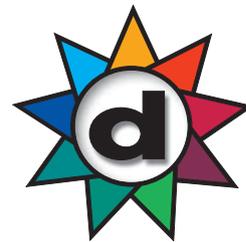


d-inside



Fach- und Brancheninformationen vom 2/10
Schweizerischen Drogistenverband
www.drogerie.ch

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

Wehweh und Bobo – Kurse

Der SDV führt demnächst zum zweiten Mal Kurse zum Thema Verletzungen und Erkrankungen bei Kindern durch. Nutzen Sie Ihre Chance. S. 11

Plaies et bobos – les cours

L'ASD organise ce printemps une deuxième série de cours sur le thème du soin des plaies et des maladies bénignes chez les enfants.

Im Interview: Andreas Hasler

Welches Geschäftsgeheimnis die Dr. Wild und Co. AG erfolgreich macht. S. 16

Interview d'Andreas Hasler

Les secrets d'entreprise qui ont assuré le succès de Dr. Wild & Co. AG.

Kundenkonflikte

Finden Sie Ihre persönliche Methode im Bewältigen von Kundenkonflikten – mit Tipps von Kommunikationsexperte Urs Saladin. S. 24

Conflits avec les clients

Découvrez des méthodes personnelles pour résoudre les conflits avec la clientèle – grâce aux conseils d'Urs Saladin, expert en communication.

Fachwissen: Herpes S. 28
Connaissances spécialisées: herpès

PM-Event: Der SDV lädt ein S. 31
Action marketing: une invitation de l'ASD

Schnupfen trotzen

Es gibt kein medizinisches Wundermittel gegen die Rhinitis. Entsprechend gross ist das drogistische Beratungspotenzial. Das gilt insbesondere für die Schnupfenprophylaxe. S. 20

Soigner le rhume

Il n'y a pas de remède miracle pour guérir le rhume. Les droguistes peuvent donc profiter de ce potentiel en matière de conseil. Surtout dans le domaine de la prophylaxe.

Duale Lipidoxidation: Gesund mit den richtigen Fetten

Aufgrund ungesunder Ernährung leiden immer mehr Menschen an Adipositas, an Diabetes und am Metabolischen Syndrom. Alleine 50 Prozent der Schweizer Bevölkerung sind übergewichtig, davon sind 20 Prozent schwer adipös (Adipositas III). Professor Hans-Ulrich Klör, Stoffwechselexperte an der Universität Gießen, hat mit der dualen Lipidoxidation einen körpereigenen Wirkmecha-

Ein Mix aus Omega 3 und MCT (mittelkettige Triglyceride)

«Um gesund zu bleiben beziehungsweise gesund zu werden und schlank durchs Leben zu gehen, müssen wir die richtigen Fette zu uns nehmen», erklärt Professor Klör. «Omega 3- und Omega 6-Fettsäuren sind beide essentiell, aber heutzutage nicht gleichwertig im Körper vorhanden. Es gilt vor allem, den Omega 6-Anteil zu

gewinnung zur Verfügung. Die MCT erhöhen vor allem die Oxidationsleistung der Mitochondrien für den Abbau anderer, körpereigener Fettsäuren.

Welche Rolle spielen die Omega 3-Fettsäuren?

Omega 3-Fettsäuren, im Darm aufgenommen, gelangen über den Blutkreislauf vor allem zur Leber. Dort werden sie in den Peroxisomen abgebaut. Gleichzeitig aktivieren die Omega 3-Fettsäuren die Oxidationsleistung der Peroxisomen für andere langkettige, ungesättigte Fettsäuren, die dann in den Mitochondrien weiter zu Ketonkörpern abgebaut werden.

«Ernährungskrankheiten durch Anregung des Leberstoffwechsels bekämpfen.» Professor Klör

nismus gefunden, mit dem man viele Ursachen von Ernährungskrankheiten bekämpfen kann.

Mit Hilfe einer speziellen Mischung gesunder Fette wird im Organismus ein ausgewogenes Verhältnis zwischen den essentiellen Omega 3- und Omega 6-Fettsäuren wieder hergestellt. Die Mischung aktiviert den Fettstoffwechsel der Leber und bewirkt eine verträgliche und langfristige Gewichtsabnahme. «Es geht jedoch nicht nur darum, Gewicht zu reduzieren», sagt Professor Klör: «Mit einer Ernährung auf Basis der dualen Lipidoxidation wird man auch gesünder. Wie unsere Untersuchungen gezeigt haben, verbessern sich Blutdruck und Blutfettwerte wie Triglyceride und HDL-Cholesterin. Herz-Kreislauf-Erkrankungen, etwa Arteriosklerose, Schlaganfall und Herzinfarkt, kann damit besser vorgebeugt werden.»

senken, der negative Folgen haben kann.» Durch die heutige Ernährung mit Omega 6-reichen und wenigen Omega 3-haltigen Lebensmitteln kommt es zu einem deutlichen Missverhältnis zwischen beiden Fettsäuren. Dies führt zu einem erhöhten Risiko, unter anderem an Arteriosklerose zu erkranken. Mit Hilfe einer Fett-Kombination aus einer wirksamen Dosis Omega 3 und MCT kann das Missverhältnis korrigiert werden.

Die Wirkweise der dualen Lipidoxidation: Erhöhte Energiegewinnung in der Leber

Jede Leberzelle besitzt Zellorganellen: die Mitochondrien und die Peroxisomen. Man kann sie als die beiden, einander ergänzenden Kraftwerke der Leber bezeichnen. Sie verbrennen und oxidieren Fette zu Energie, die die Leber für ihre Stoffwechsell Aufgaben nutzt. MCT werden in den Mitochondrien, Omega 3-Fettsäuren in den Peroxisomen verbrannt. Wenn diese zwei Zellorganellen gleichzeitig Fette (Lipide) verbrennen, bezeichnet man das als duale Lipidoxidation.

Welche Rolle spielen MCT?

Ihr chemischer Aufbau bedingt, dass MCT, im Darm aufgenommen, nicht über den Blutkreislauf, sondern direkt über die Pfortader zur Leber gelangen. Somit stehen sie den Mitochondrien sehr schnell zur Oxidation und Energie-

Das Zusammenspiel

Die Leberkraftwerke Mitochondrien werden durch MCT aktiviert. Die gleichzeitige Aktivierung der Peroxisomen durch die Omega 3-Fettsäuren steigert die Abbaukapazität der Leber für körpereigene Fettsäuren aus dem Fettgewebe enorm. Dies führt zu einem allmählichen Abschmelzen des überschüssigen Körperfetts. Die duale Lipidoxidation schmilzt auf natürlichem Weg Fettreserven ab.

Gewichtsverlust ohne Hungergefühl

Professor Klör: «Wegen des hohen Fettgehalts ist eine Ernährung nach dem Prinzip der dualen Lipidoxidation ausserordentlich sättigend. Eine geringe Kalorienaufnahme pro Tag, ohne Hungergefühl, ist damit möglich.»

Erstes Lebensmittel für die duale Lipidoxidation

Seit Juni 2009 ist das erste Lebensmittel in der Schweiz auf den Markt, das die duale Lipidoxidation aktiviert. Die trinkfertigen Milchshakes sind in Drogerien, Apotheken und im Lipiddesign-Online-Shop (www.shop.lipiddesign.ch) erhältlich.



Editorial

Verschnupft



Sie sind winzig und der Menschheit immer mindestens einen Schritt voraus. Sie sind Strategen erster Güte, wendig, selbstlos und nur einem Ziel verpflichtet: der Weiterverbreitung ihrer Art.

Tauchen Viren auf, setzen sie ganze Horden weiss «bekittelter», hochintelligenter Menschen in Betrieb. Diese Labormenschen studieren ihr Innenleben, ihren Charakter und geben nicht auf, bis sie verstehen, wodurch sich

die Viren von ihren Vorfahren unterscheiden. Dann holen die Forscher zum Gegenschlag aus. Sie stellen Medikamente, Impfstoffe her, die diesen agilen Verwandlungskünstlern den Garaus machen. Es ist ein ewiges Ringen um die Vorherrschaft in unseren Körpern. Lesen Sie ab Seite 20 den Bericht von Petra Gutmann, die beschreibt, was bei einem ganz normalen Schnupfen in unserem Körper abläuft. Im Vergleich dazu ist das Drehbuch eines jeden James-Bond-Films ein dröges B-Movie. Was Viren leisten, ist taktische Kriegsführung vom Feinsten. Bekämpfen lassen sich beispielsweise Rhinoviren weniger mit in Siegelringen versteckten Abhörgeräten oder zu Flammenwerfern mutierenden Zigarettenanzündern als vielmehr mit feiner List: mit warmen Füßen oder dem Erlernen von richtigem Schnäuzen (ja, das gibts!).

Damit kann man aber einer ganz anderen Art von «Verschnupften» überhaupt nicht weiterhelfen: Kundinnen und Kunden, die frustriert oder sauer sind und ihrem Ärger in Ihrer Drogerie Luft machen wollen. Da hilft nur eine gute Kommunikation (siehe Seite 24) – und die beinhaltet mehr als einen Showauftritt à la 007. Zollen Sie den Viren und den verschnupften Kunden je angemessenen Respekt.

Katharina Rederer

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., Katharina Rederer (kr), Michel Schmid (ms); Layout: Odette Montandon; Übersetzung: Claudia Spätig, Daphné Grekos, Laurence Strasser; Anzeigenverkauf: Michael Severus, Nadia Bally, 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: corbisimages.com

d-inside ist das Medium der Droga Helvetica:

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



Enrhumé

Ils sont minuscules et ont toujours un temps d'avance sur nous autres humains. Ils sont d'excellents stratèges, débrouillards, désintéressés et n'agissent que dans un seul et unique but: perpétuer leur espèce.

Lorsque des virus apparaissent, ils activent des foules de spécialistes en blouse blanche. Ces chercheurs étudient leurs fonctions vitales, leur caractère et ne renoncent pas avant d'avoir découvert ce qui différencie ces nouveaux virus de leurs prédécesseurs. Une fois cet objectif atteint, les chercheurs préparent la contre-attaque. Ils produisent des médicaments, des vaccins propres à anéantir ces champions de la mutation. Et c'est ainsi une lutte perpétuelle pour s'assurer l'hégémonie de nos corps. Page 20, l'article de Petra Gutmann vous révèle tout ce qu'un simple rhume provoque dans notre organisme. En comparaison, les scénarios des James Bond ressemblent à de mornes films de série B. Les virus sont en effet passés maîtres dans l'art de la tactique de guerre. Ainsi, inutile de sortir l'artillerie lourde pour venir à bout des rhinovirus, mieux vaut la jouer tout en finesse: en gardant les pieds bien au chaud ou en apprenant comment se moucher correctement (eh oui!).

Mais ces astuces ne servent malheureusement à rien face aux clients qui ne souffrent pas de rhume mais d'aigreur, d'irritation et de frustration. Et qui entendent bien laisser libre cours à leur colère dans votre droguerie. L'unique moyen de s'en sortir est alors de communiquer dans les règles de l'art (voir page 24). Et pour ce faire, il ne suffit pas de se prendre pour 007. Alors veillez à témoigner aux virus et aux clients irrités le respect qui leur est dû.

Katharina Rederer

(T)Extrakt



Die Gesundheitstipps bieten eine ausgezeichnete Chance, neue Kunden zu gewinnen.

«besser gesund»: Husten und Halsweh

Immer auf dem neuesten Stand: Im *d-inside* informieren wir Sie bis April 2010 jeden Monat kurz darüber, welches Thema bei «besser gesund» aktuell ist und mit welchen Gutscheinen die Kundschaft Ihre Drogerie besuchen wird.

Das Thema des Gesundheitstipps Februar ist «Husten und Halsweh» (siehe auch www.drogoserver.ch, Ordner «besser gesund», Muster Gesundheitstipp). Erklären Sie Ihren Kundinnen und Kunden, warum Husten und Halsweh oft zusammen auftreten. Machen Sie sie auch darauf aufmerksam, dass ein Husten in zwei Phasen verläuft, die eine je unterschiedliche Behandlung nötig machen. Gutscheine einlösen werden Ihre Kunden für die Produkte DemoPectol Bronchialsirup und Actilong.

Mitmischen der Grossverteiler im Arzneimittelmarkt

In regelmässigen, immer kürzer werdenden Abständen lassen die Grossverteiler Versuchsballone steigen – diesmal ist ihr Begehren, Heilmittel zu verkaufen, ausformuliert und kann auf der Homepage der Interessengemeinschaft Detailhandel Schweiz IG DHS (www.igdhs.ch), welcher Charles Vögele, Coop, Denner, Manor, Migros und Valora angehören, nachgelesen werden. Zwar geht es im Rahmen der laufenden Revision des Heilmittelgesetzes nicht darum, die Arzneimittel zwischen Gross- und Fachhandel aufzuteilen, sondern das bestehende und teilweise ungenutzte Potenzial an Fachkompetenz der Drogisten (und Apotheker) im Bereich der Selbstmedikation mit einer Anpassung der Abgabekompetenzen zu nutzen. Unklar ist heute jedoch, welche Präparate nach der Revision als nicht verschreibungspflichtige Arzneimittel zur Abgabe mit Fachberatung eingeteilt und welche in der Selbstbedienung abgegeben

werden dürfen. Die Haltung des SDV in dieser Sache ist klar. Der Zentralpräsident **Martin Bangerter** hält fest: Ohne Fachberatung durch umfassende ausgebildete Personen (mindestens Drogist/in EFZ unter der Verantwortung einer/-s dipl. Drogisten/-in HF) keine Medikamentenabgabe! Selbstmedikation hilft im Gesundheitswesen nur dann Kosten einzusparen, wenn sicherheits- und gesundheitsrelevante Faktoren durch eine kompetente Fachberatung bei der Abgabe der Arzneimittel geklärt werden. Auch Gesundheitspolitiker wie **Ruth Humbel** (CVP, AG) und **Roland Borer** (SVP, SO) sind dagegen, dass Grossverteiler Medikamente verkaufen. SDV

Revision des Heilmittelgesetzes: BAG kommt Verbänden entgegen

Die Revision des Heilmittelgesetzes ist sehr umfassend und komplex. Die vorgeschlagenen Anpassungen sind teilweise politisch brisant und für betroffene Branchen mit einschneidenden Auswirkungen

verbunden. Im Weiteren wurde die laufende Vernehmlassungsfrist durch die Feiertage unterbrochen. Angesichts dieser Tatsachen hat der Schweizerische Gewerbeverband (SGV) auf Ersuchen mehrerer Mitgliederverbände – darunter auch der Schweizerische Drogistenverband – beim Bundesamt für Gesundheit (BAG) um eine Verlängerung der Eingabefrist ersucht. Das BAG ist auf die Anfrage eingetreten und erstreckt die Frist um einen Monat. Die Stellungnahmen müssen somit neu bis spätestens am 5. März 2010 eingereicht werden. SDV

Dreimal essen reicht

Statt zahlreiche kleine Mahlzeiten über den Tag verteilt einzunehmen, ist es besser, dreimal täglich richtig zu essen und dazwischen auch dem Hunger Raum zu lassen. Zu diesem Schluss kommt eine kürzlich publizierte Studie von **Markus Stoffel**, Professor an der ETH Zürich, und seiner Forschungsgruppe. Grund: Durch das Insulin, das bei jeder Mahlzeit ausgeschüttet wird, verringern sich zusehends Motivation zur körperlichen Aktivität sowie Verbrennung von Zucker und Fett. Dies, weil Insulin den Transkriptionsfaktor Foxa2 unterdrückt. Transkriptionsfaktoren sind Proteine, die dafür sorgen, dass andere Gene aktiviert und in Proteine übersetzt werden. Im nüchternen Zustand, also beim Fasten, fehlt Insulin, und Foxa2 ist aktiv. Im Hirn fördert Foxa2 die Bildung der zwei Eiweissstoffe MCH und Orexin. Diese beiden Hirnbotsstoffe lösen Nahrungsaufnahme und spontane Bewegung aus. Haben Säugetiere Hunger, sind sie aufmerksamer und körperlich aktiver. Bei fettleibigen Mäusen haben die Forscher eine Störung entdeckt. In diesen Tieren ist Foxa2 permanent inaktiv, egal ob die Tiere nüchtern oder gesättigt sind. Dies erklärt gemäss Studie die Bewegungsarmut von fettleibigen Menschen und Tieren. www.ethlife.ethz.ch

