aux charges corporelles, seraient également influencées par le stress ressenti sur le lieu de travail. Plusieurs études ont montré que certaines tensions psychosociales ou une liberté insuffisante de décision pouvaient également provoquer des problèmes de dos ou aggraver les douleurs existantes. En cas de douleurs dorsales, il faudrait donc non seulement envisager des mesures ergonomiques, comme des chaises adaptées au dos, des bureaux permettant de travailler debout, etc., mais également s'intéresser à l'organisation du travail et au climat qui règne au sein de l'entreprise. *pte*

Les médicaments trop ciblés sur les hommes

Selon la Prof. méd. **Vera Regitz-Zagrosek**, de Berlin, le développement des médicaments est trop orienté sur les besoins masculins. D'autant que les médicaments ont souvent des effets très différents chez les hommes et chez les femmes. Selon cette spécialiste, les effets secondaires sont 1,5 fois plus fréquents chez les femmes que chez les patients masculins. A titre d'exemple, le principe actif de la digitaline est efficace pour traiter les faiblesses cardiaques chez les hommes tandis qu'il augmente les risques de mortalité chez les femmes. Il semblerait aussi que les femmes réagissent plus aux médicaments contre les arythmies cardiaques et souffrent plus souvent d'effets secondaires. *doccheck.com*

Coca & cie:

à éviter en cas de diarrhée

Mieux vaut éviter de donner du coca sans acide carbonique ou de la limonade aux enfants qui souffrent de diarrhée ou de vomissements. A en croire le National Institute for Health and Clinical Excellence (NICE), en Grande-Bretagne, les effets bénéfiques des boissons sucrées sur les infections gastro-intestinales ne seraient qu'un leurre. Dans les cas graves, les enfants de moins de 5 ans doivent plutôt être traités avec des boissons spéciales contre la déshydratation. Les conseillers du NICE recommandent d'agir rapidement pour éviter tout risque d'hospitalisation. *pte*

Alcool: inutile et dangereux

Du point de vue de l'odontologie, il ne sert à rien de mettre de l'alcool dans les solutions de rinçage bucco-dentaires. Au contraire, l'alcool pourrait représenter un facteur de risques pour une partie de la population. C'est ce que vient de révéler le magazine spécialisé «Dental Tribune». Les chercheurs recommandent en particulier aux femmes enceintes, aux enfants, aux adolescents et aux alcooliques de renoncer à utiliser des produits contenant de l'alcool. Attention, les enfants risquent aussi de s'intoxiquer en ingérant d'importantes quantités de solution alcoolisée si les bouteilles ne sont pas dotées d'une fermeture sécurisée. *pte*

Chiffres d'affaires stables

Selon les résultats provisoires de l'Office fédéral de la statistique (OFS), les chiffres d'affaires nominaux du commerce de détail ont baissé de 3,1 % en février 2009 par rapport à février 2008. Corrigés du nombre de jours de vente (2008 année bissextile), ils sont supérieurs de 1 % à ceux de l'année précédente. En termes réels, soit corrigés de la variation des prix, les chiffres d'affaires du commerce de détail ont baissé de 3,8 % par rapport au même mois de l'année précédente. Corrigés de la différence du nombre de jours ouvrables, ils sont restés à leur niveau d'il y a un an (+ 0,2 %). Dans les différentes branches, seuls le «commerce de détail de produits pharmaceutiques, médicaux et de beauté» (+ 1,5 %) et le «commerce de détail en magasin non spécialisé» (+ 0,2 %) affichaient des chiffres d'affaires en hausse. *bfs.admin.ch*

Merci Stephan!

Son année vient de s'achever. Il a cependant beaucoup apporté aux drogueries. Ainsi, la profession de droguiste n'a jamais été aussi présente dans les médias que durant l'année où **Stephan Weiler** a été Mister Suisse. Un titre qu'il a remis le 2 mai 2009 à **André Reithebuch**. Stephan Weiler a été un sacré coup de chance pour les drogueries. Il a fait un véritable battage publicitaire pour les drogueries et ses séances d'autographes ainsi que ses clips vidéos sur vitagate24.ch et ses chroniques dans la *Tribune du droguiste* ont été très appréciés. Ainsi, **Dominik Engeli**, copropriétaire de la pharmacie-droguerie-parfumerie Aemisegger à Weinfelden (TG), ne cachait pas son enthousiasme après la séance d'autographes: «En tout, il a bien signé 500 autographes et les réactions de la clientèle ont été très positives. Grâce à cette animation, nous avons pu accueillir de nouvelles personnes dans notre droguerie.» Quelque 50 000 sacs, des milliers de cartes d'autographes et d'affiches: Stephan Weiler a participé à 13 séances d'autographes dans différentes drogueries et rencontré le public par deux fois, lors de foires à Berne et à Zurich. Nous remercions Stephan Weiler de son aimable collaboration et lui souhaitons bonne chance pour l'avenir! *fk*

Die Schweizer Weiterbildung im Detailhandel



Vorbereitungskurse auf die
Höhere Fachprüfung im Detailhandel als eidg. dipl.
Detailhandelsökonom/in
eidg. Berufsprüfung im Detailhandel als
Detailhandelspezialist/in
Textildetailhandelspezialist/in
Pharma-Betriebsassistentin

Kurse für Berufsbildner/innen
im Detailhandel

Informationsabende in Ihrer Nähe
Rufen Sie uns an oder besuchen Sie www.siu.ch

Kursorte
Zürich, Bern, Lausanne, Lugano
Aarau, Basel, Chur, Luzern, Olten, Schaffhausen, Siders,
Sion, Solothurn, St. Gallen, Winterthur, Zuz

SIU IFCAM
Schweizerisches Institut für Unternehmensschulung
Hauptsitz:
SIU im Detailhandel
Verena Conzett-Str. 23 · 8004 Zürich
Tel. 043 243 46 66 · Fax 043 243 46 60
detailhandel-zh@siu.ch · www.siu.ch

EDUQUA
EFMD
EFMD



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

Die Schau im Netz

Online Das Internet eignet sich gut, um ein Unternehmen zu präsentieren. Kann es doch – geschickt genutzt – ein zweiter Türöffner zur Drogerie sein. Über Möglichkeiten und Grenzen von Homepages und Onlineshops.



Gut 1,1 Mio. Domainnamen (.ch und .li) waren Ende 2007 bei Switch, der offiziellen Registrierungsstelle für Internetadressen, registriert. Wie viele davon Drogerien gehören, lässt sich weder bei Switch noch anderweitig herausfinden. Sieht man sich im (Drogerie-)Netz etwas um, stösst man auf zahlreiche: professionelle und «handgestrickte», mit und ohne Onlineshop.

Virtueller Shop als Nische

Einige Drogistinnen und Drogisten fragen sich, worin der Sinn eines Webshops liegt. Schliesslich kann der grösste Trumpf der Drogerien, die Beratung, nicht oder höchstens indirekt eingesetzt werden. Andere sehen darin eine interessante und sogar lukrative Ergänzung zum eigentlichen Laden. Mit Hausspezialitäten lässt sich beispielsweise der Kundenkreis erweitern, oder Touristen können über ihren Ferienaufenthalt hinaus betreut werden. «Der Kunde schätzt es, wenn er die gewünschten Produkte bequem von zu Hause aus bestellen kann», ist **André Suter**, Geschäftsführer der Impuls Drogerie Anrig in Zürich, die laut eigener Aussage das «gesündeste Warenhaus im Internet» betreibt, überzeugt.

Gut zu wissen

Bereiten Sie sich auf die Fragen Ihrer Kunden vor: **Medikamentenhandel im Web** steht auch im **Drogistenstern** vom Juni im Zentrum.

Der Drogistenverband engagiert sich in diesem Bereich nicht aktiv. «Ob eine Drogerie einen Shop im Sinne eines Profilierungstools anbieten will oder nicht, muss sie aufgrund ihrer Strategie selbst entscheiden», sagt der Geschäftsführer des Drogistenverbandes **Martin Bangerter**. Diese Haltung liegt unter anderem daran, dass der Versandhandel mit Arzneimitteln strengen Vorschriften unterliegt.

Versand ist nicht gleich Versand

Vieles, was in der Drogerie erlaubt ist, ist im Netz verboten. So ist der Versandhandel mit Arzneimitteln den Drogerien laut Heilmittelgesetz (Art. 27) in der Schweiz grundsätzlich untersagt. Nahrungsergänzungsmittel dürfen hingegen, vorausgesetzt sie sind mit keiner Heilanzeigen verbunden, versandt werden. Die Kontrolle, ob das Gesetz eingehalten wird, unterliegt den Kantonen. Ein Internetshop ist eine Art Versandhandel. Diesen gilt es vom Nachsenden abzugrenzen. Eine Drogerie darf eine Hausspezialität (auch Liste D) einzig, wenn sie zum Zeitpunkt des Einkaufs nicht an Lager war oder eine Zutat für eine Mischung fehlte, nachsenden.

Bei Swissmedic gingen im vergangenen Jahr insgesamt 64 Meldungen über den illegalen Detailhandel (national und international) ein. Das sind 20 mehr als im Vorjahr. 10 der 64 Meldungen betrafen Drogerien. «Viele Drogisten kennen vermutlich die Abgrenzungen nicht und rut-

Gesetzliche Grundlagen

- Bundesgesetz über Arzneimittel und Medizinprodukte HMG (v. a. Art. 27)
- Verordnung über die Arzneimittel VAM (v. a. Art. 29)
- Kantonale Bestimmungen
- Pharmacopoea Helvetica (v. a. Kapitel 17.1)

schen da einfach rein», erklärt **Ruth Mosimann**, Leiterin Einheit Kontrolle illegale Arzneimittel bei Swissmedic.

Arzneimittel aus dem Ausland

Das Gesetz sieht den Versandhandel aus dem Ausland etwas lockerer als den Versand im Inland: «Eine Privatperson darf für sich selber, aber nicht für Drittpersonen, Arzneimittel in der Menge eines Monatsbedarfs importieren» (HMG, Art. 20). Einzig bei betäubungsmittelhaltigen Arzneimitteln ist ein Rezept erforderlich. Laut Swissmedic werden pro Jahr schätzungsweise 50 000-mal illegale Arzneimittel importiert.

Im vergangenen Jahr wurden am Schweizer Zoll 687 Sendungen aus 67 Ländern beschlagnahmt. Spitzenreiter ist mit 30 Prozent Indien. Erst kürzlich wurden beschlagnahmte pflanzliche Schlankheitsmittel untersucht. Mehr als die Hälfte der untersuchten Produkte enthielten nicht die deklarierten Inhaltsstoffe, und viele waren mit Schwermetallen wie Blei und Quecksilber kontaminiert.

«Aufgrund von Spammails bestellen viele Leute auf ausländischen Internetseiten Medikamente», erklärt Ruth Mosimann von Swissmedic. «Etwa die Hälfte davon sind aber schlecht oder gar Fälschungen», warnt die Expertin. Im Ausland mit Abstand am meisten bestellt werden Erektionsförderer (32 %), gefolgt von Muskelaufbaupräparaten (16 %) und Schlankheitsmitteln (10 %).

Spielregeln beachten

Vor allem die Einstufung pflanzlicher Stoffe als Arzneimittel oder Lebensmittel entpuppt sich oft als schwer. Swissmedic und das Bundesamt für Gesundheit bieten deshalb auf ihrer Homepage diverse Listen an, die sich als hilfreich erweisen (siehe «Weitere Informationen»). **Reto Locher**, Heilmittelinspektor der Kantonalen Heilmittelkontrolle Zürich, empfiehlt Drogerien, noch während der Vorbereitungen für einen Webshop die kantonale Bewilligungsbehörde zu kontaktieren und allfällige Knackpunkte zu besprechen. Steht beispielsweise die «Beseitigung einer gesundheitlichen Störung» im Zentrum oder werden «Vorgänge im Körper» beschrieben, so gilt dies als Heilanzeigen und ist somit untersagt. Aussagen wie «das Wohlbefinden soll gefördert werden», «gesundheitsfördernd», «optimale Versorgung mit Nährstoffen im Hinblick auf eine gute Gesundheit» oder «wichtig für Sehkraft und Haut» sind jedoch erlaubt. Die Grenzen sind allerdings fließend. Deshalb ist eine achtsame Planung und Gestaltung eines Onlineshops unerlässlich.

Lieber was «Rechtes»

Einige Drogisten beschränken sich aufgrund des engen Handlungsspielraums in ihrem Onlineshop auf Kosmetikprodukte. Andere verwenden viel Zeit und Mühe, ihren Kunden ein breites Angebot zu bieten. So auch die oben erwähnte Impuls Drogerie Anrig sowie die Drogerie Amhof, Goldach (SG). Beide bieten auch Nahrungsergänzungsmittel an. Bevor eine Drogerie eine Website gestaltet, muss sie sich über die gewollten Dienst-

leistungen im Klaren sein. Ein gut funktionierender Internetshop ist mit Kosten und Aufwand verbunden. «Einen Shop zu betreiben, ist aufgrund der sich ständig ändernden Verkaufspreise sehr aufwendig», weiss Suter aus eigener Erfahrung. Neben der Vorbereitung und Pflege der Website braucht es Zeit und Kapazität für die Bestellabwicklung. **Raphael Amhof**, Geschäftsinhaber der Drogerie Amhof, weist besonders auf die Zahlungsabwicklung hin. So sei die Bezahlung via Kreditkarte sehr teuer, da man als Betreiber neben den Initialgebühren auch pro Buchung einen «happigen» Betrag bezahlen müsse. Zudem stehe es um die Zahlungsmoral der Kundschaft nicht immer gut. Amhof hat deshalb eine klare Regelung eingeführt: «Wer in meinem Shop etwas beziehen möchte, der muss im Voraus bezahlen.» So oder so, im Umgang mit den Kundendaten ist Vorsicht angesagt. Suter empfiehlt, die Kreditkartendaten nie im eigenen Shop zu speichern sowie ein ausführliches Impressum und allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB) zu führen. Und wie in einem Laden soll auf einer Website das Wesentliche übersichtlich, ansprechend präsentiert und gut zu finden sein. «Niemand würde einen Prospekt mit teilweise leeren Seiten drucken. Im Internet kommt dies aber immer wieder vor», so Amhof. Die Ansprüche der Surfer sind im Verlauf der letzten Jahre stetig gewachsen. Geduld haben sie wenig: Findet sich ein User nach drei Sekunden auf einer Page nicht zurecht oder entdeckt nichts Interessantes oder Aktuelles, so klickt er laut Studien weg – und kommt nicht wieder.

Sandra Hallauer

Weitere Informationen

Swissmedic

Unter anderem die Listen «Einstufung pflanzlicher Stoffe und Zubereitungen als Arzneimittel oder als Lebensmittel», «Kriterien für die Abgrenzung zwischen Medikamenten, Lebensmitteln und Gebrauchsgegenständen» oder «Leitfaden Arzneimittel & Internet»

www.swissmedic.ch (Rubrik Marktüberwachung), Telefon 031 322 02 11

Bundesamt für Gesundheit www.bag.admin.ch

Leitlinie zur Qualitätssicherung des Versandhandels in öffentlichen Apotheken (Kantonsapothekervereinigung KAV): www.heilmittelkontrolle-zh.ch (Rubrik Richtlinien)

Le grand jeu sur la toile

Internet est une bonne plate-forme pour présenter son entreprise. Pour peu qu'on l'utilise habilement, il peut constituer un second accès à la droguerie. Certains droguistes s'interrogent sur l'utilité de proposer un shop internet mais d'autres y voient un complément intéressant et même lucratif au véritable point de vente. L'Association suisse des droguistes ne s'engage pas dans ce domaine et laisse à chaque droguerie le soin de décider si elle souhaite gérer un shop en ligne. Cette position s'explique notamment par le fait que la vente de médicaments par correspondance est soumise à des dispositions très strictes. Bien des pratiques autorisées en magasin sont interdites sur internet. Ainsi, la vente de médicaments par correspondance est en principe interdite, conformément à la loi sur les médicaments. Les compléments alimentaires, en revanche, peuvent être vendus par correspondance pour autant qu'ils ne comportent pas d'allégations thérapeutiques. Un shop en ligne implique d'importants investissements en temps et en argent si l'on veut qu'il fonctionne bien. Par conséquent, la droguerie doit être parfaitement au clair sur les services qu'elle entend offrir. Pour vous permettre de vous faire une opinion, nous vous proposons un petit tour d'horizon des possibilités et des limites qu'offrent les pages web et les shops en ligne.

Vous hésitez encore à investir du temps et de l'argent dans un **shop en ligne**, alors découvrez les **avantages** et les **inconvénients** de cette formule sur d-inside-drogo-server.ch/inside.pdf – cliquez ensuite sur la colonne et l'article en français s'affichera automatiquement.



«Die Similasan hat Topprodukte, viel Potenzial und eine hervorragende Perspektive!»

Urs Lehmann, Geschäftsführer der Similasan AG

«Wir werden weiter wachsen»

Homöopathie Den Mann als Kunden gewinnen, das Schweizer Sortiment mit einer neuen Indikation erweitern und den Export steigern. Der neue Geschäftsführer der Similasan AG, Urs Lehmann, setzt sich gleich mehrere Ziele.

Urs Lehmann, um Similasan ist es eher ruhig, und man hört Stimmen, dass die Umsätze sich negativ entwickeln.

Urs Lehmann: Dass es ruhig war, stimmt. Ein Grund mag sein, dass vor knapp zwei Jahren Familie Jüstrich die Similasan übernommen und das Unternehmen neu ausgerichtet hat. Nun geben wir wieder «Vollgas» Aber schlecht läuft das Geschäft mit der Homöopathie auf keinen Fall. Konnten wir doch den Markt im Inland sowie den Absatz im Ausland festigen und kontinuierlich steigern.

Was sind Ihre Ziele fürs laufende Jahr?

Im Inland wollen wir den heutigen Bekanntheitsgrad von 68 Prozent erhöhen: Dazu werden wir im Herbst eine neue Produktelinie, zu der wir noch nicht mehr verraten möchten, lancieren und unser bestehendes Sortiment mit einer neuen galenischen Formel, der Tablette, erweitern. Damit hoffen wir, den Mann als zusätzliche Zielgruppe zu gewinnen. Daneben werden wir strukturiert neue Länder angehen und in den bestehenden Ländern die Produktpaletten erweitern. So verkaufen wir in den USA heute 8 und in den Niederlanden 14 Produkte. Ziel ist jedoch, annähernd an das Schweizer Sortiment zu kommen.

Der wichtigste Exportmarkt sind die momentan krisengeschüttelte USA. Spüren Sie Auswirkungen der Wirtschaftskrise?

Die Wirtschaftskrise ist besorgniserregend. Wir verzeichneten deshalb Ende des letzten Jahres einen Einbruch, indem die Sell-in-Daten ab-, die Sell-out-Daten hingegen interessanterweise zugenommen haben. Glücklicherweise hat sich diese Lage im März dieses Jahres aber bereits wieder normalisiert. Das heisst, wir sind wieder auf Kurs.

Etwa zwei Drittel des Umsatzes von Similasan werden im Ausland erwirtschaftet. Da gäbe es zahlreiche billigere Produktionsmöglichkeiten als in der Schweiz. Wann werden Sie der Verlockung, kostengünstiger zu produzieren, nachgeben?

Das ist kein Thema. Der Wirtschaftsstandort Schweiz ist unser Kernmarkt und deshalb sehr wichtig. Zudem kommt Qualität bei uns vor dem Preis. Wir haben hier die qualitativ bestmögliche Produktion und werden der Schweiz aus diesem Grund treu bleiben.

Similasan wird bis anhin nur in Drogerien und Apotheken verkauft. Sie verfolgen jedoch ambitionierte Wachstumsziele. Werden Sie dafür die bisherige Vertriebsstrategie ändern?

Nein, der Fachhandel ist und bleibt unser Verkaufskanal. Denn um die Homöopathie richtig einzusetzen, braucht es eine qualifizierte Beratung. Diese können nur Drogisten und Apotheker garantieren.

Besonders in der Diskussion um die Abstimmung «Zukunft mit Komplementärmedizin» wird der Homöopathie häufig angekreidet, sie wirke nicht, der wissenschaftliche Beweis dazu fehle.

Es gibt bereits einige Studien, welche die Wirksamkeit der Homöopathie klar beweisen. Um die Wissenschaftlichkeit dieser und weiterer Untersuchungen zu untermauern, führen wir gemeinsam mit der Kollegialen Instanz für Komplementärmedizin der Universität Bern, kurz KIKOM, Schulungen durch. Bis anhin vor allem für Apotheker. Da die Kurse sehr beliebt sind, werden wir sie nun auch spezifisch für die Drogisten ausbauen.

Ein kürzlich veröffentlichter Artikel der «Mittelland Zeitung» zeigt, dass Produzenten wie Omidia von der politischen Diskussion um die Komplementärmedizin stark profitieren. Können Sie ebenfalls einen Aufschwung feststellen?

Die intensiv geführten Diskussionen machen homöopathische Produkte für den Konsumenten interessant. Wir stellen fest, dass unsere Produkte vermehrt von Personen probiert werden, die vorher keinen Zugang zur Homöopathie hatten.

Grundlagenausbildung, Master- oder Expertenausbildung und dokumentierbare Weiterbildung ist immer stärker gefragt. Springt Similasan auch auf diesen Zug auf?

Gute Ausbildung ist für uns ein wichtiges Thema. Wir legen grossen Wert auf praktische Umsetzung unserer Schulungsthemen und setzen dabei weiterhin auf unsere Vor-Ort-Schulungen. Dank den Eins-zu-eins-Schulungen können wir den Drogistinnen und Drogisten die besten Verkaufsargumente bieten und sie ideal auf unsere Produkte schulen. Selbstverständlich werden wir dafür auch die Validierung im Rahmen des SDV-Pflichtausbildungsprogramms beantragen. ▶

Zur Person

«Geht nicht, gibt's nicht!» So lautet das Motto von **Urs Lehmann**. Der 40-jährige Aargauer ist vielen als ehemaliger Abfahrtsweltmeister (1993) bekannt. Nach seinem Rücktritt als Skirennfahrer studierte Lehmann Betriebswirtschaft, arbeitete als Unternehmensberater und war Finanzchef der grössten Schweizer Firma für Valorenlogistik (Mat Securitas Express, MSE). Seit Anfang 2009 leitet er die Geschicke der Similasan. Entspannen kann sich der Vater einer 5-jährigen Tochter bei der Familie.



Fotos: Rolf Neeser

Mit D-Potenzen arbeiten Sie im tiefen Bereich der Potenzen. Ein Aspekt der oft gegen Sie ausgelegt wird, da tiefe Potenzen weniger wirksam seien.

Wir fahren mit den D-Potenzen sehr gut, denn sie haben mehrere Vorteile: Sie eignen sich besser für die Akutbehandlung und für die Selbstmedikation, da eine niedere Potenz weniger Erstreaktionen verursacht. Sie sind somit für den Einsatz über den Ladentisch ideal. C- bis LM-Potenzen richtig anzuwenden, braucht Zeit und eine umfassende Anamnese des Patienten.

Gibt es Markthindernisse, wie gesetzliche Rahmenbedingungen, Verordnungen etc., die ändern müssten, damit Sie marktwirksamer auftreten könnten?

Im Moment herrscht aus unserer Sicht eine erfreuliche Grundstimmung, in der Politik werden eigenmächtige Entscheide rückgängig gemacht, und die aktuelle Stossrichtung stimmt. Das ist für uns als Produzent zentral.

Was hingegen ändern sollte, ist die Handhabung von Dossiers bei Swissmedic. Scheint die Behörde doch am Anschlag zu sein. So braucht sie sehr lange, um ein Dossier zu behandeln. Etwas mehr Effizienz wäre hier durchaus wünschenswert.

Sie amten nebenbei als Präsident von Swiss-Ski. Gibt es zwischen Ihren Mandaten eine Verbindung, die Sie nutzen können?

Ja, die Affinität von Sportlern zur Homöopathie ist sehr gut. Denn einerseits sind Sportler sehr körperbewusst, andererseits sind sie aufgrund der strengen Anti-Doping-Richtlinien empfänglich für sanfte, unproblematische Methoden. So rüsten wir bereits einige Profisportler mit unseren Mitteln aus, ich habe aber auch immer wieder zahlreiche Anfragen zur Homöopathie und ihren Mitteln. So gesehen ergeben sich zwischen den Mandaten gute Synergien.

Flavia Kunz

Similasan AG

Die Similasan wurde 1980 von den drei Drogisten **Walter Greminger, Herbert Marty und Armin Späni** gegründet. 1991 bezog die Firma den heutigen Sitz in Jönin im Kanton Aargau. Dieser wurde zwischen 2005 und 2007 durch einen zusätzlichen Anbau erweitert. Heute erwirtschaftet die Firma rund 62 Mio. Franken pro Jahr und beschäftigt 120 Mitarbeitende. Die wichtigsten Exportmärkte sind die USA, Österreich, Kanada, Holland, Belgien und Südafrika.

Cibler la clientèle masculine, élargir l'assortiment suisse avec de nouvelles indications et augmenter les exportations. Tels sont les multiples objectifs principaux d'**Urs Lehmann**, le nouveau directeur de **Similasan SA**, entreprise suisse spécialisée dans l'homéopathie. Dans l'interview qu'il a accordée à *d-inside*, ce chef d'entreprise de 40 ans assure que même si les conditions de production sont plus avantageuses à l'étranger, l'entreprise n'envisage pas le moins du monde de délocaliser. Et rassure les droguistes: les produits Similasan resteront une exclusivité des drogueries et des pharmacies. Lisez l'intégralité de notre **interview** sur *d-inside*. drogoserver.ch/inside.pdf – cliquez ensuite sur l'encadré et l'article en français s'affichera automatiquement.



ESD-Cycle de formation 2010–12 Des perspectives pour l'avenir

Journée d'information sur l'examen d'admission
Mercredi 28 octobre 2009, de 14 à 17 heures

Branches soumises à l'examen d'admission

Connaissances des médicaments, gestion d'entreprise et vente, y compris calcul commercial, botanique, chimie et biologie humaine. Pour vous préparer aux examens, vous recevez des séries de tests sur CD. (Les détenteurs d'une maturité professionnelle ou fédérale ne doivent cependant pas passer d'examen d'admission.)

Journée de discussion

Nous répondons à toutes vos questions relatives au contenu de l'examen le mercredi 10 mars 2010.

Examen d'admission
Mercredi 24 mars 2010

Début du prochain cycle de formation 2010–12
Lundi 16 août 2010

Délai d'inscription

Le dernier délai d'inscription est le 28 février 2010 pour tous les candidats.

ESD-Ausbildungszyklus 2010–12 Eine Zukunft mit Perspektiven

Informationstag Aufnahmeprüfung
Mittwoch, 28. Oktober 2009, 14.00 Uhr – 17.00 Uhr

Aufnahmeprüfungsfächer

Arzneimittelkunde, Betriebs- und Verkaufskunde inkl. kaufmännisches Rechnen, Botanik, Chemie, Humanbiologie. Sie erhalten eine CD mit Übungsaufgaben zur Prüfungsvorbereitung. (Wer die Berufsmatura oder die eidg. Matura hat, muss hingegen keine Aufnahmeprüfung absolvieren.)

Besprechungstag

Wir beantworten Ihre Fragen zum Prüfungsstoff am Mittwoch, 10. März 2010.

Aufnahmeprüfung
Mittwoch, 24. März 2010

Beginn des nächsten Ausbildungszyklus 2010–12
Montag, 16. August 2010

Einschreibetermin

Der letzte Einschreibetermin für sämtliche Kandidatinnen und Kandidaten ist der 28. Februar 2010.

Prenez votre destin en main! Inscrivez-vous maintenant!

Nehmen Sie Ihre Zukunft in die Hand. Melden Sie sich jetzt an!

Inscription à la journée d'information du 28 octobre 2009

Name / Nom:

Adresse / Adresse:

E-Mail / Courriel:

Anmeldung für den Informationstag vom 28. Oktober 2009

Vorname / Prénom:

PLZ Ort / NPA localité:

Telefon / Téléphone:

Délai d'inscription pour la journée d'information:
26 octobre 2009

Anmeldeschluss für den Informationstag:
26. Oktober 2009

Weitere Information + Anmeldung an / Informations complémentaires et inscription à:

École supérieure de droguerie

Rue de l'Évole 41 2000 Neuchâtel Téléphone 032 717 46 00 Fax 032 717 46 09 info@esd.ch www.esd.ch



Näher zum Kunden!

QSS Drogerie (3/4) In den Drogerien steckt viel ungenutztes Stammkunden-Potenzial. Und: Die Kunden wünschen mehr Veranstaltungen. Dies das Fazit einer Studie des SDV zur Kundenbindung und -pflege in den Schweizer Drogerien.



«Würden Sie sich als Stammkunde bezeichnen?» Diese Frage stellten Mitarbeitende des Marketing- und Sozialforschungsinstituts Qualitest 1502 Drogerie-Kundinnen und -Kunden. 56 Prozent antworteten mit Ja. «Das Ergebnis zeigt, dass ein gewisses Vertrauensverhältnis vorhanden ist und dass die Befragten es als eher bis sehr attraktiv empfinden, Stammkunden in der Drogerie zu sein», präzisiert **Alexander Lorenz**. Er ist Inhaber und Geschäftsführer der Qualitest AG, die die Studie zur Kundenzufriedenheit in der Schweizer Bevölkerung im Auftrag des SDV durchgeführt hat. Im Detail ergibt sich folgendes Bild: 27 von

100 Konsumentinnen und Konsumenten empfinden es als sehr attraktiv, Drogerie-Stammkunde zu sein. Für 62 ist es eher attraktiv. Was die Klientel besonders schätzt: Man kennt sich gegenseitig, wird mit Namen gegrüsst, und die Bedürfnisse sind bekannt. Das schafft Vertrauen. Sowohl für Romands als auch für Deutschschweizer stehen diese Kriterien an erster Stelle, wenn auch mit auffällig unterschiedlicher Endsumme: Bei den Welschen sind es 61 Prozent, bei den Deutschschweizern 35 Prozent. Für 30 Prozent der Deutschschweizer hängt die Stammkunden-Zugehörigkeit stark mit der Bedienung, Beratung und Hilfsbereitschaft von Drogistinnen und Drogisten zusammen. Dadurch fühlen sie sich wohl und persönlich betreut. Bei den Welschen ist dieser Punkt nur für 13 Prozent von Bedeutung. Gleich viele voteten für das Kriterium Produkte-Angebot/Auswahl. Bei den Deutschschweizern dagegen fällt dieser Punkt kaum ins Gewicht. Zum umgekehrten Fall: 11 von 100 Konsumenten empfinden es eher bis sehr unattraktiv, Drogerie-Stammkunde zu sein. Die Befragten verzichten, weil aus ihrer Sicht kein spezieller Vorteil herauschaut, weil es finanziell nichts bringt und es schlicht keine Rolle spielt, ob sie nun Stammkunde in der Drogerie sind oder eben nicht.

Die Kunden begeistern

Das Gesamtergebnis sei grundsätzlich positiv, sagt **Andrea Ullius**, Leiter Branchenentwicklung beim SDV. Nur: Der Ja-Anteil von 56 Prozent bedeutet andersherum betrachtet, dass 44 Prozent der Befragten zwar Kunden, aber keine Stammkunden sind. «Da wird ein riesiges Potenzial verschenkt», betont Andrea Ullius. «Die Studie macht deutlich, dass wir näher zum Kunden müssen, raus, an Veranstaltungen.» Wie man am besten vorgeht, um Neukunden zu gewinnen und aus Neukunden Stammkunden zu machen, hat der Verband bereits mit der Kampagne vertieft thematisiert. Die Drogistinnen und Drogisten waren nur mässig daran interessiert. Der SDV wird weitere Anstrengungen unternehmen. «Ziel der Drogistinnen und Drogisten muss sein, die Erwartungen zu übertreffen, die Kunden zu begeistern», fordert der Branchenentwickler und formuliert einige Denkanstösse:

- Überlegen Sie, welche innovativen Produkte einen Mehrwert für Ihre Kundschaft darstellen könnten. Sind es Hausspezialitäten? Vielleicht Nischenprodukte oder Nischendienstleistungen?
- Welche Massnahmen eignen sich in Ihrem Geschäft, um aus Kunden Stammkunden zu machen? Beispiele

sind Belohnungssysteme, Kundenkarte, Club-Mitgliedschaft, Aktionen, Rabatte, Angebote, Geschenke, Muster.

- Nutzen Sie Veranstaltungen, um gezielt Kundensegmente anzusprechen.