Müller steigt bei Douglas ein

Der deutsche Drogeriemarkt-Unternehmer **Erwin Müller** steigt gemäss einer Meldung in der Online-Ausgabe des «Handelsblatts» bei der Douglas-Holding ein. Müller halte bereits drei Prozent der Douglas-Aktien und werde auf jeden Fall weiter kaufen, ist zu lesen. Er betrachte

die Investition als zweites Standbein. Die Frage, ob er auch hinter den 14 Prozent stecke, die eine Schweizer Bank aufgekauft habe, wollte Müller nicht beantworten. www.handelsblatt.com

Streit um Markennamen

Laut einer Meldung auf «DAZ.online», dem Internetportal der Deutschen Apotheker Zeitung, haben die Regeneratio Pharma GmbH und die Mavena Health Care AG Ärger mit dem Namen Regividerm. Kurz nach der Einführung der umstrittenen Vitamin-B₁₂-Salbe wurde den Unternehmen die Nutzung des Namens Regividerm vom Inhaber der Marke Reviderm untersagt. Gemäss einer Vereinbarung zwischen den Parteien soll die Salbe noch bis Februar 2010 unter dem Namen Regividerm erscheinen. Danach soll das in verschiedenen Medien im Vorfeld als Wundersalbe gegen Psoriasis und Neurodermitis gepriesene Medizinprodukt unter neuem Namen vertrieben werden.

www.deutsche-apotheker-zeitung.de

Rückständige Wirkstoff-Forschung

Der Aufwand steigt, doch der Output bleibt gleich: Trotz grosser Anstrengungen der Pharmafirmen ist die Zahl an Zulassungen für neue Arzneistoffe immer noch auf demselben Niveau wie vor fünfzig Jahren. Zu diesem Schluss kommt eine Auswertung der Firma Lilly.

www.pharmazeutische-zeitung.de

Förderpreis für Komplementärmedizin an Phytopharmazie

Unter den Preisträgern des kürzlich verliehenen Schweizer Förderpreises für Komplementärmedizin [foiflxleis] war auch die Fachgruppe Phytopharmazie vom Institut für Biotechnologie (IBT) der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften (ZHAW) in Wädenswil. **Prof. Dr. Beat Meier, Daniela Spriano** und ihr chinesischer Kollege **Chu Chen** erhielten die Auszeichnung für publizierte Arbeiten zum Verhalten von potenziell toxischen Substanzen in pflanzlichen Wirkstoffen, die in Rezepturen der traditionellen chinesischen Medizin (TCM) häufig eingesetzt werden. Die Autorengruppe konnte aufzeigen, dass sowohl Asaron und Safrol wie auch Methyleugenol bei der traditionellen Zubereitungsmethode des Dekok-

tierens (Abkochung, wie sie neben dem Aufguss gelegentlich auch für europäische Tees verwendet wird) so stark abgereichert werden, dass die für pflanzliche Arzneimittel respektive Lebensmittel in Europa geltenden Grenzwerte unterschritten werden. Auch an anderen Beispielen konnten die Spezialisten die Theorie, dass die traditionelle Abkochung zur optimalen Verträglichkeit der Zubereitungen essenziell ist, bestätigen. Der Förderpreis für Komplementärmedizin wird jährlich vergeben und ist mit total 11 111 Franken dotiert. Für die Fachgruppe des IBT ist es bereits der zweite wichtige Preis. Vor zwei Jahren durfte Prof. Dr. Beat Meier für seine wissenschaftlichen Leistungen den A. Vogel-Preis entgegennehmen. www.lsfm.zhaw.ch

Cleanright: Reinigungs- und Pflegemittel richtig einsetzen



Der Schweizerische Kosmetik- und Waschmittelverband (SKW) und der internationale Verband A.I.S.E. haben eine Publikation zu Biozid-Produkten herausgegeben. Die Broschüre kann über die Internetseite www.cleanright.eu bestellt werden. Auf der Seite finden sich zudem nützliche Informationen über diverse Wasch-, Reinigungs- und Pflegemittel für den privaten Gebrauch. *pte*

WEKO sanktioniert Gaba

Die Wettbewerbskommission (WEKO) bösst die Herstellerin der Zahnpasta Elmex, die Gaba International AG, mit 4,8 Millionen Franken wegen eines Exportverbots, das diese ihrem Lizenznehmer in Österreich (Gebro Pharma GmbH) auferlegt hatte. Eröffnet hatte die WEKO die Untersuchung wegen einer Klage der Denner AG. Darin bemängelte das Unternehmen, dass es keine Parallelimporte von Elmex-Produkten aus dem österreichischen Markt tätigen könne. Denner di-

stanzierte sich später vom Verfahren. Die WEKO führte die Untersuchung trotzdem zu Ende, weil diese grundsätzliche Fragen aufwarf, wie einer Mitteilung der Bundesverwaltung zu entnehmen ist. Weiter heisst es: «Die WEKO wird vertragliche Behinderungen von Parallelimporten weiterhin mit hoher Priorität verfolgen, insbesondere auch, um zu verhindern, dass die Revision des Patentgesetzes und die bevorstehende Einführung des Cassis-de-Dijon Prinzips unterlaufen werden.»

www.news-service.admin.ch

Rotaviren mögens kühl

Durchfallerkrankungen durch Rotavirus-Infektionen breiten sich in der Kälte besser aus. Steigt die Temperatur um ein Grad, nimmt zwei bis drei Wochen später die Zahl der vom Rotavirus verursachten Durchfallerkrankungen um 13 Prozent ab. Das hat ein britisch-niederländisches Forscherteam berechnet, nachdem es die Zahlen über Rotavirus-Infektionen in Grossbritannien und Holland unter die Lupe genommen und mit aktuellen Wetterdaten verglichen hatte. Das Fazit der Wissenschaftler: Es ist vor allem die Temperatur, welche die Übertragung der Viren beeinflusst – je geringer diese ist, desto besser können sich die Erreger verbreiten. Luftfeuchtigkeit und Niederschlag scheinen hingegen keine Rolle zu spielen. Der typische Anstieg der Rotavirus-Infektionen, der praktisch jedes Jahr im Winter zu beobachten ist, lasse sich damit zum grossen Teil erklären, schreiben **Christina Atchison** von der University of London und ihre Kollegen.

www.wissenschaft.de

Süssholz bringt Bakterien zum Platzen

Ein Bestandteil der Süssholzpflanze scheint bei lebensbedrohlichen Infektionen, die nach Verbrennungen häufig auftreten, eine heilende Wirkung zu haben. Zu diesem Ergebnis sind US-Forscher gekommen. Der Süssholz-Wirkstoff Glycyrrhizin verbessert offenbar die Fähigkeit der geschädigten Haut, sich gegen Bakterien zu verteidigen. Glycyrrhizin könnte künftig insbesondere dazu beitragen, antibiotikaresistente Krankheitserreger zu bekämpfen, schreiben die Wissenschaftler. [wissenschaft.de](http://www.wissenschaft.de)

«atout santé»: toux et maux de gorge

Toujours à la page: dans *d-inside*, nous vous informons jusqu'en avril 2010 de l'actualité de l'action «atout santé» en vous indiquant le thème du mois et quels bons vos clients pourront échanger dans votre droguerie. Les thèmes du conseil de santé du mois de février sont la toux et les maux de gorge (voir aussi www.drogoserver.ch, classeur «atout santé», exemples conseil de santé). Expliquez à vos clients pourquoi toux et maux de gorge vont souvent de pair. Rappelez-leur que la toux évolue: la première phase ne nécessite pas les mêmes soins que la deuxième. En février, vos clients pourront faire valoir des bons pour le sirop bronchique DemoPectol et Actilong. kr

Les grands distributeurs lorgnent sur le marché des médicaments

A intervalles réguliers et de plus en plus rapprochés, les grands distributeurs se lancent dans des expérimentations. Cette fois-ci, ils expriment leur intention de vendre des médicaments sur le site internet de la communauté d'intérêt du commerce de détail suisse (CI CDS, www.cicds.ch) qui rassemble les groupes Charles Vögele, Coop, Denner, Manor, Migros et Valora. La révision actuelle de la loi sur les produits thérapeutiques n'a pas pour objectif de répartir les médicaments entre grande distribution et commerce spécialisé, mais de mieux profiter du potentiel existant et partiellement inexploité des droguistes (et des pharmaciens) dans le domaine de l'automédication, et ceci grâce à une adaptation des compétences de remise. Actuellement, on ignore encore quelles préparations seront destinées à être vendues sans ordonnance, mais avec le conseil d'un spécialiste, et quels autres produits seront en libre-service après la révision. Sur ce point, la position de l'ASD est très claire. Selon Martin Bangerter, président de l'association, il ne peut y avoir de vente de médicaments sans le conseil spécialisé d'une personne au bénéfice d'une formation adéquate (au moins droguiste CFC sous la responsabilité d'un droguiste diplômé ES)! L'automédication ne permet de limiter la hausse des coûts liés à la santé que dans la mesure où un spécialiste compé-

tent fournit des conseils touchant à la sécurité du médicament qu'il s'apprête à vendre au client. Des politiciens spécialistes de la santé comme Ruth Humbel (PDC, AG) et Roland Borer (UDC, SO) se déclarent contre la vente de médicaments par les grands distributeurs. ASD

Loi sur les produits thérapeutiques: l'OFSP fait un geste

La révision de la loi sur les produits thérapeutiques est à la fois extrêmement complète et complexe. Les adaptations proposées sont parfois très actuelles politiquement et peuvent avoir des conséquences radicales pour les branches concernées. En outre, la période fixée pour la consultation est interrompue par les fêtes de fin d'année. Pour toutes ces raisons, l'Union suisse des arts et métiers a demandé, à la requête de plusieurs associations membres – dont l'Association suisse des droguistes –, une prolongation de délai à l'Office fédéral de la santé publique (OFSP). L'OFSP est entré en matière et a prolongé le délai d'un mois. Les prises de position doivent donc être déposées jusqu'au 5 mars 2010 au plus tard. ASD

Trois repas par jour, c'est bien assez!

Il est préférable de bien manger trois fois par jour – et de laisser la faim s'installer dans l'intervalle – que de prendre plusieurs petits repas légers. Telle est la conclusion d'une étude publiée récemment par Markus Stoffel, professeur à l'EPFZ, et ses collègues. Explication: l'insuline libérée à chaque repas réduit sensiblement la motivation à pratiquer des activités physiques ainsi que la combustion du sucre et des graisses. Car l'insuline inhibe le facteur de transcription Foxa2. Les facteurs de transcription sont des protéines qui permettent d'activer d'autres gènes et de les transcrire en protéines. A jeun, l'insuline est absente et le facteur de transcription Foxa2 est actif. Il stimule, dans le cerveau, la production de deux hormones MCH et l'orexine. Lesquelles provoquent une envie de manger et de bouger spontanément. Ainsi, quand ils ont faim, les mammifères sont plus attentifs et plus actifs physiquement. D'ailleurs, les chercheurs ont découvert

une anomalie chez les souris obèses: leur facteur de transcription Foxa2 est constamment inactif, que les rongeurs soient repus ou à jeun. Et l'étude de conclure que cela expliquerait pourquoi les personnes et les animaux obèses bougent peu. www.ethlife.ethz.ch

Cleanright: du bon usage des produits de nettoyage et d'entretien

L'Association suisse des cosmétiques et des détergents (SKW) et l'Association internationale A.I.S.E. publient une brochure d'information sur les produits biocides – à commander via le site www.cleanright.eu. Ce site propose également des informations utiles sur différents produits de nettoyage et d'entretien à usage privé. pte

Polémique autour d'un nom

Selon un communiqué paru sur «DAZ.online», la plate-forme internet du journal des pharmacies allemandes, les entreprises Regeneratio Pharma GmbH et Mavena Health Care AG ont de sérieux problèmes avec le nom Regividerm. Peu après l'introduction de cette pommade controversée à la vitamine B12, l'entreprise s'est vue refuser l'usage du nom Regividerm par le propriétaire de la marque Reviderm. Il semble que les deux parties soient arrivées à un accord: la crème pourra garder son nom jusqu'en février 2010. Passé ce délai, le produit qualifié par les médias de quasi miraculeux contre le psoriasis et la névrodermite devra être commercialisé sous un autre nom.

www.deutsche-apotheker-zeitung.de

Les rotavirus aiment le froid

Les diarrhées provoquées par les rotavirus se propagent plus facilement quand il fait froid. Il suffit que la température augmente d'un degré pour que, deux ou trois semaines plus tard, le nombre des maladies infectieuses dues aux rotavirus diminue de 13%. Une équipe de chercheurs britanniques et hollandais a découvert ceci en comparant le nombre d'infections par rotavirus et celui des températures. La conclusion des scientifiques: la température joue un rôle essentiel dans la propagation du virus – plus elle est basse, plus ils peuvent se propager facilement. L'humidité de l'air et les précipitations ne

semblent en revanche pas jouer un rôle quelconque dans la propagation du virus. Et Christina Atchinson, de l'Université de Londres, et ses collègues de conclure que cela expliquerait pourquoi les cas d'infections par rotavirus augmentent pratiquement chaque hiver.

Prix d'encouragement à la médecine complémentaire

Le prix suisse d'encouragement à la médecine complémentaire [cinq]x[lun] a été décerné pour la deuxième fois le 3 décembre 2009. Parmi les lauréats se trouvait notamment le groupe d'experts en phytopharmacie de l'Institut de biotechnologie (IBT) de la Haute école zurichoise des sciences appliquées de Wädenswil. Beat Meier, Daniela Spriano et leur collègue chinois Chu Chen ont ainsi été récompensés pour les travaux qu'ils ont publiés sur l'effet des substances potentiellement toxiques dans les principes actifs végétaux. Le prix suisse d'encouragement à la médecine complémentaire est

décerné chaque année et doté d'un montant global de 11 111 francs. C'est déjà la deuxième fois que le groupe d'experts de l'IBT se voit décerner un prix important. Il y a deux ans, le Prof. Dr Beat Meier s'était vu attribuer le prix Vogel.

www.lsfm.zhaw.ch

La COMCO sanctionne GABA

La Commission de la concurrence (COMCO) inflige au producteur de dentifrice Elmex (Gaba International SA) une amende de 4,8 millions de francs en raison de l'interdiction d'exportation que Gaba a imposé à son titulaire de licence en Autriche (Gebro Pharma GmbH). Cette clause, valable jusqu'en septembre 2006, constituait une interdiction illicite d'importations parallèles en Suisse. A l'époque, la COMCO avait ouvert l'enquête suite à une plainte de Denner de l'impossibilité d'importer parallèlement des produits Elmex du marché autrichien. Denner avait ensuite pris ses distances à l'égard de la procédure. Malgré cela, la

COMCO avait poursuivi l'enquête étant donné que celle-ci soulevait des questions de principe. Et la commission de préciser dans un communiqué de presse: «La COMCO accordera à l'avenir une grande priorité à la poursuite d'entraves contractuelles d'importations parallèles, en particulier pour éviter également que la loi sur les brevets et l'introduction imminente du principe du Cassis-de-Dijon soient contournées.»

www.news.admin.ch

Müller entre dans le capital de Douglas

Erwin Müller, propriétaire de la chaîne de drogueries allemandes, entre dans la holding Douglas qui possède notamment des parfumeries, des librairies et des bijouteries. Müller détient déjà 3% des actions de Douglas et continuera d'en acquérir. Müller n'a pas confirmé, ni informé d'ailleurs, être aussi derrière les 14% d'actions rachetées par une banque suisse.

www.handelsblatt.com

Neu: Mittwoch bis Samstag!

Nürnberg, Germany
17. – 20.2.2010



Vivaness 2010

Weltleitmesse für Naturkosmetik und Wellness

www.vivaness.de

Natürliche Schönheitspflege lässt Ihr Sortiment erblühen.

- **Aus dem Vollen schöpfen:** Rund 180 internationale Aussteller mit einem umfangreichen Angebot hochwertiger Naturkosmetik und Körperpflege, Naturapotheke, Wellness und mehr
- **Erfolgreich anbieten:** Im Forum Vivaness diskutieren Sie mit Fachleuten und Kollegen neue Handelsformate, Marketingstrategien und Vertriebswege
- **Know-how nutzen:** Die Vivaness bildet einen Messeverbund mit der BioFach, die zeitgleich das Weltangebot an zertifizierten Bio-Lebensmitteln präsentiert

Veranstalter
NürnbergMesse
besucherservice@
nuernbergmesse.de

Zutritt nur für Fachbesucher

Information
Handelskammer
Deutschland-Schweiz
Tel +41 (0) 44. 2 83 61 75
Fax +41 (0) 44. 2 83 61 00
suisse@nuernbergmesse.com

Gesucht? Gefunden!
www.ask-Vivaness.de

NÜRNBERG MESSE

Produkte-News

Gaba AG

Die elmex® EROSIONSSCHUTZ Zahnpflege bildet auf der Zahnoberfläche eine zinnreiche Schicht und schützt den Zahn vor erosiven Säuren. Das Zinn wird in den von Säureangriffen aufgeweichten Zahnschmelz eingelagert und macht diesen resistenter gegen erneute Säureangriffe. So schützt elmex® EROSIONSSCHUTZ Zahnpflege effektiv vor erosivem Zahnschmelzverlust. www.gaba.ch



ebi-pharm ag

Viburcol® N ist die homöopathische Alternative für unruhige Kinder. Unruhezustände treten im Säuglings- und Kleinkindalter häufig auf. Die Kinder sind weinerlich, unruhig und haben Mühe, Schlaf zu finden. Häufig sind Blähkoliken oder Zahnungsbeschwerden die Ursache. Viburcol® N Säuglings- und Kinderzäpfchen helfen bei körperlichen Unruhezuständen auf sanfte Weise und ohne die Symptome zu unterdrücken. www.ebi-pharm.ch



Holle baby food GmbH

Die beste Voraussetzung für ein erfolgreiches Babynahrungsgeschäft. Holle bietet beste Bio-/Demeter-Qualität, Vertrauen und Sicherheit, Beratung und Information sowie ein Vollsortiment von Anfang an. Der Holle Bio Still-Tee begünstigt mit seiner Kräutermischung aus Anis, Fenchel, Kümmel und Zitronenmelisse die Milchbildung. Alle Zutaten stammen aus kontrolliert biologischem Anbau. www.holle.ch



Doetsch Grether AG

Bei einer akuten Rachenentzündung eignen sich zur Linderung der Beschwerden lokal wirksame Präparate. Die Erste Hilfe sollte schmerzlindernd und keimtötend sein. neo-angin Spray mit Lidocain und Chlorhexidin eignet sich auch zur lokalen Behandlung von Aphthen oder Zahnfleischentzündungen. Alle neo-angin Produkte sind zuckerfrei (für Diabetiker geeignet) und enthalten weder Antibiotika noch Lactose oder Gluten. www.doetschgrether.ch



Permamed AG

Lubex anti-age eye mindert Alters- und Mimikfältchen, dunkle Ringe und Tränensäcke, füllt die Feuchtigkeitsdepots der Haut wieder auf und gibt der Augenpartie ein strahlendes Aussehen zurück. Lubex anti-age eye enthält neu entwickelte Bio-Chromone, neuartige Tetrapeptide und Biowirkstoffe aus Fraxinus excelsior (Eschen-Extrakt) sowie Algenextrakt aus Codium fragile, der das Zellwachstum stimuliert und antioxidativ gegen freie Radikale wirkt.

www.lubexantiage.ch



Omidia AG

Empfehlen Sie jetzt den homöopathischen Hustensirup von Omidia, der erfolgreich bei Kindern, Kleinkindern und Erwachsenen eingesetzt werden kann. Der Sirup ist zuckerfrei, von wohl-schmeckendem Aroma und darf bereits ab dem ersten Lebensmonat eingenommen werden. Durch die Kombination der wichtigsten Einzelmittel, die bei Husten angezeigt sind (u. a. Drosera), wirkt der Hustensirup gegen allgemeinen Husten, Reizhusten und Bronchialhusten.

www.omidia.ch



Homöopharm AG

Der Schweizer Arzt Dr. med. Carl Spengler aus Davos, ein berühmter Forscher und Stifter des Spengler-Cups, entwickelte anlässlich der Grippeepidemie von 1918 (sog. Spanische Grippe) auf der Basis seiner bisherigen Arzneimittel ein neues Medikament zur Grippe-Behandlung: das nach ihm benannte Spengler-san Virus influenzae comp.-G. Die Anwendung ist auch für Säuglinge, Kleinkinder und Schwangere geeignet.

www.homoeopharm.ch



sanofi-aventis (suisse) sa

Bioflorina™ enthält ein Probiotikum physiologischen Ursprungs: die lebenden Bakterien Enterococcus faecium, die sich üblicherweise in der menschlichen Darmflora befinden. Bioflorina™ reguliert die gestörte Darmflora und wirkt gegen Durchfall. Bei akutem, durch Bakterien und Viren verursachtem Durchfall, während der Behandlung mit Antibiotika oder bei Reisedurchfall. Für Erwachsene, Kinder und Säuglinge.

www.sanofi-aventis.ch



Schwabe Pharma AG

Umckaloabo® – die gezielte Lösung bei akuter Bronchitis. Ganz natürlich lässt sich akute Bronchitis mit Umckaloabo®, dem Wurzelextrakt der Kapland-Pelargonie, bekämpfen. Lästige Symptome klingen rasch ab, Fehlzeiten am Arbeitsplatz und in der Schule können erwiesenermassen verkürzt werden. Mit Dreifachwirkung: gegen Viren, gegen Bakterien und zuverlässig schleimlösend. Für Erwachsene und Kinder ab 2 Jahren.

www.schwabepharma.ch



Yuma Swiss AG

Die Yuma Molke Stick Pack mixed 1+2 beinhalten alle Sorten, aufgeteilt in zwei repräsentative Faltschachteln mit 16 Sticks à 26 g. Die Sticks eignen sich hervorragend zum Ausprobieren für Neukunden, sorgen für Aromenvielfalt, sind praktisch zum Mitnehmen sowie als Nahrungsergänzung für zwischendurch bei Arbeit, Schule, Sport und in der Freizeit. Die beliebten Yuma Molke-Sticks unterstützen Sie an Ihrem Verkaufspunkt effizient.

www.yuma.ch



Vitamin D3 unentbehrlich für jeden Lebensabschnitt



> 50% der Bevölkerung leidet an einem Vitamin D Mangel¹⁾ zur Vorbeugung und Behandlung von Vitamin-D Mangel-erkrankungen

Zus: 1 Tropfen enthält 500 I.E. (12.5µg) Cholecalciferolum.
Ind: Prophylaxe und Therapie von Vitamin-D-Mangel-erkrankungen, Rachitis, Osteomalazie. **IA:** Phenytoin und Barbiturate, Thyazid-Diuretika, Herzglykoside. **UW:** in Folge von Überdosierungen. **VK:** D. Ausführliche Angaben entnehmen Sie bitte dem Arzneimittelkompendium.

1) B. Hintzpetter, et al., Vitamin D status and health correlates among German adults, European Journal of Clinical Nutrition (2008) 62, 1079-1089.



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

Näher am Kunden



«Wehweh und Bobo» Der SDV führt im April und Mai 2010 zum zweiten Mal Kurse zum Thema Verletzungen und Erkrankungen bei Kindern durch. Nutzen Sie die Chance: Präsentieren Sie Ihre Drogerie als kundennahe Gesundheitsberaterin. Einzelheiten zur Teilnahme.

Die Bilanz der 2009 vom Schweizerischen Drogistenverband (SDV) durchgeführten Publikums-kurse ist erfreulich: 26 Kurse in der ganzen Schweiz, 112 mitwirkende Drogerien, über 1200 angemeldete Besucher und viel Zuspruch von Industriepartnern und Medien. Gute Gründe, die Kurse im April und Mai 2010 fortzusetzen.

Nutzen Sie die Gelegenheit, Sie können am Kurs in Ihrer Nähe mitwirken und Ihre Drogerie als kundennahe Gesundheitsberaterin präsentieren. **Die Teilnahme ist einfach. Anmeldung genügt.** Drogerien haben viele Pflichten und wenig Zeit zur Organisation von Kundenanlässen – deshalb planen und organisieren wir für Sie die Kurse und führen diese durch: Der SDV rekrutiert und schult die Referenten, integriert geeignete Partner aus der Drogeriebranche und begleitet die Aktivitäten intensiv mit eigenen und unabhängigen Medien.

Neu ist der SDV Medienpartnerschaften mit Lokalradios eingegangen, diese werden schweizweit über die Kurse in der Region berichten.

Mit wenig Aufwand viel bewirken

Alle wichtigen Informationen zum Ablauf der Kurse inklusive Anmelde-möglichkeit haben Sie Mitte Januar 2010 erhalten. Angenommen, Sie haben einen Kurs in Ihrer Nähe gefunden, sich für die Teilnahme angemeldet und wurden vom SDV umfassend informiert, hier kurz zusammengefasst, welche Schritte nun folgen:

■ Vor dem Kurs

Sie sprechen die Kundschaft aktiv an, werben für den Kurs in Ihrer Nähe und nehmen Anmeldungen entgegen. Interessierte Kunden können entsprechende Anmeldetalons direkt in Ihrer Drogerie abgeben. Gesammelte Talons bitte an den SDV senden.

■ Am Kursabend

Eine halbe Stunde vor Kursbeginn finden Sie sich im Kurslokal ein, besprechen mit den Organisatoren den Ablauf und lernen die Referenten kennen. Danach begrüßen Sie im Namen Ihrer Drogerie die Teilnehmer persönlich am Eingang. Im Anschluss an die Referate mischen Sie sich unter Publikum. Sie beantworten Fragen, helfen im praktischen Übungsparcours mit fachkundigen Anleitungen und empfehlen sich auf sympathische Art für Beratungen in Ihrer Drogerie. Zum Abschied überreichen Sie den Kursteilnehmern ein vom SDV zusammengestelltes Präsent mit Informationsbroschüren und Geschenken.

■ Nach dem Kurs

Beteiligen Sie sich (freiwillig) am «Wehweh und Bobo»-Gutschein und offerieren Sie den Kursteilnehmern zehn Prozent auf den nächsten Einkauf in Ihrer Drogerie. Eine charmante Aufmerksamkeit, die für Rücklauf in Ihrer Drogerie sorgt. Sie haben Mitte Januar 2010 die Gelegenheit erhalten, sich für die 10%-Aktion anzumelden. ▶

Kurse für Kunden: Inhalt kurz erklärt

Paula hat Fieber, Luca ein aufgeschlagenes Knie. Wer Kinder betreut, weiss, was zu tun ist. Und doch: Manchmal ist man unsicher. Braucht es nebst Tee und Bettruhe noch ein Heilmittel? Ist die Wunde wirklich gut versorgt? An diesem Punkt setzt der Kurs des Schweizerischen Drogistenverbandes (SDV) an. Der Kurs für Kunden unter dem Titel «Wehweh und Bobo – Wissen, was Kindern wirklich hilft» richtet sich an Eltern, Grosseltern, Paten-tanten und Patenonkel, aber auch an Krippenleiterinnen, Kleinkinder-erzieherinnen, Kindergärtnerinnen und Unterstufenlehrerinnen. Einfach an alle, die Kleine betreuen und die ihr Wissen im Umgang mit kranken oder verletzten Kindern auffrischen wollen.

Die Kurse werden in enger Zusammenarbeit mit erfahrenen Referentinnen und Referenten durchgeführt. Diese erläutern an praktischen Beispielen, wie Bagatellerkrankungen und leichte Verletzungen bei Kindern richtig behandelt werden. Ziel ist, dass die Kursteilnehmerinnen und Kursteilnehmer beispielsweise bei Schrammen oder Bauchweh künftig entspannt die richtige Erstversorgung anbieten können.



«Da unsere Ressourcen zu dieser Zeit sehr knapp waren, war ich froh, dass ich die Organisation abgeben, aber trotzdem etwas zum guten Ruf der Drogerien beitragen konnte.»

Beat Bucher, Droga Drogerie Uetendorf, Teilnehmer 2009

Holle-Babynahrung – die Basis für ein erfolgreiches Geschäft!

Für junge Mütter und Familien ist die gesunde Ernährung ihrer Babys ein wichtiges Thema.

Sie suchen beste Qualität, Vertrauen und Sicherheit, Beratung und Information. Das kann nur der Fachhandel bieten. Deshalb kommen junge Eltern wegen Babynahrung oft zum ersten Mal in das Geschäft. Mit einem attraktiven Sortiment und kompetenter Beratung können neue Kunden in der interessanten Zielgruppe «Junge Familie» gewonnen werden. Holle ist dazu der ideale Partner und bietet die besten Voraussetzungen.

Vollsortiment in Bio-/Demeter-Qualität von der ersten Flasche bis ins Kleinkindalter:

- Milchnahrungen 1, 2, 3 und 4
- Fertigmilchbreie (Hirse, Dinkel, Banane)
- Getreidenahrungen für Flasche, Milch-, Obst- und Gemüsebrei
- Gläschen-Sortiment mit speziell allergenarmen Sorten «A»
- Baby-Dinkel-Keks, Baby-Dinkel-Zwieback, Früchte-Riegel, Kinder-Tee und Still-Tee

Wirksame Verkaufsförderung zur Ansprache der jungen Familie:

- Babynahrungsratgeber gratis
- Proben von allen Artikeln gratis
- Schaufenstermaterial für den Handel
- www.holle.ch Internetseite mit vielen Infos zu Babynahrung
- Beratungs- und Ernährungstelefon, Schulungen

Ihre Vorteile:

- Attraktive Preisführung, wettbewerbsfähig zu den Grossverteilern.
- Holle hat seit 75 Jahren Erfahrung.
- Internationale Marke – in mehr als 35 Ländern vertreten.



«Wir bieten beste Qualität, Sicherheit, Beratung und Information.»

Angelika Welz, Holle baby food GmbH



Holle ist 2010 Partner der Schweizer Drogerien.



Abendkurse in Ihrer Nähe

Orte, Daten und Referenten stehen fest: Unten stehend sehen Sie, wann und wo ein Kurs in Ihrer Nähe stattfindet. Alle Kurse beginnen jeweils um 19.30 Uhr und dauern bis etwa 22 Uhr.

Wichtig

Der SDV und seine Mitglieder haben ein gemeinsames Ziel: Zahlreiches Publikum an jedem Kursabend!

Deshalb werden allen Mitgliedern zusammen mit dem *Drogistenstern* 03/10 Wer-

beplakate und Flyer geliefert. Kurzum: Sie werben für den Kurs in Ihrer Nähe. Kunden melden sich mit dem Talon (aus *Drogistenstern* oder Faltprospekt) direkt in Ihrer Drogerie an.

Anmeldungen der Kunden bitte unbedingt sammeln und einsenden an: SDV, Postfach 3516, 2500 Biel 3. Sie erleichtern uns damit die Organisation und ermöglichen die Reservation eines geeigneten Kurslokals. Vielen Dank!