Gut zu wissen: Die Kunden wünschen ausdrücklich mehr Veranstaltungen. Das zeigt die Studie. Die Teilnehmenden bewerteten den Punkt «Die Drogerie macht genügend Veranstaltungen» mit der ungenügenden Note 3,7. Die Skala reichte von 6 (trifft voll und ganz zu) bis 1 (trifft überhaupt nicht zu). «Ein interessanter Wert», konstatiert Andrea Ullius und spricht nochmals die Kampagne an. «Wir haben für die Drogerien diverse Veranstaltungen entwickelt, das Angebot wurde leider kaum genutzt.» Auch ihm sei bewusst, dass sich der Erfolg nicht von heute auf morgen einstelle. Es brauche Zeit, bis sich Veranstaltungen auszahlen. Doch langfristig seien sie ein lohnenswertes Instrumentarium zur Kundenbindung und -pflege. «Die Drogerien sollten sich diese Zeit geben», wünscht sich der Branchenentwickler. Die Voraussetzungen sind denkbar günstig, denn die nächste Chance steht vor der Tür: Neu bil-

det der SDV jährlich zwei drogerierelevante Schwerpunkte und sorgt dafür, dass die Themen in der Bevölkerung wahrgenommen werden. Der Frühling stand unter dem Motto «Wehweh und Bobo», der Schwerpunkt im Herbst liegt auf der betrieblichen Gesundheit.

Studenten und Singles fokussieren

Abgesehen von den Veranstaltungen sind die Befragten mit den Informationen der Drogerien zufrieden. «Werbung und Mailings werden insgesamt als gut beurteilt», hält Qualitest-Inhaber Alexander Lorenz fest. Konsumentinnen und Konsumenten erachten die Informationen als nützlich, wertvoll und nicht aggressiv. Schlechter dagegen schnitt das Faktum «Die Informationen sind interessant» ab. Hier gab es nur die Note 4,5. Wer Kunden binden und pflegen will, muss das Kundenprofil kennen. Die Studie liefert auch hierzu Resultate: «Wir haben Kunden in allen Alterssegmenten. Überraschend ist, dass wir in allen Altersgruppen ungefähr gleich viele Leute ansprechen», berichtet Andrea Ullius. Positiv: Zur Kundschaft zählen weiterhin viele 36- bis 55-jährige. Die Kaufkraft in diesem Alterssegment ist gross. «Zudem ist klar ersichtlich, dass die Frauen unsere erste Zielgruppe sind. Das ist umso bedeutender, als sie diejenigen sind, die im Haushalt die Entscheidungen hinsichtlich Einkäufen fällen», so der Branchenentwickler. Folglich sei bei Aktivitäten der Fokus verstärkt auf Frauen zu legen. Die Ausrichtung auf junge Mütter, umgesetzt in den SDV-Aktivitäten 2009, und auf Familien werde durch die Studienergebnisse gestützt und solle weiterverfolgt werden. «Nicht vergessen dürfen wir die Stu-

dentinnen und Singles. Wir müssen die Jungen als Kundschaft gewinnen, denn sie bilden das Potenzial für die Zukunft», unterstreicht Andrea Ullius. Migros/Coop und/oder Denner sind die Orte, an denen die Befragten am häufigsten – laut 69 Prozent oft bis sehr oft – allgemeine Produkte (nicht speziell Gesundheitsprodukte) einkaufen. An zweiter Stelle, und dies ist überaus erfreulich, folgen die Drogerien mit 36 Prozent, danach die Warenhäuser mit 32 Prozent. Somit wurde die Drogerie vor Reformhaus, Kosmetikläden, Warenhaus und Apotheke genannt. «Das bedeutet: Der Kunde ist oft im Laden, das ist jedes Mal eine Chance, ihn zu packen», verdeutlicht Andrea Ullius. Das gelte zumindest für die Deutschschweiz. In der Westschweiz werde die Drogerie weitaus weniger häufig besucht. «Das Beispiel Deutschschweiz zeigt deutlich, wie erfolgreich sich Positionierungsbemühungen auswirken, wenn sie konsequent umgesetzt werden.»

Menta Scheiwiler Sevinç



Von Events über Broschüren bis hin zum Papiersack: Es gibt zahlreiche Möglichkeiten, sich bei den Kunden in Erinnerung zu rufen.

Les drogueries disposent d'un **important potentiel** en matière de **clientèle**. Et les clients souhaitent **plus d'animations** de la part de leur magasin spécialisé. Telles sont les **dernières conclusions** de l'étude menée par Qualitest sur mandat de l'ASD. Détails sur d-inside.drogoserver.ch/inside.pdf – cliquez ensuite sur l'encadré et l'article s'affichera automatiquement.

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:

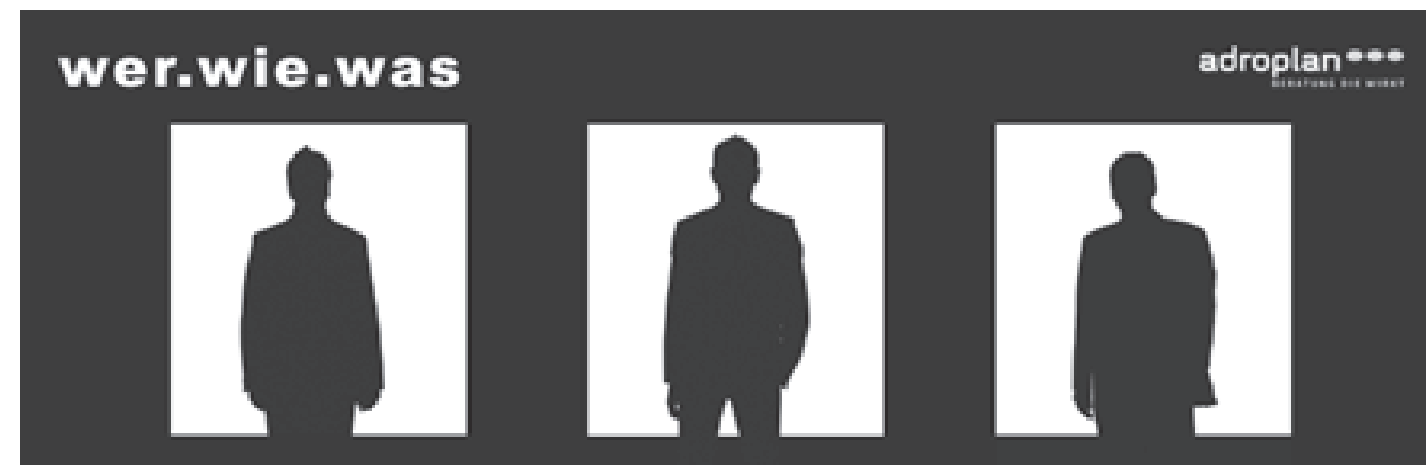
Kundenbindung/-pflege

d-inside Juli, Teil 4:

Beratung/Gesamtzufriedenheit

Inside-Archiv

<http://d-inside.drogoserver.ch>



Einsatz fürs Image

SDV Das Image der Drogerie fördern, die Drogerie als erste Anlaufstelle für Gesundheit und Schönheit präsentieren: Das war das Ziel der SDV-Aktivitäten vom Frühling 2009.

Nicht nur der breiten Öffentlichkeit, sondern auch der Industrie sollte die Drogerie als kompetente Partnerin dargestellt werden. Deshalb waren in den drei Städten Lyss, Olten und Zürich zu den öffentlichen Publikumsvorträgen zum Thema **«Wehweh und Bobo – wissen, was Kindern wirklich hilft»** auch Vertreter der Drogerie-Zulieferer zum Kundenevent «live und farbig» eingeladen. Im Rahmen dieser Events wurden den Industrievertretern der SDV, die Drogerien und ihre Dienstleistungen präsentiert.

Wehweh und Bobo

«Wie kann ich das Fieber meines Kindes richtig einschätzen?» oder «Was tun, wenn mein Kind blutend vom Spielen nach Hause kommt?». Diese und weitere Fragen standen bei den Publikumsvorträgen im Mittelpunkt, Fragen, die Mütter, auffallend viele junge Väter und weitere Betreuungspersonen von Kindern bis etwa acht Jahren besonders beschäftigen. So wohnten den 29 Vorträgen jeweils zwischen 30 und mehr als 100 Besucherinnen und Besucher bei. Lediglich drei der Vorträge

mussten aufgrund zu weniger Anmeldungen abgesagt werden. Auch wenn beim Besucheraufmarsch regional grosse Unterschiede bestehen, das Feedback auf die Abendkurse war überall ähnlich – nämlich sehr positiv. So schätzten die Besucher/-innen die praktischen Tipps, stellten zahlreiche Fragen und nahmen besonders das kleine Nachschlagewerk, das es zum Mitnehmen und Notieren gab, gerne mit nach Hause. Der Kurs wurde als «kurzweilig und interessant» beschrieben, die Erwartungen der Zuhörerinnen und Zuhörer laut Feedbackbogen oftmals «übertroffen». Als sehr nützlich wurden die zahlreichen Informationen zu komplementärmedizinischen Methoden empfunden. Eine vollständige Auswertung der Besucherzahlen, Feedbacks und die Folgerungen für mögliche weitere Kurse in dieser Art wird *d-inside* in der kommenden Ausgabe veröffentlichen.

Beinahe unbekannt: b-learning

Rund fünfzig Vertreter/-innen aus der Industrie nahmen insgesamt an den Drogerie-Events teil, die in den drei Städten Lyss, Olten und Zürich bewusst auf dieselben Daten wie die Publikumsvorträge gelegt wurden. Damit sollte die Imagebildung auch bei der Industrie verstärkt werden. Themen am Event waren das Kommunikationsangebot des SDV, die Qualitätssicherung sowie die Ausbildung. Besonders grosses Interesse weckte dieses Jahr das sogenannte **B-Learning**. Was man darunter versteht, erklärte **Elisabeth Huber**, die Verantwortliche für das B-Learning-Instrument *DrogoBrain* des SDV.

B- oder **Blended-Learning** sei eine Weiterentwicklung davon, bei der E-Learning mit einigen Tagen Präsenzunterricht verknüpft wird – eine innovative Form, die laut Elisabeth Huber ein grosses Potenti-

al birgt. Die Vorteile lägen auf der Hand: Individuelles Lernen, wann und wo man möchte, sei immer möglich, Reisezeit falle weg, was für die Drogerie einen Zeitgewinn ergäbe. Und der Präsenzunterricht könne dank der einheitlichen Vorbereitung effizienter und individueller genutzt werden. Neben den vorgegebenen Lehrgängen stünden den Lernenden natürlich auch verschiedene Varianten zur Kommunikation untereinander zur Verfügung: In den Theorie-Blocks mit den Schlusstests würden Texte, Bilder, aber auch interaktive Elemente wie Chat, Foren oder Blogs eingesetzt.

Der erste Lehrgang dieser Art hat am 1. Mai 2009 mit über 200 teilnehmenden Drogistinnen und Drogisten begonnen. Weitere Module werden laufend geplant, umgesetzt und in den Kursplan eingefügt.

Flavia Kunz

Le public a répondu présent aux **activités** organisées ce printemps par l'ASD pour **promouvoir l'image de la droguerie** et la présenter comme l'**adresse de référence** en matière de santé et de beauté. Premier bilan des **conférences publiques** sur le thème «**Plaies et bobos**» sur *d-inside.drogoserver.ch/inside.pdf* – cliquez ensuite sur l'encadré et l'article en français s'affichera automatiquement.

Partner der Schweizer Drogerien 2009:



Aufmerksam hören Sie bei den Präsentationen zu: Peter Kropf (Holle baby food), Daniel Bärlocher (Bayer Schweiz), Pierre-Alain Widmer (Weleda), Susanne Erles (Merz Pharma) und Ines Schaible (Boehringer Ingelheim).



Neue und alte Gesichter treffen: Ines Schaible und Pius Wolf (beide Boehringer Ingelheim), Carlota Lahiguera (Galexis) und Andrea Roder (IVF Hartmann).



Sie besuchen den Drogerie-Event gerne: Denise Weber (2.v.l.), Nina Röthlisberger (2.v.r.) und David Krähenmann (r.) (alle GlaxoSmithKline) mit Nadine Leuenberger (SDV).



Für die Kamera strahlen die Verkaufsleiter gerne um die Wette: Michele Borri (l.) und Maurus Strässle (r.) von Novartis Consumer Health mit Michael Severus (SDV).



In die Hand nehmen und ausprobieren: grosses Interesse bei den Zuhörern/-innen weckten die Produkte aus der Drogerie.



Gut besucht und ein Publikum, das vieles wissen wollte. Hier beim Abendkurs «Wehweh und Bobo» in Lenzburg (AG).



Pelsano Pflegelinie rundum neu

Neues Verpackungsdesign

Pelsano wird im Laufe des Sommers das Verpackungsdesign der Pflegelinie im neuen Kleid einführen. Verschwunden sind die grünen Streifen und das schräge Pelsano Logo. Das neue Pelsano Design wirkt frischer, kompetenter und übersichtlicher. Die Sonnenblume rückt ins Zentrum der Verpackung. Dies aus gutem Grund. Denn die Sonnenblume ist reich an essentiellen ungesättigten Fettsäuren, welche wichtig sind für:

- die normale Hautfunktion
- die Schutzfunktion der Haut
- das Verhindern von Feuchtigkeitsverlust
- die Verbesserung der Wassereinlagerung in die Hornschicht

Damit Ihre KundInnen die Produkte-Wahl schneller treffen können, haben wir die Produkte in Wasch-, Pflege- und Sonnenschutzprodukte eingeteilt. Die farbige Elipse zeigt Ihnen an, wofür das Produkt verwendet wird.



Den neusten Erkenntnissen der Hautwissenschaft angepasste Rezepturen

Pelsano steht für die Pflege von empfindlicher Haut sowie Schutz vor Feuchtigkeitsverlust, Vermeidung von Hautirritationen und Rötungen. Die Haut wird und bleibt gesund.

Die Hautpflege-Linie von Pelsano wurde den neusten Erkenntnissen der Hautwissenschaften angepasst. Dabei wurden neben ökologischen Aspekten (keine Verwendung von mineralischen Ölen) auch die neusten Naturkosmetik-Trends miteinbezogen. Um die Haltbarkeit der Produkte zu gewährleisten wurde eine sanfte Konservierung gewählt. Die gewählten Konservierungsstoffe sind zur Verwendung in Naturkosmetik-Präparaten zugelassen. Pelsano verzichtet auf Parabene und PEG-Emulgatoren/Derivate.



Auf der Verpackungs-Rückseite finden Sie in der «Pflege-Info» nebst der Produktebeschreibung, die Angaben wichtiger Inhaltsstoffe und deren Pflege-Eigenschaften. Die «Allergie-Info» zeigt Ihnen auf einen Blick, welche kritischen Stoffe nicht enthalten sind.

Die neuen, herrlich pflegenden Mixturen bereiten viel Freude bei der täglichen Körperpflege. Pelsano schützt und pflegt auch die Haut Erwachsener.

Iromedica AG, 9014 St. Gallen

Mehr Wissen En savoir plus

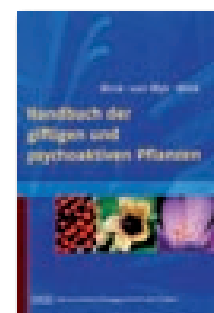


Grüne Power für Kinder

Moderne Phytotherapie speziell für die Kinderheilkunde – mit sicheren, nach Altersstufen gestaffelten Kinderdosierungen, speziellen Anwendungen und konkreten Therapiekonzepten für bewährte Indikationen. Therapeuten, Pflegekräfte und interessierte Laien erfahren in diesem Buch alles Wissenswerte für die tägliche Praxis. Sowohl die Beschreibung der Heilpflanzen mit

zahlreichen Pflanzenabbildungen als auch sämtliche überprüften und in der Praxis erprobten Informationen konzentrieren sich auf die in der Kinderheilkunde wichtigen Aspekte. Eine ansprechende Darstellung und gut nachvollziehbare Praxistipps sowie Grundlagen der Heilpflanzenanwendung unterstützen nicht nur Therapeuten, sondern auch Eltern bei der Selbstbehandlung ihrer Kinder.