Nadja Mühlemann

Kursorte und Daten

«Wehweh und Bobo – Wissen, was Kindern wirklich hilft»

| Datum | Ort | Hotel |
|----------|----------------|----------------------------------|
| 04.05.10 | Aarberg | Hotel-Restaurant Krone |
| 26.04.10 | Baden | Hotel Du Parc |
| 28.04.10 | Basel | Mercure Hotel Europe Basel |
| 05.05.10 | Bern | Allresto Bern |
| 15.04.10 | Brig | Hotel Good Night Inn |
| 15.04.10 | Buchs (SG) | Hotel Buchserhof |
| 12.05.10 | Bülach | Pfarreizentrum |
| 05.05.10 | Bulle | Restaurant aux Halles |
| 06.05.10 | Burgdorf | Wirtschaft zum Schützenhaus |
| 27.05.10 | Cham | Lorzensal |
| 14.04.10 | Chur | Hotel Chur |
| 18.05.10 | Delémont | Hôtel Le National |
| 11.05.10 | Frauenfeld | Stadtcasino Frauenfeld |
| 12.05.10 | Herisau | Casino Herisau |
| 04.05.10 | Interlaken | Hotel Interlaken |
| 26.04.10 | Langenthal | Hotel Bären |
| 29.04.10 | Lenzburg | Hote Krone |
| 25.05.10 | Luzern | BRL Bahnhof Restauration Luzern |
| 19.04.10 | Meilen | Restaurant Blumental |
| 19.04.10 | Niederurnen | Gemeindesaal Jakobsblick |
| 21.04.10 | Pfäffikon (SZ) | Hotel Seedamm Plaza |
| 10.05.10 | Romanshorn | Hotel Bodan |
| 13.04.10 | Samedan | Golf Hotel des Alpes |
| 26.05.10 | Schwyz | Hotel Wysses Rössli |
| 27.04.10 | Sierre | Restaurant Le Bourgeois |
| 29.04.10 | Solothurn | Landhaus |
| 11.05.10 | St. Gallen | Hotel Einstein |
| 03.05.10 | Thun | Hotel Freienhof |
| 29.05.10 | Winterthur | Famexpo, 15.15 Uhr bis 16.15 Uhr |
| 27.04.10 | Zofingen | Hotel Zofingen |
| 22.04.10 | Zürich | Marriott Hotel Zürich |

Plus près des clients

Le bilan des cours organisés en 2009 par l'Association suisse des droguistes (ASD) à l'intention du grand public est plutôt réjouissant: 26 cours dans toute la Suisse, 112 drogueries actives, près de 1200 personnes inscrites. Sans oublier les échos positifs des partenaires de l'industrie et des médias. Autant de bonnes raisons de répéter l'opération en avril et mai 2010. Profitez de cette occasion pour participer au cours organisé près de chez vous et pour présenter votre droguerie comme le magasin spécialisé dans les conseils de santé proche des clients. Pour participer, rien de plus simple: il suffit de s'inscrire! Les drogueries ont beaucoup d'obligations et peu de temps pour organiser des manifestations grand public – raison pour laquelle nous planifions et organisons ces cours à votre place. L'ASD engage et forme des intervenants, intègre des partenaires du monde de la droguerie et soutient ces activités par le biais de ses propres médias et de médias indépendants. La nouveauté: l'ASD conclut cette année des partenariats avec des radios locales. Les informations concernant les cours et les drogueries qui participent à l'action seront donc diffusées sur les ondes dans toute la Suisse.

En avril et mai 2010, l'ASD organise pour la deuxième fois des cours sur le thème du **soin des plaies et des maladies bénignes** chez les enfants. Saisissez cette **opportunité**: présentez **votre droguerie** comme le **magasin spécialisé** dans les conseils de santé et proche des clients. Quelques précisions sur les modalités de participation sur d-inside.drogoserver.ch/inside.pdf – cliquez ensuite sur la colonne et l'article en français s'affichera automatiquement.

Erste Hilfe? DermaPlast®!

Situationen, die schneller und zuverlässiger Hilfe bedürfen, in denen wir uns verletzen und uns Schaden zufügen, diese Situationen gibt es häufig: in der Freizeit, beim Sport, im Haushalt oder bei der Arbeit. Manchmal sind es nur kleine Blessuren, bei denen man das Richtige tun muss, damit nichts Schlimmeres passiert.

Egal, in welcher Situation, ob unterwegs mit der Familie oder beim Freizeitsport – jede Aktivität hat ihre typischen Notfälle. DermaPlast® ist 2009 Partner der Schweizer Drogerien. DermaPlast® ist in der Schweiz die führende Marke für Erste-Hilfe-Produkte, die immer dann gebraucht werden, wenn kleine Verletzungen passiert sind oder wenn es darum geht, sich auf eben diese Situationen vorzubereiten. Gesundheitsbewusste Menschen vertrauen seit vielen Jahren den hochwertigen Produkten von DermaPlast®. Es gibt eine breite Auswahl an Wundversorgungsartikeln wie Wundaufgaben, Pflaster und Bandagen, deren Anwendung heute selbstverständlich ist. DermaPlast® gehört in jede Hausapotheke. Schon die Reinigung und Desinfektion von Wunden, mit der jede Wundbehandlung beginnt, wird mit DermaPlast® abgedeckt. Ob Wundreinigungstuch oder Desinfektionspray, Kompressen, Pflaster, Binden – DermaPlast® garantiert eine ideale Selbstversorgung kleinerer Verletzungen. Aber auch für Verletzungen, die sofortiger Kühlung bedürfen, bietet DermaPlast® mit zwei Kühlkompressen und einer Kühlbinde verschiedene Lösungen. Aber auch wenn es darum geht, kleine Wunden schneller und bequemer zu heilen als mit einem üblichen Pflaster, ist DermaPlast® mit den modernen Produkten wie dem Brandwundenpflaster und den verschiedenen Hydrokolloiden für Schnitte und Quetschungen oder auch Blasen ein zuverlässiger Name. Diese Produkte sind heilungsfördernde und schmerzlindernde Lösungen, die mehrere Tage auf der Wunde bleiben können. DermaPlast® vereint bestmögliche medizinische Versorgung mit Praktikabilität, denn in vielen Lebenssituationen ist erfolgreiche Erste Hilfe eng an die einfache Anwendung von Hilfsmitteln geknüpft. DermaPlast® Erste Hilfe steht für höchste Qualität in der Selbstversorgung von Blessuren jeder Art.



**DermaPlast.**

DermaPlast® ist 2010 Partner der Schweizer Drogerien.



Probiotika: biologischer Gesundheitsschutz

Unter Probiotika versteht man lebende Bakterien mit positiven Wirkungen auf die Darmflora. Probiotika finden in der Volksmedizin seit langem Verwendung und wurden von zahlreichen Wissenschaftlern erforscht.

Schon zu Beginn des 20. Jahrhunderts kam der Biologe und Nobelpreisträger Elie Metchnikov auf die Idee, seine Durchfallpatienten mit fermentierter Milch zu behandeln, die das Probiotikum Bifidobacterium bifidum enthält. Er stellte fest, dass sich auf diese Weise das mikrobiologische Gleichgewicht der Darmflora wieder einstellt. Seither wurden weitere Probiotika entdeckt und fanden den Weg in die Apotheken.

 **Bioflorina™** ist die Bezeichnung für ein in der Schweiz bestens bekanntes Probiotikum. Es enthält die lebenden Bakterien Enterococcus faecium des Stamms SF68. Die in der menschlichen Darmflora natürlich vorhandenen Mikroorganismen bilden eine biologische Barriere gegen Keime, die Verdauungsprobleme auslösen, produzieren Substanzen, die solche Keime eliminieren können, und stärken das Immunsystem allgemein.

 **Bioflorina™** eignet sich für die ganze Familie, vom Säugling bis zur Grossmutter. Es wirkt gegen Durchfall und normalisiert die durcheinander geratene Darmflora, beispielsweise bei keimbedingten Infekten oder bei Antibiotikabehandlungen (geschwächte Darmflora). Es kann auch vorbeugend gegen Reisedurchfall eingenommen werden.

Als Partnerin der Kampagne «Wehweh und Bobo» mit Bioflorina bietet die Firma sanofi-aventis (schweiz) ag den Drogerie-Teams Schulungen an. Material für Werbung am Verkaufsort wird verfügbar sein, um die Drogerie-Kunden zu informieren (Broschüren über Durchfall bei Kindern, Broschüren über die Darmflora) und den Verkauf zu fördern (Spot für LCD-Bildschirme, Schaufensterdekorationen, Thekensteller usw.). Zuletzt wird eine Werbekampagne während den Sommermonaten die Nachfrage stimulieren. Sie erhalten Zusatzinformationen bei Ihrem sanofi-aventis Aussendienstmitarbeiter.



sanofi aventis ist 2010 Partner der Schweizer Drogerien.




sanofi aventis
Das Wichtigste ist die Gesundheit

OMIDA – Spezialist für Kinderhomöopathie

Bei vielen Erkrankungen von Kindern sind homöopathische Mittel die richtige Arznei: Passend ausgewählt helfen sie schnell und stärken die Selbstheilung der kleinen Patienten. Gerade bei kleinen Kindern scheuen viele Eltern die Gabe von Medikamenten mit synthetischen Wirkstoffen, da sie Nebenwirkungen oder eine Belastung des kindlichen Organismus befürchten.

Die wirksamen homöopathischen Arzneimittel von OMIDA zeichnen sich durch folgende Vorteile aus:

- Anzuwenden ab dem ersten Lebensmonat.
- Angenehme Darreichungsformen – Globuli können aufgelöst und zum Beispiel mit Tee eingegeben werden.
- Sehr gute Verträglichkeit.
- Zusammensetzungen, die bewährt sind und wirken!

Hier ein kleiner Überblick, wann eine Behandlung mittels Homöopathie sinnvoll ist, inklusive Produktetipps:

OMIDA Hustensirup für Kinder

Zur Behandlung ab dem ersten Lebensmonat bei Reizhusten und Bronchialhusten infolge Erkältungen.

OMIDA Chamomilla Plus Fieberzäpfli

Zur Behandlung von Erregungszuständen, ausgelöst durch Zahnen oder Erkältungen.

Homöopathische Einzelmittelapotheke für Kinder

Die wichtigsten 20 Einzelmittel zur Individualbehandlung der Kinder zu Hause und unterwegs.

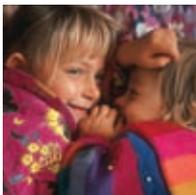


Weitere ausgewählte Rezepturen gehören zum OMIDA Kinder-Sortiment. Verlangen Sie unsere verkaufsfördernden Broschüren, Gadgets und Muster.

Omida ist 2010 Partner der Schweizer Drogerien.



Viburcol® N – das homöopathische Kinderzäpfchen



Welche Eltern kennen sie nicht, die unzähligen schlaflosen Nächte, wenn ihr Kind wieder einmal an grippalen Infekten oder Zahnungsbeschwerden leidet.

Begleitsymptome wie Weinerlichkeit und Unruhezustände, die oft mit Entzündungen und Krämpfen der Verdauungsorgane verbunden sind, bringen Säuglinge und Kinder um ihren so dringend notwendigen Schlaf. Ausführliche Informationen können Sie der Packungsbeilage entnehmen.

Viburcol® N, Liste D, zusammengesetzt aus 6 homöopathischen Bestandteilen (Chamomilla, Atropa belladonna, Pulsatilla, Plantago major, Solanum dulcamara, Calcium carbonicum) wird erfolgreich eingesetzt bei körperlichen Unruhezuständen verbunden mit Weinerlichkeit, Schlaflosigkeit, bei Zahnungsbeschwerden und Blähkoliken.

Vorteile von Viburcol® N

- Kann ab dem 1. Lebensmonat verabreicht werden
- Gute Verträglichkeit
- Nebenwirkungen bisher nicht bekannt
- Gute Akzeptanz bei den Eltern
- Keine Unterdrückung des Fiebers
- Erhältlich in zwei Packungsgrößen
à 12 / 60 Suppositorien

Wirksame Verkaufsförderung

- Patientenflyer
- Schaufensterplakat
- Musterli zur Abgabe an interessierte Kunden/-innen
- Leerpäckungen für zweiten Verkaufspunkt



ebi-pharm ag, Lindachstrasse 8c, 3038 Kirchlindach

ebi-pharm ist 2010 Partner der Schweizer Drogerien.





**«Made in Switzerland ist
gleichbedeutend mit höchstem
Qualitätsanspruch.»**

Andreas Hasler, Marketing- und Verkaufsleiter, Dr. Wild & Co. AG

Bewährtes pflegen und Nischen belegen

Interview Innovation mit Tradition verknüpfen. Das sei das Geschäfts- und Erfolgsgeheimnis der Dr. Wild & Co. AG, sagt Marketing- und Verkaufsleiter Andreas Hasler. Das KMU mit «nur» 50 Mitarbeitenden ist eine bedeutende Pharmaunternehmung in der Schweiz.

Andreas Hasler, die Dr. Wild & Co. AG hat ihren Sitz in MuttENZ bei Basel. Was Pharmaunternehmungen angeht, ist Basel ein richtiges Ballungsgebiet. Warum?

Andreas Hasler: Die chemische Industrie hat in Basel eine lange Tradition. Früher spielte der Rhein als Transportmedium eine wichtige Rolle. Aus der chemischen Industrie heraus entwickelten sich dann die Pharmaunternehmen. Die grossen Basler Firmen wie ehemals Ciba-Geigy, Sandoz und heute Novartis oder Roche haben auf andere Pharmaunternehmen eine Magnetwirkung ausgeübt und tun es immer noch.

Hilft es, Pharmakonzurrenz in nächster Nähe zu haben?

Was die Arzneimittel angeht, können wir im internationalen Geschäft mit den Grossen nicht mithalten. Unser OTC-Arzneimittelgeschäft ist daher rein national ausgelegt. Auf dem Gebiet der Mund- und Zahnhygiene («Oral Care») sind wir aber international erfolgreich tätig. Wir können von den Mitbewerbern im Sinn von Netzwerken profitieren. Nach Basel werden für Fortbildungskurse hochkarätige Referenten eingeladen, daran können auch wir «Kleine» teilnehmen.

Gegründet wurde die Firma Dr. Wild 1932 von den Brüdern Samuel und Werner Wild. Was ist deren herausragendste Leistung?

Das ist eindeutig die Entwicklung des Schmerzmittels Contra-Schmerz. Es kam 1933, noch vor dem Aspirin, auf den Schweizer Markt und konnte sich seither halten. Contra-Schmerz gehört heute noch zu den Top 10 unter den OTC-Schmerzmitteln. Das ist beachtlich, wenn man bedenkt, wie hart umkämpft der Schmerzmittelmarkt ist.

Dr. Wild ist eine erfolgreiche, traditionsreiche Unternehmung mit sehr gut eingeführten und bekanntesten Produkten. Was ist das Geheimnis dieses Erfolgs?

Dr. Wild hat es verstanden, Innovation mit Tradition zu verknüpfen. Als kleines KMU können wir aber nicht jedes Jahr etwas Neues auf den Markt bringen. Wir müssen die bewährten Produkte pflegen und Nischen belegen.

Was heisst das?

Man muss Botschaften erneuern und sich überlegen, welchen Mehrwert man dem Kunden bieten kann. Ein Beispiel: Oxyplastin, die Salbe gegen Windeldermatitis, kennt jede Mutter in der Schweiz. Nun bieten wir passend zur Salbe Feuchttüchlein an.

Das kommt sehr gut an. Bewährtes pflegen, das spiegelt sich auch stark in der Art, wie bei uns der Aussendienst organisiert ist. Bei uns zählt nicht der kurzfristige Erfolg. Unser Aussendienst hat etwas mehr Zeit, als dies in grossen Firmen der Fall ist, wo schneller Erfolg erwartet und honoriert wird. Da haben wir bei Dr. Wild einen grossen Vorteil: Wir zählen auf langfristige und nachhaltige Entwicklung, und das wird in unserer schnelllebigen Welt auch von den Kunden geschätzt.

Und wie sieht es mit der Innovation aus?

Im Markt muss man Nischen suchen und da Innovationen tätigen. Lassen Sie mich das am Beispiel von Vitamin D₃ erklären. Dr. Wild hat mit den Vi-De-3-Tropfen einen Marktanteil von 95 Prozent bei der Rachitisprophylaxe bei Neugeborenen in der Schweiz. Da geht es um 70 000 Neugeborene pro Jahr, das ist nicht viel. Nun sind wir in der Vergangenheit von verschiedenen Seiten, wissenschaftlich zwar unbegründet, kritisiert worden, weil die Vi-De-3-Tropfen Alkohol enthalten. Wir standen also vor der Entscheidung, ob wir ein Produkt, an dem wir nicht viel verdienen, neu auf ölgiger Basis einführen sollen. Wir entschieden uns im Sinne einer Dienstleistung dafür. «Vitamin D₃ Wild, Öl» ist seit Januar 2010 auf dem Markt. Wir versprechen uns davon viel, denn der Zufall wollte es, dass Vitamin D₃ aus wissenschaftlicher Sicht in den vergangenen fünf Jahren eine eigentliche Renaissance erlebt hat. Insbesondere Forschungen der Zürcher Professorin Heike A. Bischoff-Ferrari haben aufgezeigt, dass über 50 Prozent der Schweizer Bevölkerung einen Vitamin-D₃-Mangel aufweisen. ▶

Zur Person

Andreas Hasler wurde am 3. Januar 1957 geboren. Der Sohn einer Zürcher Drogistenfamilie hat an der ETH Zürich Pharmazie studiert und auf dem Gebiet Naturstoffanalytik (Ginkgo biloba) doktoriert. Nach dem Studium ging er direkt in die Industrie. Bei der Firma Zeller in Romanshorn arbeitete er insgesamt elf Jahre, gründete und baute Zeller Medical auf, bevor er 2002 als Marketing- und Verkaufsleiter zur Firma Dr. Wild wechselte. Zwischenzeitlich hat er an der Hochschule St. Gallen ein Nachdiplomstudium erfolgreich abgeschlossen. Hasler ist verheiratet und hat zwei Söhne.

Gemmotherapie – Die Kraft der jungen Pflanze



Mit Ribes nigrum gegen Heuschnupfen!

Auch wenn der Frühling fern scheint und noch kein Mensch an Pollen denkt: Sie sind schon da und sie kommen in den nächsten Wochen mit Macht. Ein echtes Problem für alle Allergiker. Bei Allergien oder Heuschnupfen wird Gemmo® Ribes nigrum, die Schwarze Johannisbeere, eingesetzt. Nicht umsonst wird sie auch als das „pflanzliche Cortison“ bezeichnet. Schon mit 3 x 3 Sprühstössen täglich auf die Mundschleimhaut können beachtliche Erfolge erzielt werden. Wichtig dabei ist, einen Monat vor der Heuschnupfensaison mit der Therapie zu beginnen. Gemmo® Ribes nigrum kann problemlos während ca. 3 Monaten eingenommen werden. Das Mittel bewirkt eine Harmonisierung im Körper und reguliert damit die Beschwerden.

Wenn Sträucher und Bäume im Winter wie Skulpturen starr und kahl in der Natur verharren, scheinen sie ohne Leben. Doch ihr „Programm“ ist schon definiert. In ihren Knospen steckt die ganze Kraft ihrer späteren Pracht. Aus diesen jungen Pflanzentrieben stellt die Spagyros AG aus Gümligen (BE) sehr wirksame Arzneimittel her.

Die Gemmotherapie (Gemma = lat. die Knospe) stammt ursprünglich aus Frankreich und macht das „Lebendigste“ der Pflanzen als Heil- und Regenerationskraft für den Menschen nutzbar: Die Arzneien werden ausschliesslich aus Embryonalgewebe der frischen Pflanzenknospen samt den Vegetationspunkten, aus Triebspitzen oder jungen Schösslingen und wachsenden Wurzelfasern hergestellt. Also allesamt Gewebe, die sich in der Vermehrung befinden und damit reich an pflanzlichen Wachstumsfaktoren sind. Schon der Entdecker der Methode, Dr. Pol Henry aus Brüssel, wusste, dass im Embryonalgewebe der Pflanzen die höchste Potenz an Vitalität vorhanden ist.

Die Gemmotherapeutika, die als Spray angeboten werden, wirken reinigend, ausleitend und regulierend. Eine Behandlung ist beispielsweise angezeigt nach einer Infektion oder Antibiotikatherapie. Die Mittel regen den Zellhaushalt an und abgetötete Keime, Medikamenten-Rückstände oder Schadstoffe können rasch entfernt werden.

Bei vielen Funktionsstörungen wie Menstruations- und Wechseljahrsbeschwerden, Schlafstörungen, Magenbrennen, Allergien sowie Heuschnupfen bewirken die Gemmotherapeutika eine Harmonisierung im Körper und regulieren damit die Beschwerden. Sie können sowohl als eigenständige, sanfte Therapie aber auch als Begleittherapie (zu einer homöopathischen oder konventionellen Behandlung) eingesetzt werden.

Die sorgfältige Herstellung

Mit grosser Sorgfalt und von Hand werden im Frühling die frischen, einheimischen Pflanzenknospen aus Wildwuchs oder biologischem Anbau gesammelt. Je nach Pflanze ist diese

Ernte sehr aufwändig, denn die Knospen sind klein und leicht. Das Sammeln kann auch, bedingt durch die Baumhöhe, fast akrobatisches Talent abverlangen. Nach der schonenden Reinigung werden die Pflanzenknospen in Glycerin/Ethanol mazeriert. Durch die sehr sorgfältige und zeitaufwändige Herstellung entstehen wohlschmeckende, effizient wirkende und qualitativ hochwertige Heilmittel.

Die richtige Dosierung

Dreimal täglich gibt man zwischen den Mahlzeiten 2 bis 3 Sprühstösse direkt auf die Mundschleimhaut. Die Mittel können kombiniert werden, aber es sollte immer nur ein Mittel auf einmal zur Anwendung kommen, z. B. also Mittel A morgens und Mittel B mittags. Gemmotherapeutische Arzneien eignen sich auch bestens für Kinder. Die Dosierung beträgt hier dreimal täglich einen Sprühstoss direkt auf die Mundschleimhaut.

Einführungs- und Ergänzungskurse

Spagyros bietet für interessierte Fachpersonen zwei Kursmodule an. Im Einführungskurs erfahren Sie Grundlegendes zur Funktionsweise der Gemmotherapie für den Einsatz der zehn wichtigsten Arzneimittel. Im Ergänzungskurs werden weitere Gemmotherapeutika beschrieben und Therapiekonzepte diskutiert.

Weitere Informationen unter www.spagyros.de.



Naturheilmittel
aus der Schweiz



SPAGYROS

Spagyros AG • Tannackerstrasse 7 • CH-3073 Gümligen



Dies ist unter anderem bei der Krebsprophylaxe, Osteoporose-Vorsorge, bei Herz-Kreislauf-Erkrankungen und entzündlichen Erkrankungen von Bedeutung.

Ist da nicht zu vermuten, dass andere Firmen auf den Vitamin-D₃-Zug aufspringen werden?

Vitamin D₃ ist ein Produkt, das man nicht patentieren kann, deshalb hatte daran bisher keine grosse Pharmafirma Interesse. Möglicherweise könnte sich das ändern, denn Frau Professor Bischoff hat auch festgestellt, dass sich die Sturzgefahr bei älteren Patienten durch eine ausreichende Versorgung mit Vitamin D₃ markant reduzieren lässt. Insofern sehen wir da schon ein grosses Potenzial, zumal uns Swissmedic sogar darauf aufmerksam gemacht hat, dass massenweise illegale Vitamin-D₃-Präparate aus Österreich eingeführt werden, die auf der Basis von hochallergischem Erdnussöl hergestellt werden. In der Schweiz gibt es derzeit kein zweites Vitamin-D₃-Präparat, das mit unserem vergleichbar ist. Bei diesem Thema haben wir eindeutig die Nase vorn.

Die Dr. Wild ist eine kleine Unternehmung mit nur 50 Mitarbeitenden, das ist im Vergleich etwa zu Novartis und Pfizer winzig. Worin liegen Ihre Stärken, wo die Schwächen?

Wir haben den Vorteil, dass unsere Entscheidungswege kurz und schlank sind. In grossen Firmen wird bei Neuerungen zuerst einmal ein Jahr lang Statistik betrieben. Unsere Schwächen liegen

bei den beschränkten personellen und finanziellen Ressourcen. Das zeigt uns auch unsere Grenzen auf, die wir respektieren. Wir müssen uns gut überlegen, in welchen Bereichen wir eine Studie machen wollen. Wir müssen ein nachhaltiges Produkt und einen langfristigen Erfolg herbeiführen. Ein Beispiel: Da die Phytotherapie heute in der Medizin etabliert ist, haben wir auf die Karte pflanzliche Heilmittel in der Zahnmedizin gesetzt und das auf Teebaumöl basierende Tebodont entwickelt. Die Einführung war top. Wir haben seit 2001 jährlich ein Wachstum im oberen zweistelligen Bereich erreicht. Ich darf mit grossem Stolz sagen, dass wir im Wettbewerb mit global tätigen Firmen im Bereich Oral Care die Nummer zwei im Fachhandel sind.

Was ist das Markenzeichen «Made in Switzerland» in einer globalen Pharmawelt noch wert?

Im globalen Markt ist «Made in Switzerland» sehr viel wert. «Made in Switzerland» ist gleichbedeutend mit höchstem Qualitätsanspruch. Dies gilt auch für Produkte im Bereich der Mundhygiene, was uns ja auch mit grossem Erfolg gelingt.

Wird die Dr. Wild unabhängig bleiben können?

Aber ja doch. Wir sind zwar klein, aber wir sind sehr effizient organisiert. In dieser Hinsicht war der kürzlich erstellte Neubau in Muttenz auch für die Mitarbeitenden ein wichtiges Zeichen. Damit wurde signalisiert, dass da eine Firma ist, die an die Zukunft glaubt.

Katharina Rederer

Dr. Wild & Co. AG

1932 gegründet, ist die Pharmafirma Dr. Wild & Co. AG in Muttenz bis heute ein unabhängiges KMU in Familienbesitz geblieben. Sie gehört heute zu den 30 bedeutendsten Pharmafirmen in der Schweiz. Die Dr. Wild hat sich auf Forschung, Entwicklung und Vertrieb von pharmazeutischen und zahnärztlichen Spezialitäten sowie kosmetischen Produkten spezialisiert. In der Unternehmung werden 50 Mitarbeitende beschäftigt. 20 Prozent des Umsatzes werden im Export generiert. Ihre Oral-Care-Produkte bietet die Dr. Wild exklusiv im Fachhandel an.

Allier **innovation et tradition**. Voilà la clé du succès de la société **Dr. Wild & Co. SA**, comme se plaît à le dire son responsable marketing et ventes, **Andreas Hasler**. Composée de «seulement» 50 collaborateurs, cette PME est une importante **entreprise pharmaceutique suisse**. **Interview** intégrale sur d-inside.drogoserver.ch/inside.pdf – cliquez ensuite sur l'encadré et l'article en français s'affichera automatiquement.

Der Schnupfen in der Beratung

Fachwissen Ein medizinisches Wundermittel gegen die Rhinitis gibt es nicht. Entsprechend gross ist das drogistische Beratungspotenzial. Das gilt insbesondere für die oft vernachlässigte Schnupfenprophylaxe.



Die Nasenschleimhaut unter Attacke: Soeben haben Rhinoviren der Art HRV-A an den CAM-Rezeptoren der Schleimhautzellen angedockt. Genauer gesagt haben die Viren das fremde Rezeptormolekül in eine Vertiefung ihrer Oberfläche eingeführt und verschmelzen ihre Hülle nun mit der Zielzelle. Es folgt das «Uncoating»: Die Rhinoviren werfen ihren Mantel ab, damit der darunterliegende Ribonukleinsäure-Faden ins Zellinnere entlassen werden kann. Gelingt dieser «Akt», ist die Nasenschleimhautzelle infiziert. Knapp zehn Minuten sind zwischen der Virenlandung und der Infektion vergangen. Allerdings gilt dies nur für optimale Laborbedingungen. In der freien Wildbahn der menschlichen Nasenschleimhaut siehts anders aus: «Es kann Tage dauern, bis es Rhinoviren gelingt, die Zellen der Nasenschleimhaut zu infizieren», erklärt der Zürcher Virologe **Prof. Dr. Werner Wunderli**. «Ob eine Infektion stattfindet oder nicht, wird durch mehrere Faktoren entscheidend beeinflusst.»

Mechanisch schützen

- **Erster Faktor:** Der Wasser- und Schleimgehalt der Nasenschleimhaut. «Der natürlich vorhandene Nasenschleim ist eine wichtige mechanische Barriere», erklärt Forscher Werner

Wunderli. «Er erschwert den Kontakt der Viren mit der Nasenschleimhaut. Je geschmeidiger seine Konsistenz, umso effizienter der Schutz.» Der Rat, die Raumluft im Winter ausreichend feucht zu halten und viel zu trinken, ist also sinnvoll.

- **Zweiter Faktor:** Die Abwehrarbeit der körpereigenen Immunzellen. Sie eilen automatisch herbei, wenn von Rhinoviren befallene Nasenschleimhautzellen Interferon und Interleukine ins Blut abgeben. «Die typischen Schnupfensymptome wie laufende Nase, Juckreiz, Niesen und verstärkte Produktion von Sekreten werden nicht direkt von den Rhinoviren verursacht. Sie sind das Resultat der Immunantwort und der erhöhten Durchlässigkeit der Schleimhaut», erklärt Werner Wunderli. Auch das vorbeugende Auftragen von Salben und Balsamen ist laut Werner Wunderli wirkungsvoll: «Die in diesen Präparaten enthaltenen Fette und desinfizierenden Substanzen tragen dazu bei, die Rhinoviren auf der Nasenschleimhaut in Schach zu halten.»

Wie jede Drogistin und jeder Drogist weiss, können moderne Nasencremen noch mehr, zum Beispiel die Nasenschleimhaut befeuchten (Meerwasser,

Hyaluronsäure), Schleimhautzellen regenerieren (Dexpanthenol u. a.) und Viren aktiv bekämpfen (ätherische Öle). Letzteres funktioniert besonders einfach mithilfe von Kaltinhalationen: Erkältungsbalsam unter der Nase einreiben, sodass die flüchtigen ätherischen Öle auf der warmen Haut verdampfen und eingeatmet werden.

Forschung auf Hochtouren

Dass sich dennoch über die Hälfte der Schweizerinnen und Schweizer jedes Jahr einen Schnupfen holt, hat damit zu tun, dass es 99 verschiedene Rhinoviren-Stämme gibt, verteilt auf die beiden Arten HRV-A (74 Stämme oder Serotypen) und HRV-B (25 Stämme). Dazu Werner Wunderli: «Infiziert man sich mit den Vertretern eines Stammes, entsteht eine Immunität von mehrjähriger Dauer.»

Gut zu wissen

Bereiten Sie sich auf die Fragen Ihrer Kunden vor: **Schnupfen** steht auch im *Drogistenstern* vom Januar/Februar im Zentrum.

Doch es gibt stets genug andere Stämme, mit denen das Immunsystem noch keinen Kontakt hatte. Ausserdem sind da noch andere Viren, die Schnupfensymptome erzeugen können, darunter Influenza A und B, Parainfluenza, humanes RSV, Adenoviren und Coronaviren. Kommt hinzu, dass sich Rhinoviren häufig verändern (mutieren) und dass Stämme, die den gleichen Menschen befallen, untereinander genetische Informationen austauschen können. Dieser als «Rekombination» bezeichnete Prozess konnte für menschliche Rhinoviren erst kürzlich nachgewiesen werden.

Ungeachtet dieser «erschwerenden Umstände» arbeitet die Forschung emsig daran, die viralen Verursacher fast jedes Schnupfens und jeder dritten Erkältungskrankheit unter Kontrolle zu bringen. Kürzlich veröffentlichten amerikanische Forscher den genetischen Stammbau der Rhinoviren. «Die gewonnenen Erkenntnisse sollen helfen, ein wirksames Schnupfenmittel oder idealerweise einen Impfstoff gegen die Rhinitis zu entwickeln», sagt Werner Wunderli. Denn Rhinoviren seien zwar zahlreich, doch hätten sie auch eine Achillesferse: «Sie docken ausschliesslich an zwei bestimmte Rezeptoren der Zelloberfläche an.» Mit anderen Worten: Wird das Andocken der Viren mithilfe von Antikörpern verhindert, kann das Virus in Schach halten gehalten werden.

Das «Nasenbewusstsein» schulen

So viel zur schulmedizinischen Zukunftsmusik. Im Alltag empfehlen sich einfache Massnahmen: «Wer das Risiko einer Infektion reduzieren will, sollte sich in der Schnupfenzeit öfters die Hände waschen», empfiehlt Virologe Werner Wunderli. «Wasser entfernt die Viren teilweise, Seife oder noch besser ein Desinfektionsmittel zerstört sie ganz.» Wo häufiges Händewaschen unmöglich ist, hilft eine andere Abwehrstrategie: die Verfeinerung des «Nasenbewusstseins». Was damit gemeint ist, erklärt der US-amerikanische Erkältungsforscher **Jack Gwaltney**, Professor an der Universität von Virginia in Charlottesville: «Jeder Mensch fasst sich zigmal täglich unbewusst an die Nase. Gleichzeitig lesen wir beim Berühren fremder Hände, Türklin-

ken, Geld usw. Erkältungsviren auf. Diese können in die Nase gelangen, wenn wir uns das nächste Mal ins Gesicht fassen.» Gleiches gilt auch für die Augen. Werden sie mit Händen berührt, an denen Viren kleben, können die Erreger über den Tränen-Nasen-Kanal in die Nase wandern. Für die Schnupfenprophylaxe ist das Bewusstmachen und Einschränken der Berührungen von Nase, Mund und Augen deshalb sehr hilfreich.