Ursel Bühring, Helga Ell-Beiser, Michaela Girsch:
«Heilpflanzen in der Kinderheilkunde»
Sonntag Verlag, 2007
ISBN 978-3-8304-9148-4
ca. Fr. 107.–

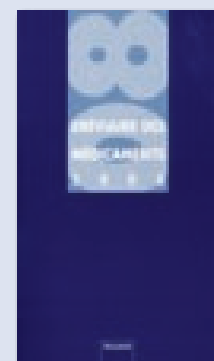


Gift- und Rauschpflanzen

Der Leitfaden gibt einen ausführlichen Überblick über alle bedeutenden giftigen und bewusstseinsverändernden Pflanzen der Welt. Insgesamt werden mehr als 1200 Pflanzen besprochen. Mehr als 200 der bewusstseinsverändernden und giftigen Pflanzen werden in detaillierten Kurzmonographien beschrieben. Dazu gehören diag-

nostische Merkmale, Herkunfts- und Verbreitungsgebiete, wirksame Bestandteile, Toxizitäten, Vergiftungserscheinungen und mögliche Wirkmechanismen. Kurzdarstellungen von weiteren Gift- und Rauschpflanzen sowie ein Kapitel über die Wirkstoffe mit Angaben zu Vorkommen, Verwendung und Toxikologie runden das Werk ab.

Michael Wink, Ben-Erik van Wyk, Coralie Wink:
«Handbuch der giftigen und psychoaktiven Pflanzen»
Wissenschaftliche Verlagsgesellschaft, 2008
ISBN 978-3-8047-2425-9
ca. Fr. 70.–

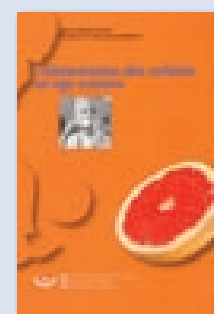


Ouvrage incontournable

Vous avez oublié la composition de tel médicament, les indications et les contre-indications de tel autre? C'est tout à fait naturel, si l'on considère la quantité de comprimés, pastilles, onguents et autres suppositoires qui sont commercialisés. Dans ce cas, n'hésitez pas à consulter ce bréviaire de poche! Les textes du Bréviaire sont rédi-

gés à partir des informations professionnelles publiées dans le Compendium suisse des médicaments – désormais disponible en ligne sur vitagate24.ch! Toutefois, pour une meilleure lisibilité, les monographies sont décomposées selon des critères spécifiques tels que la composition, la voie d'administration ou encore le champ d'application.

«Bréviaire des médicaments»
Documed, 2008
ISBN 978-3-85640-328-7
env. Fr. 48.–



Des idées pour vos clients!

Soit, la campagne est terminée, mais les jeunes familles qui ont pris l'habitude de venir vous consulter ont certainement encore besoin de conseils. D'autant que les enfants grandissant, elles sont confrontées à de nouveaux problèmes. Notamment celui de savoir comment adapter l'alimentation de l'enfant une fois qu'il entre à l'école. Comment faire quand les légumes le rebutent

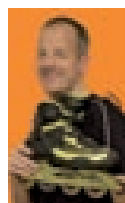
et qu'il préfère le chocolat? Comment lui préparer un goûter sain et équilibré? Quels aliments choisir pour lui éviter les coups de pompe? Cet ouvrage contient de nombreuses suggestions et astuces pour encourager les enfants à manger sainement. Son contenu se base sur les recommandations alimentaires pour les enfants émises par la Société suisse de nutrition.

Monika Cremer:
«L'alimentation des enfants en âge scolaire»
Société suisse de nutrition, 2008
ISBN 978-3-292-00496-3
Fr. 11.– (membres)
Fr. 22.– (non membres)

Sport, sportlich, sportlicher

Gigathlon Vom 3. bis 5. Juli 2009 wird in der Ostschweiz der achte Gigathlon ausgetragen. Unter den Teilnehmenden wird auch ein Fünfferteam aus Drogisten/-innen und Apothekern/-innen sein – das DUL-X Gigathlon Team.

Ein tolles Erlebnis, an die eigenen Grenzen stossen, oder die legendäre Atmosphäre eines Gigathlon kennenlernen: Das sind nur einige der Gründe, warum die Berufsleute gemeinsam am Gigathlon teilnehmen möchten (siehe *d-inside* 05/09). Auch wenn das Erlebnis im Vordergrund steht. Einen guten Rang zu erzielen, wünschen sich die Sportler/-innen ebenfalls. Dazu gehört ein konsequentes Training und die richtige Motivation, auch wenns mal nicht wie gewünscht läuft. Wir stellen Ihnen zwei der fünf Teilnehmenden etwas näher vor. Denn sie haben die – zumindest laut der Beurteilung der Organisatoren – konditionell anspruchsvollsten Strecken:



Martin Heidegger

Der 48-jährige Thurgauer ist der Teamleader des DUL-X Gigathlon Teams und somit für die Organisation des Teams verantwortlich. Sein grösstes Hobby ist der Triathlon. Sein bis anhin schönstes Sporterlebnis war der Ironman Lanzarote, das härteste der Inferno Triathlon.



Kathrin Schaub

Laufen und Biken zählt die 27-jährige Baslerin zu ihren sportlichen Disziplinen. Daneben liebt sie weitere Aktivitäten im Freien. Das bisher schönste Sporterlebnis der Geschäftsführerin der Blauen Apotheke/Drogerie war die Betreuung der Transalp Biker, das härteste eine neunstündige Wanderung.

Rencontrez deux des cinq **droguistes et pharmaciens** qui participeront au **Gigathlon DUL-X**, du 3 au 5 juillet, sur d-inside.drogoserver.ch/inside.pdf – cliquez ensuite sur l'encadré et l'article s'affichera automatiquement.

MUSKELKATER?



DUL-X Crème classic hilft bei akuten Muskel- und Gelenkschmerzen.

Lesen Sie bitte die Packungsbeilage.

DUL-X Produkte sind in Apotheken und Drogerien erhältlich. www.dul-x.ch

Official Partner

swiss olympic Gigathlon

DUL-X®
MELISANA AG, 8026 Zürich



Mitarbeitende sind auch Mitdenkende

Arbeitsrecht Einer der wichtigsten Produktionsfaktoren in einem Betrieb ist die Arbeitskraft. Die Produktivität der einzelnen Mitarbeiter hängt nicht zuletzt von deren Motivation und Zufriedenheit ab.



Mitwirkung spornt zu mehr Leistung an. Grundsätzlich sollte jeder Arbeitgeber ein hohes Interesse daran haben, dass sich die Arbeitnehmenden mit dem Unternehmen identifizieren können und sich am Arbeitsplatz wohlfühlen. Informations- und Mitspracherechte tragen wesentlich dazu bei. Schliesslich sind Mitarbeitende Mitdenkende. Sie sollen sich einbringen können.

Wie ist die Mitwirkung in der Schweiz geregelt?

Das Bundesgesetz über die Information und Mitsprache der Arbeitnehmenden (Mitwirkungsgesetz) schreibt einen Informationsanspruch bei wichtigen Entscheidungen, die Einfluss auf den einzelnen Ar-

beitnehmenden haben, vor. Punktuell sind im Obligationenrecht auch Mitwirkungsrechte betreffend Massnahmenentlassungen und Betriebsübernahmen festgehalten. Im Bereich der Arbeitssicherheit bietet das Arbeitsgesetz Möglichkeiten zur Mitwirkung. Die einzige Institution, in der unternehmerische Entscheide zwingend paritätisch (gleichberechtigt) gefällt werden müssen, ist die Pensionskasse. Deren oberstes Organ muss paritätisch zusammengesetzt sein.

Im Vergleich zu anderen Ländern, wie z. B. Deutschland, sind in der Schweiz die Mitwirkungsrechte eher schwach verankert. Aus diesem Grund kommt den Gesamtarbeitsverträgen, welche die Mitwirkung in den Betrieben eingehender regeln können, mehr Bedeutung zu. Daneben haben clevere Unternehmen freiwillig reagiert. Sie haben realisiert, dass Informations- und Mitspracherechte von Arbeitnehmenden wichtig sind. Denn schliesslich ist Mitwirkung auch eine Frage der Betriebskultur.

In welchen Bereichen braucht es Mitwirkung?

Mitwirken heisst nicht, dass die Mitarbeiter bei der Unternehmensführung mitentscheiden. Doch Mitarbeiter sollen in den

betrieblichen Regelungen, von denen sie direkt betroffen sind, ein Informations- bzw. ein Mitspracherecht haben (z. B. betreffend Arbeitszeit, Pausen, System der Arbeitsplatzbewertung, persönliche Bewertung, Personalvorsorge und -fürsorge). Mitwirken heisst auch Mitverantwortung tragen. Regeln sollten also gemeinsam entwickelt werden.

Au sein des entreprises, le **rendement** dépend essentiellement des travailleurs. Or, la **productivité individuelle** de chaque collaborateur dépend beaucoup de sa **motivation** et de sa **satisfaction**. Comment favoriser l'**implication des travailleurs** dans l'entreprise et qu'en dit la loi? Pour le savoir rendez-vous sur d-inside.drogoserver.ch/inside.pdf – cliquez ensuite sur la colonne et l'article en français s'affichera automatiquement.



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.

Neue Produkte, alte Fehler

Kontaktlinsen Der Schweizer Kontaktlinsenmarkt wächst – und mit ihm der Informationsbedarf rund um die Handhabung von Kontaktlinsen, zumal Pflegefehler nach wie vor häufig vorkommen.



Zehn Jahre ist es her, als der Schweizer Kontaktlinsenbranche eine düstere Zukunft prophezeit wurde: «Der Markt für Pflege-, Reinigungs- und Desinfektionsmittel wird schrumpfen», sagten ernst zu nehmende Branchenkenner.

Das Gegenteil ist eingetreten: Das Geschäft mit den Kontaktlinsen ist munter weitergewachsen – «alleine in den Jahren 2007 und 2008 um rund 8 Prozent», wie **Marcel Zischler**, Manager für Professional Affairs bei Ciba Vision, bestätigt. Laut dem Schweizer Optikerverband (SOV) tragen bereits 15 Prozent der 4,5 Millionen Sehhilfeträgerinnen und -träger in der Schweiz Kontaktlinsen, also doppelt so viele wie noch vor zwanzig Jahren. Besonders häufig greifen die 16- bis 39-Jährigen zu den Linsen. Entsprechend gestiegen sind auch die Verkaufszahlen: Rund 200 Millionen Franken gehen für Kontaktlinsen und Pflegemittel jedes Jahr über Schweizer Ladentische.

Gut zu wissen

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

Starke Innovationen

Laut Marcel Zischler sind diese Ergebnisse eine Folge der neuen Entwicklungen bei den Kontaktlinsenmaterialien: «Neue Kontaktlinsen haben die Sicherheit und Annehmlichkeit des Linsentragens in den letzten Jahren stark verbessert.» Erfolgreichstes Beispiel: die Silikon-Hydrogel-Linse, eine weiche Kontaktlinse mit herausragender Sauerstoffdurchlässigkeit und sehr guten Benetzungseigenschaften. Noch vor zwanzig Jahren hätte kein Mensch gedacht, dass Silikon, das sich prima zum Abdichten von Badezimmerfugen eignet, eines Tages als Kontaktlinsenmaterial Erfolge feiern würde. Die Entwickler von Ciba Vision und Bausch & Lomb machten es möglich: Sie kombinierten Silikon mit Wassermolekülen, machten die wasserabstossende Oberfläche benetzbar und brachten die ersten Silikon-Hydrogel-Linsen auf den Markt. Inzwischen sind mehrere Typen von Silikon-Hydrogel-Linsen auf dem Markt. Im Weiteren wurden in den letzten Jahren Linsen entwickelt, mit denen sich die Alterssichtigkeit und die Hornhautverkrümmung korrigieren lassen; ganz zu schweigen von den Fortschritten bei den formstabilen Kontaktlinsen, deren Sauerstoffdurchlässigkeit und Benetzbarkeit weiter optimiert wurden.

Der jüngste Hit

Einen weiteren Meilenstein brachte Johnson & Johnson kürzlich auf den Markt: Eintageslinsen aus Silikon-Hydrogel. «Diese Linse ist ein Hit!» freut sich der Zürcher Augenoptiker **Eduard Bosshard**, seit über vierzig Jahren in der Kontaktlinsenbranche tätig. «Die Eintages-Silikon-Hydrogel-Linse ist mit Abstand die beste hygienische Lösung für Kontaktlinsenträger – besser als die gewöhnliche Silikon-Hydrogel-Linse.» Diese könne nach einem Monat Tragezeit bereits kritisch werden, so der Kontaktlinsenspezialist, vor allem für Frauen. Grund: Silikon-Hydrogel-Linsen sind zwar weniger anfällig für Proteinablagerungen, aber empfindlicher für Lipidansammlungen, beispielsweise aus Make-up-Resten.

Flaute bei den Pflegemitteln?

Kaum Highlights zeigten sich in den letzten Jahren bei den Kontaktlinsenmitteln. Waren in den Neunzigerjahren des letzten Jahrhunderts die «All-in-one-Pflegemittel» der grosse Trend, läuft die Welle derzeit zurück zu den Peroxidsystemen, die bereits in den Achtzigerjahren populär waren. Eine Entwicklung, die der Augenoptiker Eduard Bosshard kritisch verfolgt: «Wasserstoffperoxid ist toxisch. Wer es versehentlich in Kontakt mit dem Auge

bringt, weiss, wovon ich rede. Das tut höllisch weh!» Marcel Zischler sieht die Entwicklung bei den Linsenmitteln positiver: «Auch hier wurden Fortschritte erzielt. Zum Beispiel kommen immer mehr Pflegemittel ohne Konservierungsmittel auf den Markt. Die jüngste Generation der Konservierungsmittel zerfällt, sobald sie mit dem Auge oder mit der Luft in Berührung kommen.» Auch würden die Augentropfen für Kontaktlinsenträgerinnen und -träger ständig weiterentwickelt. Der grosse Trend, so Marcel Zischler, seien Augentropfen mit Hyaluronsäure: «Als körpereigene Substanz ist Hyaluronsäure sehr gut verträglich und regt gleichzeitig die Becherzellen zu verstärkter Feuchtheitsbildung an.»

Auf Pflegefehler achten!

Wie immer es um den Erfindungsreichtum der Branche steht, eins ist sicher: Unverändert geblieben sind die Pflegefehler. Nach wie vor sind sie der häufigste Grund, wenn das Kontaktlinsentragen Probleme macht. «Um die Situation zu verbessern, sollten auch Drogistinnen und Drogisten sorgfältig nachfragen, wenn ein Kontaktlinsenträger Beschwerden signalisiert», rät Marcel Zischler. Gelegenheiten zum Patzen gibt es genug, bei der manuellen Reinigung genauso wie bei der Desinfektion und dem Aufbewahren von Kontaktlinsen (siehe Checkliste).

Daneben können körperlich-medizinische Ursachen das Kontaktlinsentragen erschweren, also beispielsweise ein Fremdkörpergefühl, gerötete, trockene oder schmerzende Augen verursachen. Häufige Auslöser sind Erkältungen, Rauchen oder die Einnahme von Kontrazeptiva. «Probleme machen vor allem die modernen Gelbkörperhormon-Pillen», erklärt der Badener Augenoptiker **Imre Kovats**. «Die früheren Östrogenpräparate verursachten dagegen seltener Beschwerden.» Auch die anhaltende, hoch dosierte Einnahme von Kortisonpräparaten und Psychopharmaka kann das Kontaktlinsentragen erschweren. Das gilt auch für die langfristige Einnahme von Aknemitteln. «Ein häufiges Problem bei Teenagern, denn Aknemittel wirken austrocknend auf die Augenschleimhaut», weiss Imre Kovats. «Die beste Lösung besteht meines Erachtens darin, Aknemittel nur

kurzfristig, aber hoch dosiert einzusetzen. Das beseitigt die Akne in den meisten Fällen, sodass die Kontaktlinsen wieder problemlos getragen werden können.» ▶

Checkliste:

Pflegefehler bei Kontaktlinsen

Reinigung: Der KL-Träger...

- ... wäscht sich die Hände nicht und/oder zu wenig gründlich;
- ... spült den Linsenbehälter nicht oder mit Wasser aus;
- ... wechselt den Linsenbehälter zu selten;
- ... verwendet einen Linsenbehälter, der nicht zu seinen Kontaktlinsen oder zum Linsenmittel passt;
- ... verwendet Leitungswasser für die Linsenpflege;
- ... reibt die Kontaktlinse bei der manuellen Reinigung in der Hand weniger lang als die (minimalen) 15 Sekunden;
- ... spült die Reinigungslösung mangelhaft ab;
- ... hat die Reinigungslösung auf eigene Faust gewechselt mit der Folge, dass sie nicht mehr zum Linsentyp und zu den Augen passt.