Schnäuzen, aber richtig

Das gilt auch fürs Schnäuzen, eine oft vernachlässigte Anti-Schnupfen-Massnahme, wie der US-amerikanische Immunologe **Gailen D. Marshall** kürzlich in einem Interview sagte: «Nicht einmal die Hälfte unserer Patienten weiss, wie man sich korrekt die Nase putzt. Das Zuhalten beider Nasenlöcher beim Schnäuzen befördert infizierten Schleim in die Nasennebenhöhlen und fördert das Anschwellen der Nasenschleimhaut.» Wie aber sieht richtiges Nasenputzen aus? Dr. Marshall: «Ein Nasenloch zuhalten, vier bis fünf Sekunden lang sanft ins Taschentuch schnäuzen, danach die Seite wechseln. So lange wiederholen, bis die Nase frei ist.»

Sind die Füsse warm?

Eine der effizientesten Massnahmen der Schnupfenprophylaxe besteht in der Durchblutungssteigerung der Nasenschleimhaut. Viele Menschen haben keine Ahnung, dass die Erwärmung von Füssen und Unterleib zur Weitstellung der Blutgefässe in der Nasenschleimhaut führt, und damit zu einem verstärkten Zustrom von Abwehrzellen. Für **Beat Lehner** von der Drogerie im Dreiangel in Bärau (BE) ist dies ein wichtiger Beratungshinweis: «Wir empfehlen schnupfen- und erkältungsanfälligen Kunden Bäder, zum Beispiel mit Thymian, Eukalyptus, Kiefernadeln oder Fichtenöl.» Im Idealfall besteht ein solches Bad aus einem ansteigenden Fussbad. «Mit dieser einfachen Massnahme lässt sich ein beginnender Schnupfen in neun von zehn Fällen stoppen», weiss die **Benediktinerschwester Jolanda**, zuständig für Wasserwendungen im Kneipp-Kurhaus Dussnang (TG). Zur Erinnerung: Einen knöchelhohen Bottich mit 37 Grad warmem Wasser füllen. ▶

Le rhume en droguerie

Mais pourquoi la moitié des Suisses s'enrhument-ils encore chaque année? Sans doute parce qu'il existe près de 99 souches de rhinovirus différentes, réparties en deux types: HRV A (74 souches ou sérotypes) et HRV B (25 souches). Par ailleurs, il y a encore d'autres types de virus qui peuvent provoquer des symptômes de rhume; notamment les virus influenza A, B et parainfluenza, les virus human RSV, les adénovirus et les coronavirus. Enfin, il ne faut pas oublier que les rhinovirus ont la fâcheuse tendance à muter et que les souches qui infectent un même individu en même temps peuvent échanger des informations génétiques. Ce n'est que récemment que ce phénomène, appelé recombinaison, a pu être démontré pour les rhinovirus humains. Malgré ces «conditions difficiles», la recherche travaille d'arrache-pied pour trouver les moyens de bloquer les responsables viraux de presque tous les rhumes. En matière de prévention du rhume, le potentiel d'information est donc très important. Ne serait-ce que parce que les patients ignorent souvent trop longtemps les premiers symptômes d'infection virale (étternuements, picotements) avant de venir demander conseil en droguerie. Parmi les solutions douces, il existe de nombreuses possibilités: les bains de pieds chauds, les inhalations de vapeur avec ou sans huiles essentielles, les sels Schüssler ou encore les médicaments homéopathiques. A vous de conseiller vos clients pour qu'ils trouvent la méthode qui leur convient le mieux!

Pour en savoir plus sur le rhume, les avancées de la recherche et les défenses naturelles de l'organisme contre le rhume, 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.



Wer regelmässig säurehaltige Nahrungsmittel konsumiert, riskiert den Verlust von Zahnschmelz

Risiko von Zahnerosionen oft unterschätzt

Neu: elmex® EROSIONSSCHUTZ Zahnpülung schützt vor Erosionsschäden

Wer regelmässig viel Obst isst oder andere säurehaltigen Nahrungsmittel und Getränke zu sich nimmt, hat ein erhöhtes Risiko für Zahnerosionen.

Säuren kommen bekanntlich in vielen Nahrungsmitteln vor: Früchten, sauren Süswaren, essighaltigen Produkten, Fruchtsäften, Softdrinks, Energydrinks oder Wein. Aber auch Arznei- oder Nahrungsergänzungsmittel und bestimmte Erkrankungen wie Sodbrennen oder chronisches Erbrechen führen zu einem Säureangriff auf die Zähne. Finden solche Säureattacken regelmässig statt, führen sie zu einem nicht mehr gut zumachenden Verlust an Zahnschmelz: Zahnschmelz und freiliegendes Dentin lösen sich dabei nach und nach auf. Diesen Vorgang bezeichnet man als Erosion.

Rund ein Drittel der Bevölkerung hat bereits Erosionsschäden. Viele Betroffene wissen aber wenig oder nichts über diesen irreversiblen Abbau der Zahnschmelz. Gerade im Anfangsstadium sind Erosionen für den Laien kaum erkennbar. Die Zahnkanten und Fissuren runden sich, der Zahn wirkt zunehmend durchscheinend und der Schmelz ist matt und stumpf. Eine sichere Diagnose kann nur in der Zahnarztpraxis gestellt werden.

Ein Schutz vor fortschreitender Zahnerosion ist möglich. Neben der Anpassung bestimmter Ernährungsgewohnheiten oder Verhaltensweisen kann durch die Verwendung einer Zinnchlorid-haltigen Zahnpülung der Erosionsprozess aufgehalten werden. Dies zeigt eine aktuelle klinische Studie.

Die neue **elmex® EROSIONSSCHUTZ Zahnpülung** kann einen wirksamen Schutz vor Zahnschmelzverlust gewährleisten. Die Wirkstoffe Zinnchlorid und Aminfluorid führen zur Bildung einer zinnreichen Schutzschicht auf der Zahnoberfläche. Diese schützt den Zahn vor Säureangriffen und macht den Zahnschmelz widerstandsfähiger.

«Der erste, oberflächliche Verlust des Zahnschmelzes stellt sich meist unbemerkt ein», erklärt Dr. Uta Wagner von der elmex® Forschung. «Werden die Zähne in diesem Stadium nicht gegen weitere Erosion geschützt, kann es zu sichtbarem Verlust von Zahnschmelz und Dentin kommen. Das bedeutet auch unschöne Verfärbungen und schmerz-

TIPP

Vorbeugende Massnahmen zum Schutz vor Zahnerosion

Ernährung:

- Konsum von säurehaltigen Getränken und Genussmitteln beschränken
- Säurehaltige Getränke nicht schluckweise zwischendurch trinken, sondern zu den Mahlzeiten
- Längeren Kontakt säurehaltiger Getränke mit den Zähnen, z.B. durch «Spülen» vermeiden
- Wenig abrasive Zahnpasten und weiche Zahnbürsten verwenden
- Bei chronischem Erbrechen: Zähne nicht sofort Putzen, sondern Mund mit Zahnpülung ausspülen

hafte Überempfindlichkeit der Zähne. Besonders säurehaltig sind Softdrinks wie Cola und Eistee oder isotonische Getränke sowie Obst, und hier besonders Zitrusfrüchte.»

NEU



Für weitere Fragen wenden Sie sich bitte an die elmex® Forschung, Tel. 0800 42 22 24.

Herausragender Schutz vor Zahnerosion

Füsse in den Bottich stellen und Wassertemperatur innerhalb von zwanzig Minuten auf 41 bis maximal 42 Grad erhöhen. Nach dem Bad warm verpackt und liegend nachruhen. Bei Bedarf am Folgetag wiederholen.

Alternative Nasenlösungen

Das Informationspotenzial im Bereich der Schnupfenprävention ist gross, zumal viele Patientinnen und Patienten die ersten Anzeichen einer Virusinfektion (Niesen, Jucken) ungenutzt verstreichen lassen, bevor sie um Rat in der Drogerie fragen. Dort wird oft als Erstes ein Sympathomimetikum in Form von Spray, Tropfen, Öl oder Gel abgegeben, um die Schwellung der Nasenschleimhaut zu reduzieren. Was für erwachsene Patienten legitim ist, hat bei Kindern nachteilige Wirkungen: «Das medikamentöse Zusammenziehen der Schleimhautgefässe mit anschliessender Erschlaffung stört den natürlichen Verlauf der Schnupfenheilung», unterstreicht die Basler Kinderärztin und Leiterin der medizinischen Sektion am Goetheanum, **Dr. med. Michaela Glöckler**. «Empfehlenswert sind stattdessen Wasserdampfinhalationen, warme Bäder, das Trinken von heissem Lindenblütentee und Nasenspülungen mit zweiprozentiger Kochsalzlösung. Das bringt die Schleimhäute auf natürliche Weise zum Abschwellen und reinigt die Eingänge der Nasennebenhöhlen.» Bei Säuglingen lassen sich die abschwellenden Nasenmittel nicht immer vermeiden, zu stark wird das Atmen durch den Schnupfen eingeengt. «In diesem Fall sollte man darauf achten, dass das Mittel nur für Säuglinge bestimmt ist, weder Ephedrin noch Menthol enthält und maximal drei bis vier Tage eingesetzt wird», sagt Michaela Glöckler. (Anmerkung: Schnupfenmittel mit Vasokonstri-

toren für Säuglinge sind in der Liste C eingeteilt.) Bei Säuglingen, die gestillt werden, rät die Ärztin zudem, einzelne Tropfen einer einprozentigen Kochsalzlösung oder etwas Muttermilch in die Nasenlöcher des verschupften Kindes zu streichen: «Die Eiweisse und Fette der Muttermilch pflegen die Nasenschleimhaut und vermitteln einen Antikörperschutz.»

Was hilft, ist individuell

Etwas aufwendiger sind Heissluftinhalationen, bei Kleinkindern mit Wasserdampf, bei älteren Kindern und Erwachsenen mit ätherischen Ölen wie Kamille, Kiefernadelöl, Majoranöl, Myrtenöl, Pfefferminze, Eukalyptus, Teebaumöl oder Thymianöl. «Was wirkt, ist ganz unterschiedlich. Man muss ausprobieren», weiss Drogist Beat Lehner. Ein Beispiel: «Manche Kunden reagieren bei einem Schnupfen sehr gut auf Acetylcystein. Bei mir dagegen hilft das nichts. Meine Nase reagiert am raschesten auf einen homöopathischen Schleimlöser, zum Beispiel auf Nelson Sinusit.» Dennoch gibt es einige Mittel, die den Schnupfen fast immer lindern. Dazu gehören laut Beat Lehner lokale Wärmeanwendungen, zum Beispiel mit warmen Leinsamenbeutelchen. Zusätzlich empfiehlt der Emmentaler Drogist abwehrsteigernde Mittel, insbesondere das Trinken von Lindenblütentee und Holundersaft, das Einnehmen von Echinacea-Tinktur, Vitamin C, Zink und Extrakten aus Kapuzinerkresse.

Schnupfentherapie mit Schüssler-Salzen

Einer, der sich besonders oft vor Schnupfenviren schützen muss, ist der Zürcher Schüssler-Therapeut **Jo Marty**: «Mein Beruf bringt es mit sich, dass ich häufig

reise und an meinen Kursen zahlreiche Menschen treffe.» Doch Jo Marty weiss, wie man sich vor einem Schnupfen schützt: «Ich nehme ab Oktober ab und zu eine kleine Messerspitze Natrium bicarbonicum ein. Das baut im Organismus saure Schlacken ab und reduziert die Infektionsgefahr. Zur Abwehrsteigerung nehme ich ausserdem potenziertes Zink.» Melden sich trotzdem einmal Schnupfenzeichen wie Trockenheitsgefühl, Juckreiz oder Niesen, greift Jo Marty zu Ferrum phosphoricum D12: «In einem solchen Fall sollte man alle dreissig Minuten ein bis zwei Tabletten auf der Zunge zergehen lassen. Das hilft meist rasch und zuverlässig.» Einen Fliessschnupfen kann man laut Jo Marty mit Natrium chloratum D6 (Nr. 8) stoppen: «Ein bis zwei Tabletten pro Stunde genügen.» Für die Verflüssigung von zähem Schnupfensekret empfiehlt der Fünfzigjährige dagegen Kalium chloratum D6 (Nr. 4), zum Abschwellen der Nasenschleimhaut Natrium sulfuricum D6 (Nr. 10) und für das Ausheilen eines chronischen Schnupfens Silicea (Nr. 11).

Petra Gutmann

Zum Nachschlagen

Wolfgang Goebel und Michaela Glöckler: **«Kindersprechstunde. Ein medizinisch-pädagogischer Ratgeber. Erkrankungen, Bedingungen gesunder Entwicklung, Erziehungsfragen aus ärztlicher Sicht»**, Verlag Urachaus, 2008, ISBN 978-3-8251-7654-9, ca. Fr. 52.–



Schnupfen- und erkältungsanfälligen Kunden werden Bäder zum Beispiel mit Thymian, Eukalyptus oder Kiefernadeln empfohlen.

«In der Kundenberatung gibts weder Schwarz noch Weiss»

Konfliktbewältigung Im Kundenkontakt sind Konflikte vorprogrammiert.

Eine bewusste Kommunikation kann vieles abfedern. Kommunikationsexperte Urs Saladin über hilfreiche kommunikative Fertigkeiten, bewusste Wahrnehmung und individuelle Kundenbetreuung.



Urs Saladin, welches sind Ihrer Erfahrung nach die häufigsten Fehler von Drogisten punkto Kommunikation?

Urs Saladin: Viele schubladisieren und interpretieren viel zu schnell. Es ist wichtig, jedem Kunden zu zeigen, dass er willkommen ist und dass man individuell auf ihn

eingehen kann. Sicherlich gibt es gewisse Typologien, die auf ähnliche Verhaltensweisen und Motive hindeuten. Ein Kunde, der nachfragt «Sind Sie sicher, dass ...?», braucht kein Referat darüber, was das Produkt sonst noch alles kann. Es reicht, Verständnis für seine Bedenken zu zeigen und ihm die Sicherheit zu geben, ein gutes Produkt zu kaufen und gut beraten zu sein.

Wie entstehen Spannungsfelder mit Kunden, gibt es klassische Muster?

Oft gehen Drogisten nicht auf den Kunden ein. Sie hören dem Kunden nicht richtig zu, lassen ihn nicht ausreden oder zeigen zu wenig Verständnis.

Das birgt Konfliktpotenzial. Handelt es sich um ein Reklamationsgespräch, kommt es selbstverständlich auch auf den Grund an. Häufig fehlt zudem das Gespür dafür, wie viel Zeit einem Kunden zur Verfügung steht. Eine Beratung sollte dem unbedingt angepasst werden. Vieles steht und fällt mit der adäquaten Wahrnehmung: dem gut Zuhören und Nachfragen, dem Verständniszeigen und generell der individuellen Behandlung.

Viele Konflikte mit Kunden entstehen im Rahmen von Reklamationen. Worauf ist zu achten?

Wichtig ist, dass der Berater nicht in eine Rechtfertigungsschleife gerät. Immer wieder bewährt es sich, konkret zu fragen, was passiert ist. Der Kunde soll reden, und der Berater muss gut zuhören und so lange nachfragen, bis er verstanden hat, um was es geht. Hilfreich ist auch, wenn der Drogist Verständnis für den Kunden zeigt, im Sinn von «Ich sehe, dass das unangenehm ist». Diese Faktoren entschärfen eine Situation und helfen, eine sachliche Ebene für die Problemlösung zu finden. Der Kunde muss das Gefühl erhalten, dass sich jemand um das Problem kümmert.

Oft entstehen Spannungen auch unterschwellig. Ein Kunde verhält sich beispielsweise mürrisch oder beleidigend, ohne offensichtlichen Anlass. Was für ein Vorgehen empfehlen Sie da?

Das A und O ist: Sich nicht anstecken lassen. Es ist wichtig, authentisch zu sein sowie freundlich und sachlich zu bleiben.

Zur Person

Urs Saladin (43) ist Ökonom mit Spezialgebiet Kommunikation und Führungsentwicklung. Mehrere Jahre arbeitete er als Kommunikationscoach, bevor er Geschäftsleiter von Achieve Global Schweiz, einem Dienstleister für Mitarbeitertraining, Personal- und Unternehmensentwicklung, wurde. Seit Februar 2010 ist er beim Beratungsunternehmen BDO Visura im Bereich Führung und HR-Management tätig.



Foto: Sandra Hallauer

«In vielen Drogerien wird zwar auf das Prozessmanagement geachtet, doch was die Kommunikation betrifft, da macht jedes Teammitglied, was es für richtig hält.»

Urs Saladin, Ökonom mit Spezialgebiet Kommunikation und Führungsentwicklung

Manchmal sollte man auf «Durchzug» schalten, ohne dass der Kunde es merkt, und sich bewusst machen, dass es nicht um die eigene Person geht. Wenn man dem Kunden echte Aufmerksamkeit schenkt, wird die Situation oft entschärft und der Kunde verlässt das Geschäft mit einem guten Gefühl.

Was für einen Einfluss hat die Unternehmensphilosophie auf das Verhalten der Mitarbeiter?

Grundsätze, die vom Geschäft festgelegt werden, sind sehr wichtig. Diese müssen aber auch gelebt und nach denen sollte auch geführt werden. In vielen Drogerien wird zwar auf das Prozessmanagement geachtet, doch was die Kommunikation betrifft, da macht jedes Teammitglied, was es für richtig hält. Das ist schade. Meistens wird dort, wo sich der Kunde wohlfühlt, von der Führung eine überzeugende Kommunikationsphilosophie vorgelebt.

Es gibt ja ganz verschiedene Kommunikationstechniken. Welche Methoden bewähren sich?

Es gibt Hunderte Methoden, doch die

wahre und richtige gibt es nicht, denn in der Kundenberatung gibt es weder Schwarz noch Weiss. Ich brauche eine Gesprächsstruktur, die ich im Hinterkopf habe und an der ich mich orientiere, die ich jedoch bei jedem Kunden individuell ergänze. Es ist sehr unangenehm, wenn ein Kunde das Gefühl bekommt, ein Berater habe alles auswendig gelernt. Auch hilft es wenig, wenn ein Drogist seine Mitarbeiter anhält, mehr auf die Kunden einzugehen. Es sollten konkrete Anhaltspunkte vermittelt werden. Ein Geschäftsführer sollte sich also mit diversen Methoden auseinandersetzen, sich für eine entscheiden und diese dann auch seinen Mitarbeitern vorleben und vermitteln, ohne zu «uniformieren».

Wie findet man die persönlich geeignete Methodik?

Die Methodik soll einfach und praktisch sein und konkrete Handlungsanweisungen beinhalten: Was ich wann machen muss, was konkret mir in einer bestimmten Situation hilft. Und wie ich das umsetzen kann. Praxisbezogene und pragmatische Ansätze bewähren sich. Es gibt Tausende von Büchern über Kommuni- ▶

Das Einmaleins der unzufriedenen Kunden

- Es kostet durchschnittlich 5-mal so viel Zeit, einen neuen Kunden zu gewinnen, wie einen vorhandenen Kunden zu halten.
- Im Durchschnitt wird ein unzufriedener Kunde 8 bis 16 Kunden von seiner Unzufriedenheit erzählen. 10 Prozent der unzufriedenen Kunden werden mehr als 20 anderen Personen von den schlechten Erfahrungen berichten.
- 91 Prozent der unzufriedenen Kunden kehren niemals zurück.
- Bis zu 90 Prozent der Kunden, die ihre Geschäfte nun anderweitig abwickeln, berichten, dass sie bis zum für den Wechsel ausschlaggebenden Erlebnis mit ersterem Geschäft zufrieden gewesen sind.

Quelle: Achieve Global

«Jouer en demi-teintes»

Expert en communication, Urs Saladin nous livre quelques pistes utiles en matière de service personnalisé à la clientèle.

Quelles sont les erreurs les plus courantes en matière de communication?

Urs Saladin: Beaucoup de gens tendent à interpréter et cloisonner trop vite. Il est important de signaler à chaque client qu'il est le bienvenu et qu'on va être attentif à ses besoins individuels. Il existe sans doute certaines typologies avec des schémas de comportement similaires. Un client qui demande «Vous êtes certain que...?» n'a pas besoin d'un long exposé sur les vertus secondaires d'un produit donné. Il suffit de lui montrer que l'on comprend ses préoccupations et de lui donner l'assurance d'acheter un bon produit et d'avoir été bien conseillé.

Comment surviennent les tensions avec les clients, y a-t-il un schéma caractéristique?

Souvent, les droguistes ne se mettent pas suffisamment à l'écoute du client. Ils ne le laissent pas finir de parler ou ne lui montrent pas assez de compréhension. Il y a là un potentiel de conflit. S'il s'agit d'une réclamation, tout dépend bien entendu du motif. Souvent, le droguiste ne se rend pas compte du temps dont dispose le client, or un entretien conseil devrait absolument en tenir compte.

Dans quelle mesure la philosophie d'entreprise influence-t-elle sur l'attitude des collaborateurs? Quelles méthodes de communication ont-elles fait leurs preuves? Pour le savoir, découvrez l'intégralité de l'interview qu'Urs Saladin nous a accordée sur *d-inside*. drogoserver.ch/inside.pdf – cliquez ensuite sur la colonne et l'article en français s'affichera automatiquement.

kationstheorien und -methoden. Doch viele lassen sich in der Praxis nur schwer umsetzen. Ein paar Schlüsselfertigkeiten reichen oft aus. Aus meiner Sicht ist das Fragenstellen, ohne dem Kunden das Gefühl zu geben, ausgefragt zu werden, das A und O eines guten Beratungsgesprächs. So kann ich die wahren Kaufmotive meiner Kunden eruieren und gleichzeitig eine für den Kunden optimale Lösung respektive ein Produkt verkaufen. Durch Anerkennen und Bestätigen zeige ich dem Kunden, dass ich ihn ernst nehme und ihn verstanden habe.

Ein Drogerieinhaber oder -geschäftsführer soll sich also informieren, einige wenige Grundsätze aufstellen und diese vorleben?

Ja, das ist ein einfaches Rezept und ein guter Ansatz. Viele sagen sicherlich auch: Logisch, mach ich ja den ganzen Tag.

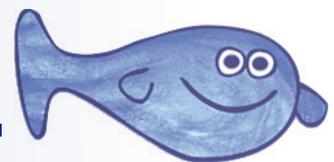
Aber viele Führungskräfte meinen irrtümlich, dass sie dies tun, haben also eine falsche Selbstwahrnehmung. Es gilt, sich bewusst zu werden und zu unterscheiden: Was ist meine Absicht, wie verhalte ich mich, und wie wirke ich. Ich stelle immer wieder fest, dass Absicht und Wissen da sind, aber es dann am Verhalten und an der Wirkung hapert. Wir müssen uns immer wieder vor Augen führen, dass es nicht die Absicht des Verkaufspersonals ist, die beim Kunden einen bleibenden Eindruck hinterlässt, sondern ausschliesslich die Wirkung. Als Geschäftsführer muss ich mich regelmässig ein Stück weit aus dem alltäglichen Arbeitsprozess nehmen und mich bewusst diesen Fragen stellen. Ich bin davon überzeugt, dass dies ein grosser Beitrag zum Erfolg eines Unternehmens ist.

Sandra Hallauer

Zum Nachschlagen

- Wolfgang H. C. Junge, Martina Junge: «**Kundengespräche souverän meistern**», Gabler Verlag, 2003, ISBN 978-3-409-29580-2, ca. Fr. 51.–
- Karl Berkel: «**Konflikttraining – Konflikte verstehen, analysieren, bewältigen**», Verlag Recht und Wirtschaft, 2008, ISBN 978-3-8005-7339-4, ca. Fr. 22.–
- Friedrich Glasl: «**Selbsthilfe in Konflikten – Konzepte, Übungen, Praktische Methoden**», Verlag Freies Geistesleben, 2007, ISBN 978-3-7725-1590-3, ca. Fr. 57.–

Fühlen Sie sich wie ein Fisch im Wasser...



Hochkonzentrierte Omega-3 Fettsäuren

Ein wichtiger Beitrag zur Gesundheit - für ganze Familie



MINAMI NUTRITION

Für jede Lebensphase die richtige Dosierung
1 Kapsel täglich genügt



MINAMI NUTRITION Produkte sind ECO-zertifiziert:
Umweltfreundliche Herstellung (ohne chemische Lösungsmittel)
Nachhaltiger Fischfang (keine vom Aussterben bedrohte Fischarten)

www.minami-nutrition.ch

Interdelta SA, 1762 Givisiez www.interdelta.ch



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

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

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.

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



Ein jahrelang verborgenes und dann plötzlich aktives Virus

Herpes Ein Tag an der Sonne, ein Schluck aus der Wasserflasche, Knatsch mit dem Partner, und schon macht sich ein leises Kribbeln an den Lippen bemerkbar. Wer immer wieder unter Fieberblasen leidet, sollte das Problem gleichzeitig von mehreren Seiten her angehen.



Foto: Flavia Trachsel

Der erste Kontakt mit dem Herpes-simplex-Virus, der meistens im Kleinkindalter durch Tröpfcheninfektion, Kontaktinfektion (Bläscheninhalt), Schmierinfektion (Stuhl) oder bei der Geburt stattfindet, bleibt in der Regel symptomlos. Obschon sich das Virus in den Hautzellen vermehrt, kommt es nicht zu einem Fieberblasenschub. Das Virus wandert erst mal über die sensorischen Gesichtsnerven ins Nervensystem, wo es unter Umständen jahrelang verharrt. Dann, von einem Moment auf den anderen, wird das Virus plötzlich aktiv. Die auslösenden Faktoren variieren von Mensch zu Mensch. Zu den wichtigsten gehören fiebrige Erkrankungen, Sonne, Kälte, trockene Luft, Menstruation, Schwangerschaft, Infektionen, Hautverletzungen, Medikamente oder stressige Situationen.

Gut zu wissen

Bereiten Sie sich auf die Fragen Ihrer Kunden vor: **Herpes** steht auch im *Drogistenstern* vom Januar/Februar im Zentrum.

Ist das Virus aktiviert, wandert es über die sensorischen Nervenbahnen in die Hautzellen der Lippen und vermehrt sich dort. Diesen Prozess fühlen Betroffene als leichtes Brennen und Kribbeln unter der Haut. Schon wenige Stunden später setzen die Zellen das Virus frei, sichtbar in Form von Bläschen, Knötchen und Rötungen an den Lippen. Während zwei bis vier Tagen sind die Bläschen mit Eiter und Flüssigkeit gefüllt. Danach verkrustet die befallene Hautstelle, die Viren ziehen sich zum Nervenzellknoten (Ganglion) zurück, die Haut verschorft und heilt. Insgesamt dauert dieser Prozess etwa zehn Tage.

Ein Symptom, viele Ursachen

Bei rund 300 000 Schweizerinnen und Schweizern kommt es mindestens einmal pro Jahr zu einem Fieberblasenschub. Viele von ihnen trifft der Bläschenauschlag allerdings nicht ganz unvorbereitet. Sie befinden sich in Situationen, in denen die Nerven blank liegen, sind ohnehin oft erkältet, schaffen es vor lauter Arbeit kaum mehr als zehn Minuten pro Tag an die frische Luft. Sie waren am Wochenende zum Skifahren, ohne die Lippenpomade mit Lichtschutzfilter einzupacken, oder

haben die ganze Woche kaum mehr als fünf Stunden pro Nacht geschlafen. Wer immer wieder unter Fieberblasen leidet und nicht mehr bereit ist, dies auch weiterhin zu erdulden, tut gut daran, seinen Lebenswandel zu überprüfen.

Wenn es die Situation erlaubt, können Sie Ihre Kunden mit einer dieser Fragen überraschen. Der Kunde muss dabei aber merken, dass Ihnen sein Wohlergehen am Herzen liegt:

In welchen Situationen bekommen Sie Fieberblasen? Gibt es gemeinsame Nenner? Was lässt Ihre Abwehrkräfte immer wieder «entgleisen»?

Wenn sich die Betroffenen selber beobachten, erkennen sie oft sehr klar, was schiefläuft.



Beratung hilft:
Denn der Ausbruch des gängigsten Herpes-Virus liesse sich oft einfach vermeiden.

Haben Sie im Moment viel um die Ohren? Was tut Ihnen jeweils gut in stressreichen Zeiten? Welches Anzeichen signalisiert, dass der Höhepunkt der Stresssituation beinahe erreicht ist und Sie sich dringend einmal wieder einen Moment für sich reservieren müssen?

Stress kann das Immunsystem schwächen und Rückfälle begünstigen. Neben Meditations- und Entspannungstechniken helfen massvolles Sporttreiben, Bäder oder entspannende Musik.

Wie gut sind Sie mit allen wichtigen Nährstoffen versorgt? Können Sie Ihren erhöhten Bedarf allein durch die Ernährung decken?

In strengen Zeiten verbraucht der Körper grössere Mengen an Vitaminen und Mineralstoffen. Doch kommt die ausgewogene, vollwertige Ernährung gerade in Stresssituationen gerne zu kurz.

Wie ist Ihre Verdauung?

Die Darmgesundheit hängt eng mit dem Immunsystem zusammen. Der Aufbau der Darmflora stärkt indirekt das Immunsystem.

Wann haben Sie das letzte Mal herzhaft gelacht?

Auch die Psyche hat einen grossen Einfluss auf die Abwehrkräfte. Wer guter Dinge ist, wird weniger krank und entlastet gleichzeitig die Nerven.

Wirkstoffe zur äusserlichen

Anwendung

Das Ziel einer Fieberblasentherapie ist es, die Vermehrung der Viren in den Hautzellen zu bremsen, die Heilung zu beschleunigen und den Fieberbläschenschub zu verkürzen. Bei den lokal an-

wendbaren Produkten stehen den Kunden folgende Wirkstoffe zur Auswahl:

- **Aciclovir** sowie das neuere Penciclovir dringen in die infizierten Hautzellen ein und hemmen die Produktion von neuen Viren, indem sie in die DNA-Synthese eingreifen. Die Anwendung richtet sich nach der Regel fünf mal fünf: Zu Beginn des ersten Kribbelns jeweils fünfmal täglich auftragen, dies vor allem während der ersten fünf Tage.
- **Zinksulfat** trocknet die Haut aus, wirkt adstringierend und hemmt die weitere Ausbreitung der Herpesviren. Es verbessert die Wundheilung und verhindert das Anheften und Eindringen von Viren in die gesunden Körperzellen. Eine Kombination mit Heparin-Natrium kann die virenhemmende Wirkung verstärken. Anwendung: Vom ersten Moment an bis zum vollständigen Abheilen der Fieberblasen mehrmals täglich auftragen.
- **Extrakte aus Melissenblättern** enthalten Gerbstoffe, die adstringierend und antiphlogistisch wirken. Dadurch wirkt der Pflanzenextrakt virenhemmend und wundheilungsfördernd. Die frühzeitige und regelmässige Anwendung kann die Infektion verringern oder gar verhindern. Anwendung: Vom ersten Anzeichen an bis zum vollständigen Abheilen der Fieberblasen mehrmals täglich auftragen.
- **Salbeixtrakt** in Kombination mit Rhabarberwurzel wirkt desinfizierend, entzündungswidrig und antiviral. Vom ersten Anzeichen an bis zum vollständigen Abheilen der Fieberblasen mehrmals täglich auftragen. ▶

Verschiedene Herpes-Typen

Beim Stichwort Herpes denken die meisten Leute an die Fieberbläschen an den Lippen. Das liegt daran, dass das *Herpes-simplex-Virus* das gängigste Virus in der Herpes-Familie ist. Rund 90 Prozent aller Schweizer tragen es in sich. Etwa 20 Prozent der Bevölkerung sind Träger des *Herpes-simplex-Virus Typ 2*. Wird dieser Erreger aktiv, löst er Fieberblasen im Genitalbereich aus. Beide Viren übertragen sich durch Schleimhautkontakt beim Küssen oder beim Geschlechtsverkehr von einem Menschen auf den anderen. Deshalb können beide Formen an beiden Orten vorkommen. In der Regel ist der HSV-Typ 1 aber «oben» und der HSV-Typ 2 «unten» anzutreffen. Ebenfalls zur Herpes-Familie gehören Viren, die das Pfeiffersche Drüsenfieber, die Gürtelrose und die Windpocken auslösen.