Desinfektion: Der KL-Träger...

- ... hält die vorgeschriebene Desinfektionszeit nicht ein;
- ... verwendet ein unpassendes Desinfektionsmittel;
- ... verwendet das gleiche Lösungsmittel mehrmals;
- ... neutralisiert das Desinfektionsmittel mangelhaft.

Aufbewahren: Der KL-Träger...

- ... reinigt oder wechselt den KL-Behälter zu selten;
- ... verwendet die Aufbewahrungslösung mehrmals;
- ... verwechselt die Desinfektions- mit der Neutralisationslösung.

KL = Kontaktlinsen

Weitere Infos

Homepage des Schweizer Augenoptikerverbands: www.sov.ch
Umfassendes Kontaktlinsenlexikon: www.lensbest.de
Fachorganisation der Schweizer Kontaktlinsenspezialisten: www.interlens.org

Lentilles: nouveautés et erreurs récurrentes

Il y a dix ans, l'avenir de la branche suisse des lentilles de contact s'annonçait des plus sombres. «Le marché des produits d'entretien, de nettoyage et de désinfection va fondre», affirmaient alors de très sérieux connaisseurs de la branche. Au final, c'est l'inverse qui s'est passé. Le marché des lentilles de contact a continué de progresser. «De 8 % rien qu'en 2007 et 2008», précise **Marcel Zischler**, manager des Professional Affairs chez Ciba vision. Selon l'Association suisse des opticiens (ASO), près de 15 % des 4,5 millions de Suisses qui ont besoin d'une aide visuelle portent déjà des lentilles de contact, ce qui est deux fois plus qu'il y a 20 ans. Les personnes de 16 à 39 ans sont les plus nombreuses à recourir aux lentilles de contact. Chaque année, les Suisses déboursent environ 200 millions de francs pour leurs lentilles de contact et les produits d'entretien qui les accompagnent.

Importantes innovations

Selon Marcel Zischler, ces résultats sont dus aux innovations relatives aux matériaux de fabrication des lentilles: «Les nouveaux produits ont considérablement amélioré la sécurité et le confort de porter des lentilles.» Exemple de réussite: les lentilles en silicone hydrogel – des lentilles souples qui sont très perméables à l'hydrogène et présentent d'excellentes propriétés d'hydratation. Il y a 20 ans, nul n'aurait imaginé que le silicone, si pratique pour colmater les joints de la salle de bains, s'utiliserait un jour pour fabriquer des lentilles de contact. Les chercheurs de Ciba vision et Bausch & Lomb ont réalisé cet exploit: ils ont combiné le silicone à des molécules d'eau, ont rendu la surface hydrofuge hydrophile et commercialisé les premières lentilles en silicone hydrogel. Depuis, plusieurs autres lentilles de ce type sont apparues sur le marché. D'autres nouveautés ont été développées ces dernières années, notamment des lentilles qui corrigent les ▶

Wann sind Kontaktlinsen tabu?

Wichtig ist auch, die Kontraindikationen fürs Linsentragen zu kennen, allen voran: Entzündungen von Lid und Bindehaut, kortisonhaltige Augentropfen und antibiotikahaltige Augentropfen. Mitunter werden auch Asthma und Ekzeme zu den Kontraindikationen gezählt. «Diese Sichtweise muss man differenzieren», findet Imre Kovats. «Patienten mit Asthma können Kontaktlinsen tragen, aber sie müssen besonders gut auf die Zusammensetzung der Pflegemittel achten. Was die Ekzeme betrifft, sind diese nur an den Händen gefährlich. Das Infektionsrisiko lässt sich aber umgehen, indem harte Linsen mithilfe eines Saugnapfs und weiche Linsen mit einer speziellen Pinzette, einem sogenannten Softlens-Handler, eingesetzt werden.» Und wie steht es mit dem Heuschnupfen? Auch hier müsse man gut unterscheiden, erklärt Augenoptiker Imre Kovats. «Manche Kunden vertragen ihre Kontaktlinsen während der Pollenzeit gar nicht, andere nur mithilfe von reichlich Augentropfen, und wieder andere haben sogar weniger Heuschnupfensymptome, wenn sie Kontaktlinsen tragen.» In diesem Fall bewirke die Linse wohl eine Art Pflaster- oder Schutzeffekt, vermutet Imre Kovats. Womöglich spiele aber auch die Art und Grösse der Pollen eine Rolle – erforscht sei dies noch zu wenig.

Zwei Reinigungsmethoden

Kontaktlinsen können auf zwei Arten gereinigt und desinfiziert werden. Jede Methode hat Vor- und Nachteile.

Methode 1: «All-in-one-System» (= «One-Bottle-System»)

- **Vorteil:** Die Linse wird mit ein- und derselben Flüssigkeit manuell gereinigt, abgespült und aufbewahrt bzw. desinfiziert. Das ist einfach und praktisch, besonders auf Reisen, zumal Pocketflaschen erhältlich sind.
- **Nachteil:** Die All-in-one-Pflegemittel werden häufig falsch angewandt, zum Beispiel wird die manuelle Reinigung vernachlässigt. Auch enthalten diese Pflegemittel Konservierungsstoffe, die allergische Reaktionen oder ein Trockenheitsgefühl auslösen können.

Methode 2: Peroxidsystem

- **Vorteil:** Sehr grosse Reinigungs- und Desinfektionskraft. Der hochreaktive Sauerstoff der Peroxidlösung spaltet bzw. oxidiert die organischen Ablagerungen auf den Linsen in kleine Bruchstücke, die von der Linsenoberfläche abfallen. Mikroorganismen werden neutralisiert.
- **Nachteil:** Wasserstoffperoxid ist stark toxisch. Eine Neutralisation (mittels Katalysatorsystem oder Neutralisationstablette) ist zwingend notwendig, bevor die Linse wieder eingesetzt wird. Sonst können Verätzungen des Auges die Folge sein.

Anmerkung: Manche Peroxidsysteme arbeiten mit einer Flüssigkeit (= 1-Schritt-System bzw. 1-Phasen-System), andere mit zwei Flüssigkeiten (= 2-Schritte-System bzw. 2-Phasen-System).

Anmerkung:

Zusätzlich kann eine enzymatische Reinigung erforderlich sein. Die Enzyme spalten die Proteine auf der Linse in so kleine Bruchstücke, dass sie wasserlöslich werden und von der Linse abgespült werden. In modernen Pflegemitteln ist der Proteinentferner häufig integriert.

Pflegemittel wechseln?

Es kommt vor, dass Kundinnen und Kunden ein Geschäft betreten mit dem Wunsch, das Pflegemittel zu wechseln. «Ein heikles Anliegen», findet Marcel Zischler. «Grundsätzlich sollten Drogistinnen und Drogenisten nie das Pflegemittel wechseln, ohne mit dem Hersteller oder dem Optiker Rücksprache genommen zu haben.» Das ist insbesondere auch angesichts der zahlreichen Private-Label-Pflegemittel auf dem Markt unerlässlich. Dazu Imre Kovats: «Kontaktlinsen und Pflegemittel stellen ein System dar, das

optimal aufeinander abgestimmt ist. Schon kleine Fehler können sehr unangenehme Folgen haben. Auch entsprechen ältere Pflegemittel oder billige Nachahmerprodukte mitunter nicht dem heutigen Wissensstand – obwohl sie den gesetzlichen Standards genügen.» Andere Linsenmittel seien nicht mit den modernen Kontaktlinsenmaterialien kompatibel. Beispiel: Silikon-Hydrogel-Linsen vertragen sich nicht mit allen All-in-one-Lösungen. Wird das übersehen, können rote oder kratzende Augen die Folge sein.

Petra Gutmann

défauts de vision liés à la vieillesse ou aux déformations de la cornée. Sans oublier les progrès concernant les lentilles rigides dont la perméabilité à l'oxygène et l'hydrophilie ont été optimisées.

La dernière création

Johnson & Johnson a récemment commercialisé une autre nouveauté: les lentilles jetables en silicone hydrogel. «Ces lentilles sont un hit!», se réjouit **Eduard Bosshard**, opticien zurichois qui travaille depuis plus de 40 ans dans la branche des lentilles de contact. «Les lentilles en silicone hydrogel à usage unique constituent de loin la solution la plus hygiénique pour les porteurs de lentilles – elles sont mieux que les lentilles en silicone hydrogel habituelles.» En effet, ces dernières peuvent devenir problématiques après un mois, surtout chez les femmes. Explication du spécialiste: les lentilles en silicone hydrogel sont certes moins sensibles aux dépôts de protéines, elles sont en revanche plus sensibles aux amas lipidiques – comme on en retrouve dans les restes de maquillage.

Reinigung und Pflege von Kontaktlinsen auf einen Blick

Linsenart	Optimale Tagespflege	Zusatzpflege
Formstabile Kontaktlinsen	Harte bzw. formstabile Kontaktlinse manuell reinigen: In der Handfläche mind. 15 Sek. mit Reinigungsflüssigkeit reiben, mit Aufbewahrungs- oder Kochsalzlösung abspülen. Anschliessend in frische Aufbewahrungslösung einlegen.	Bei Bedarf Intensivreinigung einmal pro Woche.
Weiche Kontaktlinsen	All-in-one-Lösung: Weiche Kontaktlinse manuell reinigen: In der Handfläche mind. 15 Sek. mit All-in-one-Lösung reiben. Anschliessend in frische All-in-one-Lösung einlegen. Peroxidsystem: <i>Peroxid-1-Schritt-System:</i> Bei Bedarf weiche Kontaktlinse manuell reinigen, anschliessend in einen Behälter mit Wasserstoffperoxidlösung legen. Tablette dazugeben und nach vorgeschriebener Zeitdauer wieder rausnehmen. <i>Peroxid-2-Schritte-System:</i> Bei Bedarf weiche Kontaktlinse manuell reinigen, anschliessend in einen Behälter mit Wasserstoffperoxidlösung geben. Nach der vorgeschriebenen Zeitdauer herausnehmen und mit einer zweiten Lösung neutralisieren.	– Enzymreinigung einmal pro Woche. – Bei Bedarf Linse vor dem Einsetzen mit Kochsalzlösung abspülen. – Enzymreinigung einmal pro Woche. – Bei manchen Lösungen keine zusätzliche Enzymreinigung nötig. – Bei Bedarf Linse vor dem Einsetzen mit Kochsalzlösung abspülen. – Enzymreinigung einmal pro Woche. – Bei manchen Lösungen keine zusätzliche Enzymreinigung nötig. – Bei Bedarf Linse vor dem Einsetzen mit Kochsalzlösung abspülen.
Tageslinsen	Kein Pflegebedarf.	Kein Pflegebedarf.

Comment les **produits d'entretien** ont-ils évolué ces dernières années? Les produits «all in one» ont-ils toujours les faveurs du public? Y a-t-il des **contre-indications** au port de lentilles? Et surtout comment **bien entretenir les lentilles**, qu'elles soient souples ou rigides? Pour le savoir rendez-vous **sur d-inside**. drogoserver.ch/inside.pdf – cliquez ensuite sur la colonne et l'article en français s'affichera automatiquement.



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

Marktgass Apotheke & Drogerie, Urs Spillmann, Dübendorf



Sommerlich schön

Hautpflege Von käsig bis schokoladenbraun – nicht jede Haut bräunt gleich schnell. Bei einigen Leuten geht es aber verdächtig schnell. Schönheit liegt allerdings nicht am Farbton allein. Damit die Haut die sommerlichen Strapazen gut übersteht, gilt es für Ihre Kunden, einiges zu beachten.



Der Preis für eine makellose Haut bis ins hohe Alter ist hoch: «Du sollst nicht rauchen, keinen Alkohol trinken, dich nicht direkt an die Sonne legen, Stress vermeiden und auf den Kaffee verzichten... Stattdessen sollst du viel Gemüse und Obst essen, ausreichend schlafen und genug Wasser trinken.» Das raten Schönheitsexperten und Dermatologen. Im letzten Lebensabschnitt blicken wir dann mit makelloser Altershaut auf ein Leben voller Verzicht zurück. Das kann es natürlich nicht sein: Auf alles verzichten, was Freude bereitet und unvergessliche Momente im Leben schafft, sollen schönheitsbewusste Menschen nicht. Doch ein bisschen Sorge tragen lohnt sich auf jeden Fall. Vor allem im Sommer, wenn die UVA-Strahlen die Hautalterung allzu schnell vorwärtstreiben.

Gut zu wissen

Bereiten Sie sich auf die Fragen Ihrer Kunden vor: **Sommerhaut** steht auch im *Drogisten* vom Juni im Zentrum.

Im ständigen Wandel

Die zwei Quadratmeter grosse Haut befindet sich in stetigem Wandel und stösst Tag für Tag bis zu 14 Gramm tote Hornzellen ab. Damit sie ihre vielfältigen Aufgaben erfüllen kann, ist sie aus verschiedenen Hautschichten aufgebaut:

Oberhaut (Epidermis): Die Epidermis besteht aus fünf Schichten: Die äusserste Schicht, die Hornschicht (Stratum corneum), besteht aus sich ständig erneuernden Hornzellen. Ihre Dicke oder Zartheit bestimmt, ob eine Haut eher rosig oder blass erscheint, und prägt deshalb das Aussehen eines Menschen. Darunter liegen die helle Schicht (Stratum lucidum), die Körnerschicht (Stratum granulosum), die Stachelzellschicht (Stratum spinosum) und die untere Keimschicht (Stratum basale). In der Keimschicht entstehen neue Zellen, die kontinuierlich nach oben geschoben werden und so die Haut im Vierwochen-Rhythmus vollständig erneuern. Der Hauptbestandteil der Oberhaut sind die Keratinozyten. Es sind abgestorbene Hautzellen ohne Zellkern, die schuppenförmig übereinandergelagert sind. Sie produzieren das Eiweiss Keratin, aus dem die Nägel, die Hornhaut und die Haare bestehen. Auch die Melanozyten,

welche die Haut vor Sonnenstrahlen schützen, indem sie Melanin produzieren und die Haut bräunen, befinden sich in der Keimschicht.

Lederhaut (Corium): Direkt unter der Epidermis liegt die Lederhaut. Sie ist durchzogen von Blutgefässen, Lymphbahnen und Nerven, welche die Oberhaut mit Nährstoffen und Sauerstoff versorgen. In der Lederhaut befindet sich ein faseriges Netzwerk aus Proteinen, das zum Grossteil aus Kollagenfasern und geringeren Mengen an elastischen Bindegewebsfasern besteht. Dieses Fasergeflecht sorgt für Spannkraft und Elastizität der Haut. Zudem befinden sich in der Lederhaut Nervenkörper und freie Nervenenden, die auf Wärme, Kälte und Berührungsreize reagieren. Die Talg- und Schweißdrüsen sowie die Haarwurzeln befinden sich im unteren Teil der Lederhaut sowie in der Übergangsschicht zur Unterhaut.

Unterhaut (Subcutis): Die Unterhaut ist eine stark dehnbare Bindegewebeschicht. Neben den elastischen Fasern befinden sich darin Fetteinlagerungen, die der Aufpolsterung der Haut dienen. Wie in der Lederhaut befinden sich auch in der Unterhaut zahlreiche Blut- und Lymphgefässe, Schweißdrüsen und Haarwurzeln. Ein dichtes Nervenetz lässt Sinnesempfin-

dungen wie Druck, Wärme, Kälte und Tastgefühl zu. Das Bindegewebe dient als Energiereserve, Wärmepolster und Nahrungsspeicher. Es schützt Knochen, Muskulatur und Organe vor Druck, Stoss und Wärmeverlust. Aufgrund der Elastizität kann sich das Bindegewebe bei Fettleibigkeit oder in der Schwangerschaft stark ausdehnen und bei Unterernährung völlig verschwinden.

Sommerteint auch ohne Sonne

Die UVA- und UVB-Strahlen der Sonne dringen in die Hautschichten ein. Die längerwelligen UVA-Strahlen erreichen selbst das tief gelegene Unterhautgewebe, zerstören die Zellstrukturen (DNA) und fördern so die Hautalterung. Trotzdem: Allzu käsig und blass sollen die Beine nicht unter den kurzen Röcken herausragen. Der einzige Ausweg ist die risikolose Bräune mit einem Selbstbräuner aus der Tube, der Spraydose oder dem Gesichtstuch. Selbstbräuner enthalten den synthetischen Zucker DHA (Dihydroxyacetone). In natürlicher Form kommt dieses Kohlenhydrat auch im Henna, der Eichenrinde oder der Kastanie vor. Industriell wird der Zucker durch Fermentation von Glycerol (Glyzerin) mit einem Mikroorganismus (*Acetobacter suboxydans*) hergestellt. Auf der Haut bindet sich das DHA an freie Aminogruppen der Keratineiweisse. Das löst auf der obersten Hautschicht, der Hornschicht, eine biochemi-

sche Reaktion aus. Dadurch bilden sich innert dreissig Minuten Melanoide, welche die äusserste Hautschicht färben. Bei einem klassischen Selbstbräuner ist nach sechs Stunden die maximale Bräunung erreicht. Aufgrund des natürlichen Erneuerungsprozesses der Haut werden die gebräunten Zellen nach und nach abgestossen, bis nach fünf Tagen die Hornschicht komplett erneuert und wieder farblos daherkommt.

Die Qual der Wahl

Selbstbräuner sind im Trend. So manche Frau schummelt sich so die Ferienbräune aufs Gesicht. Von der selbstbräunenden Bodylotion über die Tages- und Nachtcreme, welche Sommerfrische ins Gesicht zaubert, zu getönten Selbstbräunungsgels mit Glimmereffekt bis hin zur Behandlung bei der Kosmetikerin bietet der Markt für jedes Bedürfnis ein passendes Produkt an. Der Unterschied zwischen den Produkten liegt bei der enthaltenen DHA-Dosis. Je mehr DHA verwendet wird, umso intensiver die Bräunung. Der Wirkstoff ist für die Gesundheit unbedenklich. Trotzdem hat er Tücken, welche die Hersteller mit cleveren Wirkstoffkombinationen zu umgehen versuchen:

- **Haltbarkeit:** DHA ist hydrophob und instabil. Das vermindert die Haltbarkeit. Nach einer Saison kann es bereits unangenehm riechen. Die Zugabe von Gamma-Cyclodextrin kann dem entgegenwirken und das Produkt haltbarer machen.
- **Konsistenz:** DHA lässt sich zwar mit Wasser mischen, neigt aber zu Gelbildung. Das führte früher zum berechtigten Ruf, dass Selbstbräuner Streifenmuster auf den Beinen erzeugen. Dank modernen Chemikalien können die Wirkstoffe heute homogener in das Produkt verarbeitet werden und die Lotion wird flüssiger und besser verteilbar. Auch die Sprayform hilft bei der Verteilung und bei der Vermeidung von Streifen.
- **Bedenkliche Verwandlung:** Wenn DHA über längere Zeit an der Sonne liegt, bildet sich ohne die Zugabe von stabilisierenden Hilfsstoffen Formaldehyd, welches die Atemwege reizen kann und als krebserregend gilt. ▶

Bücher

John Emsley:

«**Fritten, Fett und Faltencreme**», Wiley Verlag, 2004, ISBN 978-3-527-31147-7, ca. Fr. 43.–

Ulrike Kröll: «**Jungbrunnen.**

Oder: Wie nehme ich meine Falten selbst in die Hand?», Verlag Books on Demand, 2008, ISBN 978-3-8334-8473-5, ca. Fr. 48.–

Daniele de Winter: «**Schön ohne Botox**», Haedeker Verlag, 2006, ISBN 978-3-7750-0489-3, ca. Fr. 30.–

En beauté pour l'été

Conserver une peau parfaite, ça a son prix! «Ne pas fumer, ne pas boire d'alcool, ne pas s'exposer directement au soleil, éviter le stress et renoncer au café...», recommandent les spécialistes. C'est tout simplement impossible: même les personnes les plus soucieuses de leur beauté ne peuvent pas renoncer à tous les plaisirs. Toutefois, s'occuper de sa peau porte ses fruits. Particulièrement en été quand les rayons UVA accélèrent le vieillissement de la peau.

Afin que la peau puisse remplir ses multiples tâches, elle est composée de différentes couches.

L'épiderme: il est composé de cinq couches: la couche superficielle appelée couche cornée, la couche fine, la couche granuleuse, la couche de Malpighi et la couche basale.

Le derme: il est traversé par des vaisseaux sanguins et lymphatiques et des nerfs qui approvisionnent l'épiderme en substances nutritives et en oxygène. On y trouve aussi les glandes sudoripares et sébacées et la base du système pileux.

L'hypoderme: il est formé d'une couche de tissu conjonctif étirable, de réserves adipeuses et d'un épais réseau nerveux.

Les rayons UVA et UVB du soleil pénètrent dans les couches cutanées et les endommagent. Pour bronzer sans risque, on peut recourir aux autobronzants. Ils contiennent un sucre de synthèse, le DHA. Ce dernier réagit avec les acides aminés de la couche cornée cutanée. En une trentaine de minutes, il forme des mélanoides qui colorent la couche supérieure de la peau. Le hâle dure cinq jours environ.

Pour savoir comment bien choisir et conserver un autobronzant, 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.

- **Trocknet die Haut aus:** Früher musste die Haut vor der Anwendung eines Selbstbräuners mit einer Bodylotion befeuchtet werden. Heute enthalten die Produkte einen biotechnologisch hergestellten Zucker (Erythrose), der dazu führt, dass der Selbstbräuner die Haut nicht mehr austrocknet und die Bräune länger erhalten bleibt.

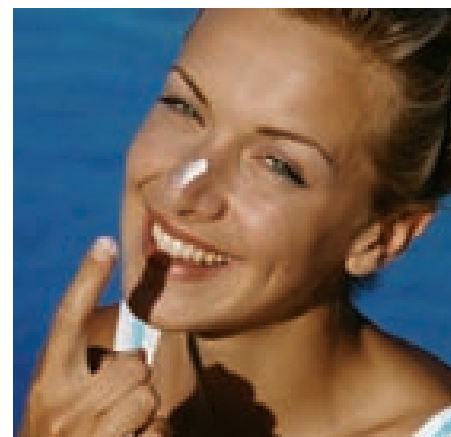
Besonders bei den niedrigdosierten selbstbräunenden Bodylotionen und Cremes ist der bräunende Effekt eng mit der Pflegewirkung verbunden. Durch die tägliche Anwendung hinterlässt das Pflegeprodukt einen zarten Hauch von Farbe auf der Haut, welche Tag für Tag intensiver wird und nach etwa drei Tagen ihr Maximum erreicht hat. Die Produkte sind wie eine Bodylotion zu handhaben, und es braucht viel weniger Mut als die Verwendung eines Selbstbräuners. Einige Regeln gibt es jedoch trotzdem:

- Lose Hautschüppchen mit einem Peeling oder Massagehandschuh einmal pro Woche entfernen.
- Baden schwächt den Effekt, weil die aufgeweichte Haut die Wirkstoffe nicht so gut aufnehmen kann.
- Ellenbogen, Fersen und Nagelhäutchen zuerst mit einer Bodylotion gut eincremen. An diesen Stellen ist die Haut dicker. Sie verfärbt sich schneller und wird dunkler.
- Nach jeder Anwendung die Hände waschen!

Bei hochdosierten Selbstbräunern gilt zudem:

- Brauen und Haaransatz entweder aussparen oder am Schluss mit einem feuchtem Taschentuch nachwischen. Der Wirkstoff tönt auch helle Härchen.
- Nach dem Auftragen dunkle, lockere Sachen aus Baumwolle tragen. Bei Synthetik, Seide, Wolle geht der Bräuner beim Waschen nicht raus.
- Nicht jeder spricht auf den Selbstbräuner an. Bei 10 bis 15 Prozent der Verwender bräunt die Haut nicht. Die Ursache dafür ist noch unklar.

Sabine Hurni



Ein bisschen Sorge tragen lohnt sich auf jeden Fall. Vor allem im Sommer, wenn die UVA-Strahlen die Hautalterung allzu schnell vorwärtstreiben.

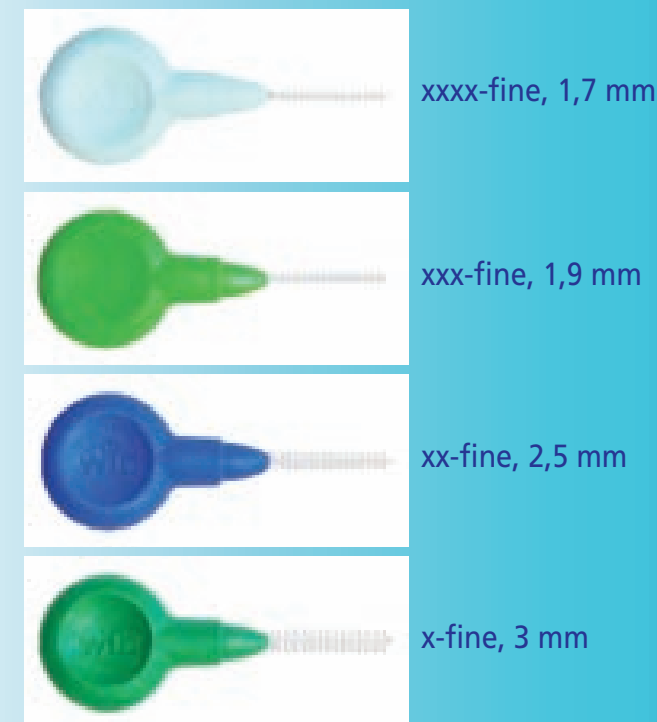
Quellen und Informationen

www.haut-wissen.ch
www.oekotest.de/cgi/ot/otgs.cgi?doc=34734
www.gesundheit.de/medizin/erkrankungen/haut/selbstbraeuner-braun
www.med4you.at/derma/gesunde-braeune/selbstbraeuner.htm
www.carechannel.de/cgi/ot/otgp.cgi?doc=1588

EMOFORM®

Interdentalbürsten mit kunststoffbeschichtetem Drahtkern

NEU



• Kunststoffbeschichteter Drahtkern (patentiert)

Durch die Isolierung des Drahtkerns mit Kunststoff treten beim Kontakt mit dem Zahnhals oder mit metallischen Zahnfüllungen keine Schmerzen auf. Schutz von Zahnschmelz und Zahnfleisch vor Verletzungen.

• Ergonomischer Griff

Der weiche, runde und eingebuchtete Gummigriff gewährleistet den einfachen und rutschsicheren Gebrauch. Der optimale Halt mit Daumen und Zeigfinger ermöglicht die einfache Führung und stellt dadurch den problemlosen Zugang zu allen Interdentalräumen sicher.

• Biegbarer Draht

Der bis zu 90° biegbare Draht ermöglicht den einfachen Zugang zu den Interdentalräumen zwischen den Molaren (hintere Backenzähne).

• Schutzkappe und praktische Schachtel

Dank der Hygiene-Schutzkappe eignen sich die Interdentalbürsten auch für unterwegs. Zuhause sind die Interdentalbürsten hygienisch sauber in der Schachtel aufbewahrt.

• Übersichtliches Sortiment, 4 Grössen:

Die in der CH am meisten gebrauchten Grössen (1.7, 1.9, 2.5, 3 mm Durchmesser des Bürstenteils) vereinfachen die Entscheidungsfindung der Kunden.



Empfehlung:

Für die optimale Reinigung der Interdentalräume von Plaque empfehlen wir die Interdentalbürsten mit **TEBODONT® Gel** zu verwenden. Die plaquehemmende Wirkung von **TEBODONT® Gel** unterstützt die mechanische Reinigung der Interdentalbürsten im Zahnzwischenraum in optimaler Weise und verleiht einen angenehmen Geschmack in der ganzen Mundhöhle.

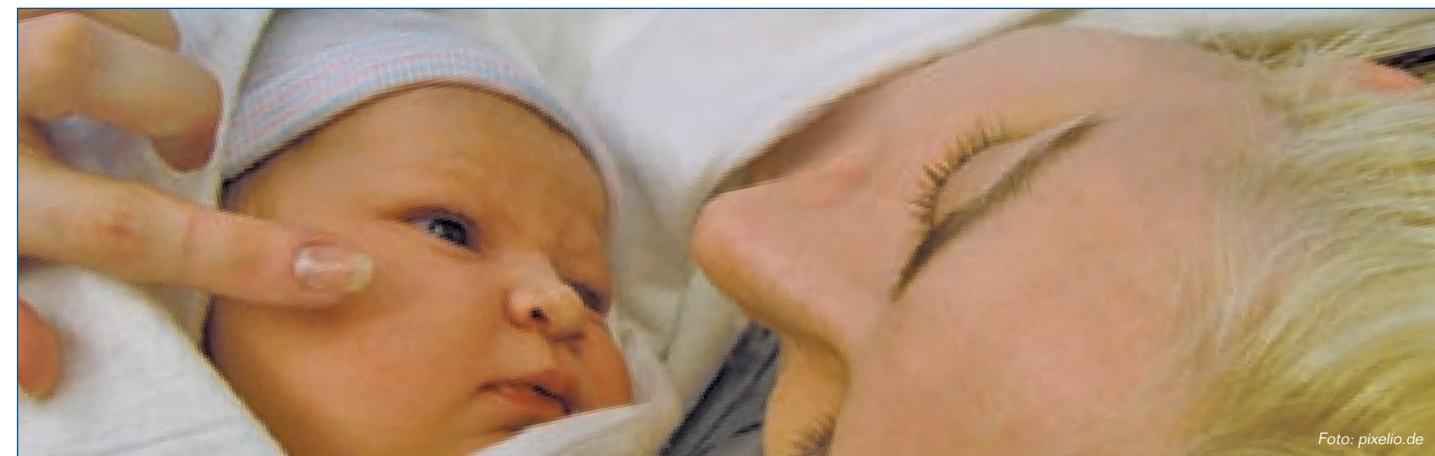


WILD

Dr. Wild & Co. AG, 4132 Muttenz
www.wild-pharma.com

Fettsäuren für Mutter und Kind

Fette Gehirn und Augen entwickeln sich optimal, wenn der Körper genügend n-3-Fettsäuren enthält. In der Nahrung sind n-3-Fettsäuren vor allem in fettreichen Fischen vorhanden, weshalb ein regelmässiger Fischkonsum in der Schwangerschaft empfohlen wird (280–300 g/Woche)¹.



Der Mensch ist heute offensichtlich auf eine direkte Zufuhr von Docosahexaensäure (22:6n-3) aus der Nahrung angewiesen, weil die physiologische Synthese aus der Vorstufe ALA nicht ausreicht, um den Bedarf an Strukturlipiden zu decken. Wir haben im ersten Teil (siehe *d-inside* Nr. 3/09, <http://d-inside.drogoserver.ch/Archiv/3:09.pdf>) gesehen, dass bestimmte mehrfach ungesättigte Fettsäuren (FS) der n-3- und -6-Reihe für den Menschen essenzielle Nährstoffe darstellen. Sie sind nicht nur strukturelle, sondern auch funktionelle Bestandteile der Biomembranen. In letzter Zeit hat sich gezeigt, dass n-3-FS auch im zentralen Nervensystem (ZNS) eine wichtige Rolle spielen und für die Aufrechterhaltung der normalen Hirnfunktion unentbehrlich sind.

Langkettige, mehrfach ungesättigte Fettsäuren (LCPUFA)
Schon 2003 erschien in einer renommierten medizinischen Zeitschrift ein Aufsatz, der nachwies, dass sich die mütterliche Einnahme von langkettigen, mehrfach ungesättigten n-3-FS während der Schwangerschaft und Stillzeit günstig auf die spätere mentale Entwicklung der Kinder auswirkt². Wichtige Vertreter sind dabei insbesondere die EPA, DPA, DHA und die AA (Abkürzungen siehe Tabelle), wobei

die Arachidonsäure eine n-6-FS darstellt. Sie bilden die Bausteine in den Membranen des Nervensystems und in den Sehzellen der Netzhaut. Die essenziellen LCPUFAs kommen hauptsächlich in fettreichen Fischen wie Hering, Makrele, Lachs und Sardinen vor. Neben der Tatsache, dass n-3-FS zusammen mit den n-6-FS integraler Bestandteil von Zellmembranen sind, beeinflussen sie die Membranfluidität, regulieren die Ionenkanäle, modulieren die Endo- und Exozytose sowie die hormonelle Aktivität, haben immunologische Wirkungen und, wie wir im ersten Teil gesehen haben, beeinflussen die Genexpression. Aufgrund ihrer Wirkung auf die Genregulation ist insbesondere die DHA für die Entwicklung des Fötus und Säuglings von entscheidender Bedeutung. Die EPA ist eine Vorläufersubstanz der sogenannten Eicosanoide. Diese kennen Sie möglicherweise noch aus unseren Weiterbildungskursen zum Thema Analgetica. Dort haben wir gesehen, dass Prostaglandine, Thromboxane und Leukotriene aus der Arachidonsäure (n-6-FS) durch das Enzym Phospholipase A₂ synthetisiert werden. Auch die EPA ist ein Substrat der Phospholipase A₂ und je nach enzymatischer Ausstattung der jeweiligen Zelle (z. B. ob es sich um einen

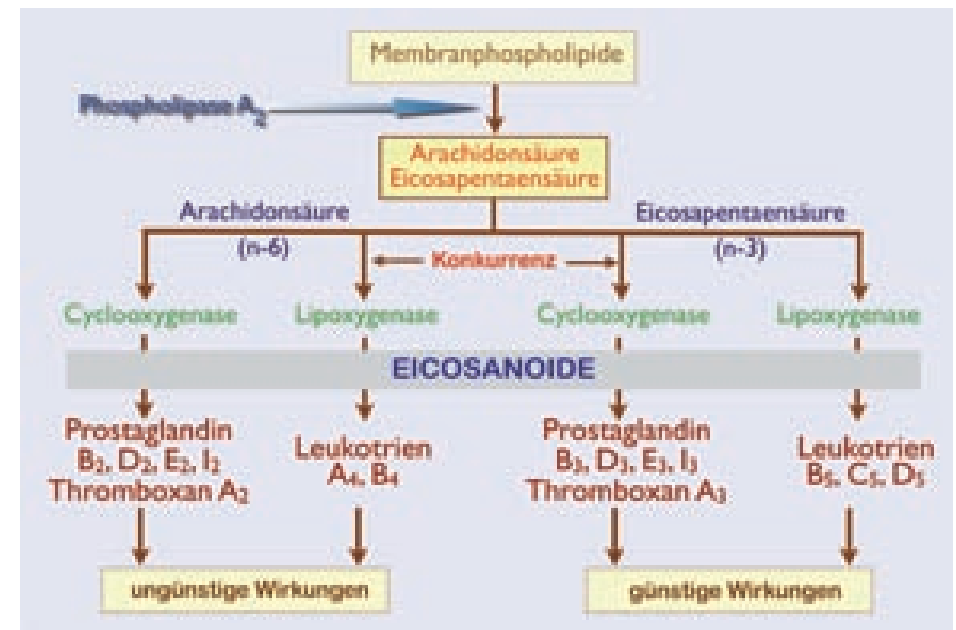
Thrombozyten, einen Leukozyten oder eine Endothelzelle handelt) wird sie durch die Cyclooxygenase oder die Lipoxygenase verstoffwechselt (Abbildung 1). EPA konkurriert also mit AA um dieselben Enzymsysteme, wobei die aus EPA gebildeten Eicosanoide angeblich mit günstigeren Wirkungen behaftet sind als jene, die aus AA gebildet werden. Welche Eicosanoide in welchen Mengen gebildet werden, hängt vom Angebot der jeweiligen Vorstufen in der Nahrung ab. Daraus kann abgeleitet werden, dass physiologische Prozesse, die durch Eicosanoide gesteuert werden, diätetisch beeinflusst werden können³.

Risiken eines n-3-FS-Mangels
Ein Mangel an n-3-FS birgt mehrere Risiken wie z. B. eine verschlechterte Durchblutung und O₂-Versorgung, ein verminderter Einbau von DHA in Photorezeptoren und in Synapsen, eine abnorme Immunantwort mit verstärkter Entzündungsneigung sowie Entwicklungsstörungen und psychiatrische Erkrankungen (Depressionen, Schizophrenie, ADHS u. a.).

LCPUFAs können direkt über die Nahrung zugeführt werden oder im Organismus aus den essenziellen FS zu LCPUFAs «verlängert» und desaturiert werden. Diese Umwandlung findet aber nur in geringer Masse statt und die beiden FS-Gruppen n-6 und n-3 konkurrieren sich dabei, da – wie erwähnt – für diesen Prozess die gleichen Enzymsysteme benötigt werden (siehe *d-inside* Nr. 03/09, Seite 30, Abbildung 4). Der Fettsäurestatus des Neugeborenen ist von demjenigen der Mutter abhängig: Angeblich verbessert eine vermehrte Aufnahme von essenziellen FS und LCPUFAs bei Schwangeren den kindlichen Fettsäurestatus, insbesondere bei Frühgeburten⁴. Die bereits eingangs erwähnte Studie von Helland² hat gezeigt, dass eine Supplementierung der Mütter mit langkettigen n-3 PUFAs während der Schwangerschaft und Stillzeit den Intellekt der Kinder im Alter von 4 Jahren verbessert. Somit ist es möglich, durch Supplementierung bei der Mutter, den neo- und postnatalen LCPUFAs-Status günstig zu beeinflussen.

n-3-FS und die Entwicklung des ZNS
Ab der 25. Schwangerschaftswoche (3. Trimenon) ist der Fötus auf die ausreichende Versorgung u. a. mit EPA und DHA angewiesen. In dieser Phase der Schwangerschaft schreitet nämlich die Entwicklung des ZNS besonders stark voran. Schwere Nährstoffdefizite in dieser Periode und bis in die ersten postnatalen Monate können sich besonders dramatisch auswirken und zu bleibenden Schädigungen führen. Untersuchungen haben gezeigt, dass der Fötus pro Woche rund 30 mg n-3-FS im Gehirn anreichert⁵. 75 Prozent aller ungesättigten FS im Gehirn entfallen angeblich auf AA und DHA. Letztere ist auch – wie bereits erwähnt – ein wichtiger Baustein der Netzhautzellen: Die Photorezeptoren enthalten denn auch die höchste DHA-Konzentration aller Körperzellen. In dieser sogenannten Zerebralisierungsphase ist demnach eine adäquate Versorgung mit DHA von grosser Bedeutung nicht nur für die normale visuelle, sondern auch für die kognitive Entwicklung. In einer 2007 durchgeführten kontrollierten Studie konnte eindeutig nachgewiesen werden, dass Säuglinge im Alter von ▶

Abbildung 1:
Bildung der lokalen Mediatoren (Prostaglandine, Leukotriene und Thromboxane) aus AA und EPA⁵.



Im Gegensatz zum Leukotrien B₅ aus EPA, das schwach inflammatorisch wirkt, ist das Leukotrien B₂ stark entzündungsfördernd. Das Thromboxan A₂ wirkt stark proaggregatorisch und stark vasokonstriktorisch; das Thromboxan A₃ dagegen wirkt nicht proaggregatorisch und nicht vasokonstriktorisch.

Acides gras pour la mère et l'enfant
De nos jours, l'être humain a apparemment besoin d'un apport direct d'acides docosahexaénoïques (22:6n-3) issu de l'alimentation car la synthèse physiologique d'acide alpha-linoléique ne suffit pas à couvrir les besoins en lipides structurés. Nous avons vu dans notre première partie (voir *d-inside* 3/09) que certains acides gras poly-insaturés oméga-3 et 6 représentent des nutriments essentiels pour l'homme. Ce sont des composants structuraux mais aussi fonctionnels des biomembranes. Il est apparu récemment que les acides gras oméga-3 jouent un rôle important également au niveau du système nerveux central et sont donc indispensables à la bonne marche d'une fonction cérébrale normale. Outre le fait que les acides gras oméga-3 et oméga-6 font partie intégrante des membranes cellulaires, ils influent sur la fluidité des membranes, régulent les canaux ioniques, modulent l'endocytose, l'exocytose, ainsi que l'activité hormonale, ont des effets immunologiques et influencent l'expression génétique.

Comment les **acides gras oméga-3** influencent-ils le développement du fœtus? Les compléments alimentaires à base d'acides gras représentent-ils vraiment une **option thérapeutique** efficace pour traiter les problèmes pédagogiques et comportementaux chez les enfants? Quels sont les **apports en lipides** recommandés par l'OFSP? Quels sont les **risques de carence**? Réponses sur d-inside.drogoserver.ch/inside.pdf – cliquez ensuite sur la colonne et l'article en français s'affichera automatiquement.

4 Monaten eine bessere Sehschärfe aufwiesen, wenn ihre Mütter während der Schwangerschaft eine DHA-Supplementierung erhielten.

Die Umwandlung der beiden C18-Fettsäuren Linolsäure (LA) und α -Linolensäure (ALA) in längerkettige FS ist abhängig von⁵

- genetischen Faktoren,
- der Aufnahme an gesättigten FS,
- der Versorgung mit Vitaminen und mineralischen Kofaktoren,
- dem Status an Stress- und Geschlechtshormonen.

Die Änderung von ALA zu EPA und DHA verläuft beispielsweise bei jungen Frauen viel effizienter als bei jungen Männern. Auch hohe Testosterongehalte im Fruchtwasser haben angeblich einen Einfluss auf Struktur und Funktion neuronaler Gewebe des Fötus. Sie stehen im Zusammenhang mit einer reduzierten sozialen Entwicklung und Aufmerksamkeit der heranwachsenden Kinder.

Eine mangelnde Versorgung mit EPA und DHA kann also zu Entwicklungsstörungen des ZNS führen. Es wurde nachgewiesen, dass ein geringes Geburtsgewicht und ein verringerter Kopfumfang mit nachträglichen psychischen Störungen und Entwicklungsproblemen häufig mit einem Mangel an AA und DHA in Zusammenhang stehen⁶.

Eine im Jahr 2005 durchgeführte, randomisierte, placebokontrollierte Studie zur Evaluation der Supplementierung von n-3-FS (EPA und DHA) mit 117 Kindern im Alter von 5 bis 12 Jahren mit entwicklungsbedingten Koordinationsstörungen hat ergeben, dass unter Verum (also unter denjenigen, die supplementiert wurden) signifikante Verbesserungen beim

Lesen, Schreiben und bei verschiedenen Verhaltensauffälligkeiten festzustellen waren⁷. Diese Studie kommt zum Schluss, dass die Nahrungsergänzung mit FS eine sichere und wirksame Behandlungsoption für pädagogische und Verhaltensprobleme bei Kindern mit entwicklungsbezogenen Koordinationsstörungen darstellen kann. Die Behandlung hatte allerdings keine Wirkung auf die motorischen Fähigkeiten.

Eine spätere Studie konnte zeigen, dass Säuglinge im Alter von vier Monaten eine bessere Sehschärfe aufwiesen, wenn ihre Mütter während der Schwangerschaft DHA supplementiert hatten. Dieses Resultat konnte nochmals signifikant verbessert werden, wenn man die Säuglinge mit DHA und AA nach einer vorangegangenen sechswöchigen Stillzeit supplementierte.

Das Verhältnis n-6/n-3-Fettsäuren

Bei der Auswahl von PUFAs ist es von grosser Bedeutung, dass das Verhältnis n-6/n-3 berücksichtigt wird. Das wahrscheinlich evolutionsbedingte Verhältnis von 1:1 bei den ersten Menschen hat sich über das ideale Verhältnis von 1:3 bis auf das heutige von 15:1 verschoben⁸. Diese Verschiebung hat mit Beginn des industriellen Zeitalters sehr rasch zugenommen. Für die gesunde neuronale Entwicklung des Embryos und des Neugeborenen sowie für ein korrekt funktionieren des Herzkreislauf- und Immunsystems wird heute von Fachkreisen ein Verhältnis von $\leq 4:1$ empfohlen. Eine Abweichung nach oben, das heisst z. B. ein Verhältnis von 10:1, hat bezüglich chronischer entzündlicher Erkrankungen negative Auswirkungen.

Fazit

Die Expertenkommission des Bundesamts für Gesundheit (BAG) empfiehlt in ihrem Bericht⁴: «Es erscheint angebracht, **Schwangere und Stillende zu einem Fischkonsum von ein bis maximal zwei Fischmahlzeiten pro Woche** (resultierend in einer Gesamtaufnahme von 450 mg EPA und DHA) zu ermuntern. Bekanntermassen mit Methylquecksilber belastete Sorten (vor allem Schwertfisch und Haifisch, aber auch Thunfisch) sollten mit Zurückhaltung (maximal 100 g/Woche) gegessen werden. Der Fischkonsum bei Schwangeren und Stillenden soll vorzugsweise eine grosse Variation von Süsswasserfisch und Meerfisch beinhalten, ohne eine einzige Sorte speziell zu bevorzugen.» Sollte Fisch nicht bekömmlich oder dessen Verzehr aus irgendeinem anderen Grund nicht möglich sein, kann die Supplementierung von 450 mg EPA und DHA auch mittels speziell zusammengestellter Nahrungsergänzungsmittel erfolgen.

Dr. sc. nat. Rolando Geiser,
Leiter der Wissenschaftlichen Fachstelle⁹



Die essenziellen LCPUFAs kommen hauptsächlich in fettreichen Fischen wie Hering, Makrele, Lachs und Sardinen vor.

Empfehlungen des BAG für die Zufuhr von Fetten

Gesamtfettzufuhr pro durchschnittliche Energiezufuhr von 2000 kcal/Tag (= 8373,6 kJ)	
Gesättigte FS	20–25 g
Einfach ungesättigte FS	20–30 g
Mehrfach ungesättigte FS (n-6)	6 g
Mehrfach ungesättigte FS (n-3)	1,7 g
Empfohlene Tagesdosierung DHA/EPA zusammen	500 mg
Verhältnis n-6/n-3	5:1

Abkürzungen

AA	Arachidonsäure (20:4n-6; arachidonic acid)
ALA	α -Linolensäure (alpha-linolenic acid; 18:3n-3)
DHA	Docosahexaensäure (22:6n-3)
DPA	Docosapentaensäure (22:5n-3)
EPA	Eicosapentaensäure (20:5n-3)
FS (FA)	Fettsäuren (fatty acids)
LA	Linolsäure (Linoleic acid; 18:2n-6)
LCPUFA	Langkettige mehrfach ungesättigte FS (long chain polyunsaturated fatty acid)
SAFA	Gesättigte Fettsäuren (saturated fatty acids)
MUFA	Einfach ungesättigte Fettsäuren (mono-unsaturated fatty acids)
PGE ₂	Prostaglandin E ₂
PGI ₂	Prostacyclin; der wirksamste, endogene Thrombozytenaggregationshemmer, Antagonist der Thromboxane
PUFA	Mehrfach ungesättigte Fettsäuren (poly-unsaturated fatty acids)
TxA ₂	Thromboxan A ₂

Quellen

- ¹ Camenzind-Frey, E., Hesse-Lamm, M.: Ernährung in Schwangerschaft und Stillzeit. Bern, Bundesamt für Gesundheit (BAG), 2008
- ² Helland, I.B., et al.: Pediatrics, **111**, e39 (2003) Nr. 1
- ³ Ströhle et al, 2002, zitiert in: Schuchardt, J.P., et al.: Nahrungsergänzung – Essenzielle Fettsäuren und Hirnfunktion bei Kindern, DAZ, **148**, 56 (2008) Nr. 10
- ⁴ Colombani, P., et al.: Fette in der Ernährung, Bundesamt für Gesundheit, Oktober 2006
- ⁵ Schuchardt, J.P., et al.: Nahrungsergänzung – Essenzielle Fettsäuren und Hirnfunktion bei Kindern, DAZ, **148**, 56 (2008) Nr. 10
- ⁶ Richardson, A.J.: Long-chain polyunsaturated fatty acids in childhood developmental and psychiatric disorders, Lipids, **39**, 1215 (2004)
- ⁷ Richardson, A.J., et al.: The Oxford-Durham Study: A randomized, controlled trial of dietary supplementation with fatty acids in children with developmental coordination disorder, Pediatrics, **115**, 1360 (2005)
- ⁸ Suter, P.M., Sich gesund ernähren – eine Frage von Quantität und Qualität, NZZ Forschung und Technik, 7. Mai 2008, Nr. 105
- ⁹ Wir möchten an dieser Stelle auf die Publikationen des BAG hinweisen, die unter http://www.bag.admin.ch/themen/ernaehrung_bewegung/05207/05211/index.html?lang=de abgerufen werden können

Ihre Meinung @ Votre avis

Online-Umfrage
Ist ein Online-Shop für Ihre Drogerie ein Thema?

Ergebnisse der letzten Umfrage

Wie hat sich der Umsatz Ihrer Drogerie im ersten Quartal 2009 entwickelt?



- 25 % Viel besser als im Vorjahr (>5%)
- 29 % Besser als im Vorjahr (<5%)
- 17 % Gleich wie im Vorjahr
- 29 % Schlechter als im Vorjahr

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
Envisagez-vous de lancer un shop en ligne dans votre droguerie?

Résultat du dernier sondage

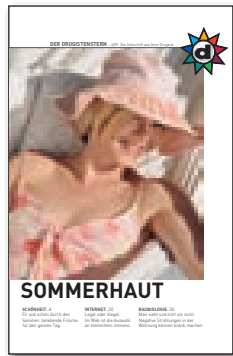
Comment le chiffre d'affaires de votre droguerie a-t-il évolué durant le premier trimestre 2009?



- 33 % Beaucoup mieux que l'année précédente (>5%)
- 45 % Mieux que l'année précédente (<5%)
- 11 % Comme l'année précédente
- 11 % Moins bien que l'année précédente

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.)



Vorschau

Liebe Drogistinnen und Drogisten

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



Sommerhaut

Der Teint ist fahl, die Haut rau wie Schmirgelpapier, auf dem Dekolleté tummeln sich Pickel, an Ellbogen und Füssen stört rissige Hornhaut. Höchste Zeit für die Drogeriekundinnen, mit unseren Tipps aus strapazierter Winter- eine streichelzarte Sommerhaut zu machen.

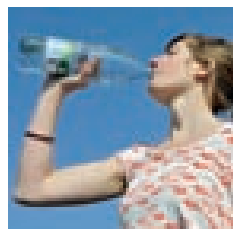
vitagate24.ch/hautpflege_sommer.aspx



Einkaufen im Web

Legal oder illegal: Immer mehr Menschen bestellen Heilmittel im Internet. Doch die Pille per Post kann die Gesundheit gefährden. Neben den gesundheitlichen Risiken zeigen wir auch die rechtlichen Stolpersteine.

vitagate24.ch/arzneimittel_internet.aspx



Sommerbeschwerden

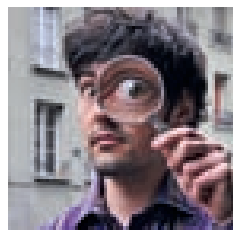
Müde, lustlos, schwindelig: Viele Menschen reagieren mit körperlichen Beschwerden auf die sommerliche Hitze. Einfache Verhaltensregeln helfen, die heissen Tage gesund und gelassen zu überstehen. Im Internet: Die wichtigsten Anti-Transpirantien mit Tipps gegen übermässiges Schwitzen.

vitagate24.ch/deo.aspx



Die Drogerie

In der neuen Rubrik «die drogerie» bekommt jeweils ein Drogist oder eine Drogistin das Wort. In dieser Ausgabe beantwortet Markus Arnold Fragen zu Insektenstichen. Sein Extratipp bei Wespen- und Bienenstichen: Mit der Aspinenin Minipumpe das Gift absaugen.



Linsenpflege

Damit die diskreten Sehhilfen klare Sicht bieten, müssen sie gepflegt werden. Aber nicht nur das, auch die Augen benötigen besondere Aufmerksamkeit: Sei es bei Trockenheit oder leichten Entzündungen.



Booklet:
«Wundpflege»

Weitere Themen sind:

Mundhygiene, Blinde Passagiere, Lebensmitte, Baubiologie, Heilkräutertage (4./5. 7.), Pollenfänger, Drogerie (Reisemedizin interaktiv – zum Klicken auf vitagate24.ch/reisemedizin.aspx)

Chers droguistes

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

Soins corporels pour l'été

Le teint est pâle, la peau râpeuse, le décolleté boutonneux et les talons calleux. Il est grand temps de faire peau neuve pour l'été. Grâce à nos conseils.

vitagate24.ch/f_soins_peau_ete.aspx

La tentation internet

De plus en plus de gens commandent des médicaments sur internet. Est-ce légal? Ces produits vendus par correspondance peuvent-ils être dangereux? vitagate24.ch/f_medicament_internet.aspx

Troubles estivaux

Fatigue, manque d'entrain, vertiges: la chaleur peut avoir des effets forts désagréables. Quelques règles permettent pourtant de rester en forme quand les températures grimpent.

vitagate24.ch/f_deodorants.aspx

la droguerie

Notre nouvelle rubrique «la droguerie» donne chaque mois la parole à un droguiste. Cette fois, Markus Arnold répond à nos questions sur les piqûres d'insectes.

Lentilles de contact

Discrètes, les lentilles nécessitent un bon entretien. Mais cela ne suffit pas pour éviter les irritations oculaires: les yeux ont aussi besoin de soins.

Autres thèmes:

Hygiène buccale, plantes envahissantes, milieu de vie, biologie du bâtiment, journées des plantes médicinales, capteurs à pollens
Trousse d'urgence (voyager en santé de manière interactive en cliquant sur vitagate24.ch/f_droguerie_voyage.aspx)

Brochure: «Soin des plaies»



Flash

www.drogerie.ch

Der Insertionsschluss für die nächste Ausgabe ist am 6. Juni 2009

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

Stellenangebote

Unser Team braucht Verstärkung, daher suchen wir auf August eine engagierte, zuverlässige, aufgestellte

Drogistin 100%

Wir sind eine moderne Drogerie im Zentrum von Herisau. Unsere Schwerpunkte sind Naturheilmittel, Hausspezialitäten, Spagyrik, Schüssler, Homöopathie, Bach sowie Kosmetik, L.Widmer, Marbert, Max Factor, Goloy, Artdecco. Wir bieten Ihnen eine zeitgemässe Entlohnung, 5 Wochen Ferien.

Ihre Bewerbung richten Sie an:
Drogerie Walhalla AG, Hermann Eberle
Windegg 1, 9100 Herisau
Telefon 071 351 18 80, E-Mail: drogeriewalhalla@bluewin.ch



Visp, Wallis (40 Min. von Thun)

Wir suchen für unsere lebhafteste Center-Drogerie im Migros-Einkaufszentrum in Visp per sofort oder nach Vereinbarung

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. (Starcard 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. Teyssiere, Tel. Nr. 027 946 22 33

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

Drogistin Chef Stv. 100%

Wir sind auf dem Weg von der Drogerie zum Drogerie Naturathek Konzept und suchen eine kompetente Drogistin mit **mindestens 5 Jahren Berufserfahrung** zur Ausübung der Chef-Stellvertretung.

Wenn Sie eine begeisterungsfähige Persönlichkeit sind und bereit, Verantwortung zu übernehmen, dann sollten wir uns mal treffen zu einer Tasse erfrischendem Pfefferminztee.

Geme stellen wir Ihnen unser Gesamtkonzept vor.



Alexander Schaller, gibt Ihnen weitere Informationen unter:
Telefon 041 280 05 05 oder
Mobile 079 780 24 24 oder
as@deynique.ch

Gesucht per Sommer/Herbst 09 im wunderschönen Sommer- und Wintersportort Samnaun im Bündnerland

Drogistin 100%

Wir brauchen in unserer sehr lebhaften Drogerie mit Schwerpunkten in den Bereichen Medikamente und Naturheilmittel eine Verstärkung, die Freude am Beruf hat und gerne selbstständig arbeitet. Gutes Fachwissen im Bereich Naturheilkunde ist von Vorteil.

Bitte senden Sie uns Ihre Bewerbung zu oder kontaktieren Sie:

Drogerie Samnaun
Dorfstrasse 8
7563 Samnaun-Dorf
Tel. 081 860 24 44

E-mail: drogerie@medi-center.ch

Unsere Gesundheits- und Reformabteilung hat nichts mit „Chörnlipicker“ und „glismete Söckli“ zu tun. Hingegen sehr viel mit Lebensfreude und Begeisterung für eine moderne, gesunde Ernährung.

- * Als **Drogistin** mit besonderem Interesse in Ernährungs- und Gesundheitsfragen, können Sie sich in unserem sehr lebhaften Betrieb voll entfalten, Verantwortung übernehmen und sich weiterbilden.
- * Selbstverständlich ist ihre Fach- und Sozialkompetenz auch in unserer Drogerie- und Parfümerieabteilung mit bekannten Dépôts gefordert.

Per 1. Juli 2009 steht Ihnen eine anspruchsvolle 100 % Stelle mit Platz für viel Eigeninitiative offen.

Wir bitten um eine schriftliche Bewerbung per Post oder Mail (dfo@bluewin.ch). Besten Dank.

**Ihre Ansprechpartner für Auskünfte:
Daniel oder Edith Fontollet**



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

Wir sind eine dynamische und schnell wachsende Gruppe mit sechs Biofachgeschäften. Unsere Kunden stehen im Mittelpunkt und werden von engagierten Mitarbeitern mit Freude und Kompetenz betreut und beraten. Für unser Biofachgeschäft Stauffachertor in Zürich suchen wir zur Verstärkung unseres Teams per sofort oder nach Vereinbarung eine gelernte

Drogistin oder Reformfachfrau 40–60% (w/m)

In unserer Filiale sind Sie am Puls des Geschehens. Wir haben sechs Tage wöchentlich für unsere Kunden geöffnet. Wir suchen deshalb eine flexible Persönlichkeit.

Ihr Aufgabenbereich umfasst:

- Sortimentsbetreuung (Frischwarenkenntnisse)
- Kompetente Beratung unserer Kunden und Verkauf
- Bedienung und Abrechnung der Kasse

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

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

Werner Peter | Lagerhausstr. 11 | 8401 Winterthur
Tel. 052 268 80 88 | peter@eglibio.ch



Manor ist die führende Warenhausgruppe der Schweiz. Bei allen unseren Aktivitäten stehen die Kunden im Mittelpunkt. Unsere Mitarbeiter suchen mit Freude den Kontakt zur Kundschaft und erbringen zu ihrem Wohl eine starke Leistung. Können Sie sich mit diesen Zielsetzungen identifizieren? Wir suchen für unsere Sanovit-Filiale im Warenhaus Manor Baden eine/n

Drogist/In 60–80%

Eintritt nach Vereinbarung

Wir wünschen uns eine engagierte, pflichtbewusste und verantwortungsbewusste Persönlichkeit, die motiviert auf die Wünsche unserer Kunden eingeht und es versteht, diese kompetent und zuvorkommend zu beraten. Eine Ausbildung als Drogistin sowie Kenntnisse über Schüssler-Salze oder das Beherrschen des Systems Heilog setzen wir voraus. Ausserdem sind Sie bereit, nach entsprechender Einarbeitung die Geschäftsleiterin bei deren Abwesenheit zu vertreten.

Wir bieten eine freundliche, moderne Arbeitsatmosphäre, eine zeitgemässe Entlohnung, gut ausgebaute Sozialleistungen sowie attraktive Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten. Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann freuen wir uns auf Ihre vollständigen schriftlichen Bewerbungsunterlagen.

MANOR Baden

Frau Monika Heeb, Schlossbergplatz 7, 5400 Baden,
Tel. 056 203 36 06, emonika.heeb@manor.ch

MANOR

Gut vernetzte Drogerien = spannende Arbeitsplätze!

swidro
www.swidro.ch zusammen erfolgreich

Topwell-Apotheken AG

Die dynamisch und schnell wachsende Topwell-Gruppe mit 21 Apotheken, Drogerien sowie 6 Biofachgeschäften in der Deutschschweiz sucht per sofort oder nach Vereinbarung Sie, den initiativen

dipl. Drogisten HF als Geschäftsführer (m/w) der Drogerie Pfister in Affoltern am Albis

Unsere Kunden stehen im Mittelpunkt und werden von engagierten Mitarbeitenden mit Freude und Kompetenz betreut und beraten.

Das Führen eines sechsköpfigen Teams im Verkauf sowie die Ausbildung der Mitarbeitenden und Lernenden gehören zu Ihren Haupttätigkeiten als Geschäftsführer.

Sie verfügen über mehrjährige Praxiserfahrung als dipl. Drogist FH und bringen zudem erste Führungserfahrungen mit. Weiter zeichnet Sie Flexibilität, Professionalität und Teamfähigkeit sowie die Freude, Ihr Wissen und Können an andere weiterzugeben, aus.

Arbeiten Sie gerne in einem dynamischen Umfeld und in einem motivierten Team, dann erwartet Sie bei uns eine selbständige und spannende Aufgabe sowie attraktive Anstellungsbedingungen. Besuchen Sie unsere Homepage www.topwell.ch, um mehr über uns zu erfahren.

Interessiert? Herr Peter, Personalleiter, steht Ihnen für weitere Auskünfte gerne zur Verfügung. Wir freuen uns auf Ihre aussagekräftigen Bewerbungsunterlagen.

Werner Peter | Personalleiter
Lagerhausstrasse 11 | 8401 Winterthur
Tel. 052 268 80 88 | peter@topwell.ch

Drogist/in

Wir suchen per 1. August oder nach Vereinbarung eine aufgestellte und motivierte Persönlichkeit als Ergänzung für unser Team der Naturdrogerie/Drogothek in Schwyz.

Lieben Sie den Umgang mit Naturheilmitteln und schätzen ein grosses Reformsortiment? Erwarten Sie stetige Weiterbildungsmöglichkeiten im Team, eine moderne Infrastruktur und ein aktives, junges Team?

Wir freuen uns auf die Zustellung Ihrer Bewerbungsunterlagen.



Adrian Imliig
Herrengasse 21
6430 Schwyz
E-Mail: drogerien@imlig.ch
Tel. 041 811 58 56



Lust auf eine neue Herausforderung?
Ein Klick zu Ihrem Traumjob unter

www.dropa.ch



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

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

Für unsere neuen Filialen in **Wil, Olten** und **Baden** suchen wir per Sept./Okt. 09 eine/n

dipl. Drogisten + in HF sowie Drogisten und Reformverkäufer

Sie haben Erfahrung, zeigen hohe Eigen-Motivation so wie Belastbarkeit in hektischen Momenten.

Sie sind eine kontaktfreudige, verantwortungsbewusste und teamorientierte Persönlichkeit, die es ausgezeichnet versteht, unsere Kunden kompetent und zuvorkommend zu beraten. Zudem sind Sie flexibel und bereit bis zu 100 % zu arbeiten.

Interessiert?

Herr C. Magnano freut sich auf Ihre aussagekräftigen Bewerbungsunterlagen mit Foto.

Zentrale Vital Punkt GmbH
Carlo Magnano, Tirggelweg 1, CH-8824 Schönenberg/ZH

Wir suchen für unsere Drogerie in Zürich per sofort oder nach Vereinbarung

eine fröhliche, flexible Drogistin 80–100 %

Idealerweise verfügen Sie über Berufserfahrung und haben Freude an der umfassenden Beratung im Naturheilmittel- wie auch im Naturkosmetikbereich.

Gerne freuen wir uns auf Ihre Kontaktaufnahme.
Impuls Drogerie Anrig AG, Forchstrasse 26, 8008 Zürich
Telefon 044 383 35 30, Herr Suter oder Frau Anrig verlangen.
www.drogerieanrig.ch, Email: info@drogerieanrig.ch

Wir sind ein dynamisch wachsendes Unternehmen der **Komplementärmedizin** mit Vertrieb und Vertretung von Präparaten verschiedenster Therapierichtungen. Wir suchen

PharmareferentIn im Aussendienst

In Ihrem Besuchsgebiet (AG, BE, BL, BS, SO) betreuen Sie vorwiegend Apotheken und Drogerien.

Sie sind kommunikativ, verkaufsorientiert und motiviert, haben eine positive Ausstrahlung und Erfahrung als PharmareferentIn, verfügen über EDV-Grundkenntnisse, sind deutscher Muttersprache und bereit, komplementärmedizinische Heilmittel ins Zentrum Ihrer beruflichen Tätigkeit zu rücken?

Dann freue ich mich über Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen.
Stefan Binz
Lindachstrasse 8c, Postfach
3038 Kirchlindach



Drogerien / Diverses

Wollen sie sich selbstständig machen?

Wir haben für Sie eine ausbaufähige, naturnahe Drogerie in aufstrebender Gemeinde im Zürcherobersland.

Interessenten melden sich bei:
Schweizerischer Drogistenverband,
Chiffre 3037, Postfach 3516, 2500 Biel 3

Die Revolution von Veet

Seidig glatte Haut, so einfach und schnell wie noch nie!

Jetzt mit der neuen VEET Easy-Spray Haarentfernungs-Crème!



Veet - So fühlt sich Schönheit an

www.veet.ch