Un virus latent qui se manifeste brusquement

Près de 300 000 Suisses souffrent au moins une fois par année d'une crise herpétique. Laquelle ne survient généralement pas tout à fait à l'improviste. Les personnes concernées ont les nerfs à vif, s'enrhument pour un rien, travaillent tant qu'elles n'ont même plus le temps de passer dix minutes par jour au grand air, ne dorment guère que cinq heures par nuit... Et vont skier le week-end sans emporter de pommade labiale avec filtre solaire. Les personnes qui souffrent de poussées récurrentes et n'entendent plus les subir passivement devraient commencer par s'interroger sur leur mode de vie.

Si la situation le permet, vous pourriez surprendre vos clients en leur posant quelques questions.

Dans quelles situations avez-vous des boutons de fièvre? Y a-t-il un point commun? Qu'est-ce qui affaiblit régulièrement vos défenses naturelles?

Si la personne s'observe elle-même, elle sait généralement ce qui peut la perturber.

Vous sentez-vous débordé en ce moment? Qu'est-ce qui vous fait du bien en période de stress? Qu'est-ce qui indique que la période de stress va atteindre son paroxysme et que vous avez impérativement besoin d'un peu de temps pour vous-même?

Le stress peut affaiblir le système immunitaire et donc favoriser les poussées d'herpès.

Pour savoir quelles **autres questions** vous pouvez poser à vos clients, connaître les **principes actifs** les plus efficaces pour lutter contre les **boutons de fièvre** et les moyens de favoriser la **guérison** de l'intérieur, rendez-vous sur d-inside.drogoser-ver.ch/inside.pdf – cliquez ensuite sur la colonne et l'article en français s'affichera automatiquement.

- **Teebaumöl** wirkt stark entzündungshemmend und bekämpft Bakterien, Pilze und Viren. Zur Anwendung das Öl unverdünnt auf ein Wattestäbchen (nur einmal verwenden) geben und die Fieberblasen betupfen. Oft ist Teebaumöl auch bereits in Produkten enthalten.
- **Herpespflaster** binden Flüssigkeit und bilden ein Wundheilungsmilieu, in dem die Fieberblasen ohne Schorfbildung abheilen können. Das Pflaster umschliesst die Fieberblasen vollständig. Dadurch wird die Verbreitung von Viren verhindert.

Den Heilungsprozess innerlich unterstützen

Innerlich bietet vor allem die Naturheilkunde wertvolle Produkte, deren Wirkungen den Heilungsprozess unterstützen und beschleunigen können:

- **Lysin** ist eine Aminosäure, die – in grossen Mengen eingenommen – das Viruswachstum hemmt. Der Gegenspieler von Lysin ist Arginin. Kommt Arginin (enthalten in Nüssen, Schokolade, Gelatine, Rosinen) in grösseren Mengen vor, wird das Wachstum der Viren vermehrt. Anwendung: Beim ersten Anzeichen einer Fieberblase dreimal täglich ein Gramm Lysin einnehmen. 0,5 Gramm täglich zum Vorbeugen gegen Rückfälle.
- **Rhus toxicodendron** (Giftsumach) als homöopathisches Mittel wirkt bei Bläschenbildung mit heftigem Bren-

nen und Jucken sowie bei Neuralgien. Herpes simplex als homöopathischer Potenzakkord kann im Akutfall dreimal täglich sowie zur Verhütung von Rückfällen einmal pro Monat während sechs Monaten eingenommen werden.

- **Hypericum** (Johanniskraut) stärkt die Nerven und reduziert unterstützend zu den virushemmenden Mitteln die gesamte stressbedingte Belastung. Die Heilpflanze gilt aufgrund ihrer Wirkstoffsumme (vor allem Hypericin) als «lichtbringende» Pflanze bei leichten depressiven Verstimmungen.
- **Echinacea** (Roter Sonnenhut) enthält hochmolekulare Polysaccharide und Alkylamide. Aufgrund dieser Inhaltsstoffe erhöht sich bei regelmässiger Einnahme die Anzahl der weissen Blutkörperchen und der Milzzellen. Gleichzeitig wird die Phagozytoseleistung der Granulozyten aktiviert. Sind die Abwehrkräfte schwach, hat das Herpes-labialis-Virus freie Bahn.

Wann zum Arzt?

Schicken Sie die Betroffenen zum Arzt, wenn sie gleichzeitig unter Fieberschüben oder Muskelschmerzen leiden, wenn die Genitalien, die Augen oder ganze Körperflächen betroffen sind oder wenn es sich um Kinder, Säuglinge oder schwangere Frauen handelt.

Sabine Hurni

Anti-Herpes-Tipps für die Kunden:

- Vor und nach dem Eincremen der Bläschen die Hände mit Seife waschen
- Bläschen nicht verletzen oder aufdrücken
- Bläschen nicht überschminken
- Kontaktlinsen vor dem Einsetzen nicht mit Speichel benetzen
- Küssen sowie Oralsex vermeiden
- Besteck und Handtücher nicht mit anderen teilen
- Besondere Vorsicht im Umgang mit Babys: Nicht küssen, Abschlecken von Nuggi, Löffel etc. vermeiden

Zum Nachschlagen

Elvira Bierbach:
«Naturheilpraxis Heute»,
 Verlag Urban & Fischer, 2009,
 ISBN 978-3-437-55243-4,
 ca. Fr. 140.–



Hypericum (Johanniskraut), Echinacea (Roter Sonnenhut) und Rhus toxicodendron (Giftsumach) unterstützen den Heilungsprozess innerlich.



3. Drogerie-Marketing-Event

**Sind Sie im Marketing in der Pharmabranche im Drogeriekanal tätig?
Wenn ja, erweitern Sie an diesem Abend Ihr Netzwerk und Ihr Wissen.**



22. Februar 2010
Dübendorf, 19.⁰⁰ Uhr

3. März 2010
Bern, 19.⁰⁰ Uhr

Programm

- ▶ **Der SDV legt Grundsteine für die Zukunft**
Das Zusammenspiel von Politik, Ausbildung und Kommunikation
Michael Severus, Leiter Verkauf & Sponsoring
- ▶ **Kommunikation mit Spitzentiteln**
Durch uns werden Sie von allen gehört – lassen Sie sich überraschen,
wie klangvoll unsere Medien sein können...
Nadia Bally, Verkauf & Sponsoring
- ▶ **Vom guten Ruf der Drogerien profitieren**
So setzen die Drogerien die Imagekampagnen des Verbandes um – und so
profitieren unsere Partner aus der Industrie davon
Anania Hostettler, Leiterin Marketing
- ▶ **Diskussion beim Apéro**

Wir freuen uns, Sie direkt in der Drogerie zu begrüßen.

Anmeldung

Ja, ich bin am 3. Drogerie-Marketing-Event dabei (Zutreffendes bitte ankreuzen)



22. Februar 2010, 19.⁰⁰ Uhr, Drogerie Spillmann in Dübendorf

3. März 2010, 19.⁰⁰ Uhr, Droga Drogerie Burri in Bern

| | |
|----------------|-----------|
| Firma | |
| <hr/> | |
| Name / Vorname | Funktion |
| <hr/> | |
| Strasse | PLZ / Ort |
| <hr/> | |
| Telefon | E-Mail |
| <hr/> | |

Anmeldung bitte faxen an 032 328 50 41 oder per E-Mail an n.leuenberger@drogistenverband.ch

(Anmeldeschluss: 10. Februar 2010, die Teilnehmerzahl ist beschränkt)

Für weitere Fragen: Schweizerischer Drogistenverband, Postfach 3516, 2500 Biel 3, Tel. 032 328 50 30, E-Mail: info@drogistenverband.ch

Mehr Wissen



Frauen-Gesundheitsbuch

«Wir sind anders», heisst das erste Kapitel dieses Buches. Es zeigt auf, wie sich Frauen von Männern hinsichtlich Anatomie, Umgang mit Krankheiten, Verhalten und Intelligenz unterscheiden. Auf den folgenden rund 350 Seiten erklären die Herausgeberin Dr. Sarah

Jarvis und ein Team erfahrener Ärztinnen den weiblichen Organismus, seine Systeme und Veränderungen. Die Autorinnen beschreiben körperliche und seelische Krankheiten und liefern im übersichtlichen Ratgeber Symptom-Checks und Selbsthilfemassnahmen.

Sarah Jarvis:

«**Frauen-Gesundheitsbuch**»
Dorling Kindersley Verlag, 2009
ISBN 978-3-8310-1494-1
ca. Fr. 37.–



Was Männer bewegt

Die Fakten in diesem Sachbuch für Männer basieren auf Studien, die in der medizinischen Literatur veröffentlicht und vom Autor kritisch hinterfragt worden sind. Das Buch behandelt Themen der Männergesundheit wie Erektion, Fruchtbarkeit, Prostatabeschwerden und

Sexualität im Alter. «Vor allem aber soll Ihnen dieses Buch das Thema Mann und Männergesundheit unterhaltsam und kurzweilig näherbringen», schreibt der Autor im Vorwort. Der Autor, Privatdozent Dr. med. André Reitz, ist Facharzt für Urologie. Er lebt und arbeitet in Heidelberg und Zürich.

André Reitz:

«**Vom Bauchnabel abwärts. Das Gesundheitsbuch für den Mann**»
S. Hirzel Verlag, 2007
ISBN 978-3-7776-1460-1
ca. Fr. 42.–



Moderne Säure-Basen-Medizin

Dieses Buch liefert aktuelles und wissenschaftlich fundiertes Wissen zu Physiologie, Diagnostik und Therapie in der Säure-Basen-Medizin, veranschaulicht durch 50 Abbildungen und 17 Tabellen. Neue (patho-)physiologische Erkenntnisse vertiefen das Verständnis über

Wirkmechanismen. Die Analytik ist praxisnah dargestellt und darauf ausgerichtet, für den Leser selbst latente Dysbalancen im Säure-Basen-Haushalt erfassbar zu machen. Der Praxisteil enthält umfassende Therapiekonzepte für bewährte Indikationen. Das Buch ist auch als E-Book erhältlich.

John van Limburg Stirum:

«**Moderne Säure-Basen-Medizin**»
Hippokrates Verlag, 2008
ISBN 978-3-8304-5387-1
ca. Fr. 68.–



Unterschätztes Element Eisen

Der Basler Internist Dr. Beat Schaub konnte nachweisen, dass Menschen auch dann schon unter Eisenmangelsymptomen leiden können (aber nicht müssen), wenn bei ihnen noch keine Anämie vorliegt. Seine gezielte Forschung in der Hausarztmedizin bildet die Basis für die Beschreibung des

Eisenmangelsyndroms sowie die Erarbeitung eines Diagnostik-, Therapie- und Präventionskonzepts. Im Aufklärungsbuch und Ratgeber macht der Arzt, der in Binningen bei Basel das erste ärztliche Eisenzentrum leitet, seine Erkenntnisse für Betroffene, Interessierte, Ärzte und Wissenschaftler zugänglich.

Stephan Schaub:

«**Das unterschätzte Element. Die Wiederentdeckung des Eisenmangelsyndroms**»
Aude curare Verlag, 2009
ISBN 978-3-9523367-1-7
ca. Fr. 19.–

En savoir plus



Combattre l'acidité

Les droguistes le savent bien: la santé est un équilibre instable qui doit être reconquis sans cesse. Toute perte d'équilibre engendre des troubles organiques. De nos jours, en raison de nos habitudes alimentaires et de notre mode de vie, l'équilibre acido-basique est souvent rompu et nous tendons

vers l'acidification de l'organisme. Or l'acidification du terrain est la source de très nombreux troubles. Avec un test, des listes d'aliments acidifiants et alcalinisants ainsi qu'une présentation de compléments basiques, ce guide complet propose des moyens d'action simples et efficaces pour préserver santé et vitalité.

Christopher Vasey
«L'équilibre acido-basique. Source de bien-être et de vitalité»
Jouvence 2009
ISBN 9782883535817
Fr. 25.–



Présence sur la toile

Quel que soit son domaine d'activité, une entreprise se doit aujourd'hui d'être présente sur la toile. Pour s'y déployer, elle doit présenter une offre intelligible, une navigation conviviale et adopter les méthodes du marketing direct: des actions de promotion qui conjuguent respect des droits et

attentes des internautes. La 3^e édition de cet ouvrage de référence vous donne toutes les clés pour réussir votre présentation. Avec des outils pratiques sur les thématiques incontournables, comme le référencement ou le marketing mobile, et toutes les clés pour se vendre et vendre sur internet.

Pascal Lannoo, Corinne Ankri
«e-marketing et e-commerce»,
Vuibert 2009
ISBN 9782711764310
Fr. 52.70

Die einzigartige Wirkungsweise Spenglersan – einfach sanft!

Spenglersan Therapie bei Schnupfen



Spenglersan
Virus Influenzae comp.
Nasenspray à 15 ml

Homöopharm AG · 4702 Oensingen
Distribution Swiss

homöopharm HOMÖOPATHIE
PHYTOTHERAPIE

Ein kleines Wunder

Gestillte Kinder sind optimal mit allem versorgt, was sie brauchen. Doch nicht jeder Mutter ist es möglich, ihr Kind zu stillen. Sie ist auf Säuglingsnahrung angewiesen, die höchste Qualitätsansprüche erfüllt.

Die natürlichste Milchquelle für den Säugling ist die Muttermilch. Sie ist jederzeit verfügbar, weder zu kalt noch zu heiss und enthält wertvolle Nährstoffe, die das Kind in den ersten Monaten braucht. Gleich nach der Geburt ist die Muttermilch reich an wichtigen Immunstoffen, die für die Entwicklung des Abwehrsystems wichtig sind. Dann wird die Milch von Tag zu Tag sättigender und passt sich ständig den wandelnden Bedürfnissen des Säuglings an. Neben dem Kontakt zwischen Mutter und Kind und Geborgenheitsgefühl vermittelt die Muttermilch auch einen Beitrag zum späteren Essverhalten. Die Milch schmeckt nach den Speisen, welche die Mutter zu sich genommen hat. Dadurch lernt der Säugling die geschmackliche Vielfalt der Familienkost kennen und entwickelt bereits in den ersten Lebensmonaten eine Toleranz gegenüber Speisen, die er bis zu diesem Zeitpunkt noch nicht kennt.

Nur das Beste für die Kleinsten

So praktisch und sinnvoll die Muttermilch auch ist: Nicht alle Mütter können gleich lang und

gleich gut stillen. Reicht die Milchmenge nicht aus, müssen die jungen Mütter auf Schoppen-nahrung ausweichen. Damit sich der Geschmackssinn des Säuglings trotzdem möglichst gut entwickeln kann, ist bei der Säuglingsmilch auf höchste Qualität zu achten. Sie soll ausschliesslich natürliche Geschmackskomponenten beinhalten und frei sein von jeglichen Farb-, Zucker- und Aromastoffzusätzen sowie Konservierungsstoffen. Die Herstellung ebensolcher Säuglingsnahrung bestimmt seit über 75 Jahren die Firmenphilosophie von Holle baby food. Einst als Kleinunternehmen in Arlesheim entstanden, entwickelte sich Holle baby food zu einem mittelständischen Familienunternehmen, das seine Produkte international in über 35 Ländern verkauft. Wenn immer möglich, werden die Rohstoffe unter den Kriterien des biologisch-dynamischen Landbaus erzeugt, das bedeutet:

- Natürliche Kreislaufbewirtschaftung, die das Zusammenwirken von Tier, Boden und Umwelt mit einbezieht
- Qualität statt Quantität, Vielfalt statt Monokultur

- Artgerechte Tierhaltung
- Verzicht auf Tierhormone und Wachstumsregulatoren
- Natürlicher Kompost statt Kunstdünger
- Verzicht auf alle chemischen Dünger und Pflanzenschutzmittel
- Keine chemischen Zusätze bei der Verarbeitung

Die strengen Richtlinien der Demeter-Zertifizierung gehen weit über den Verzicht auf Pestizide hinaus. Vielmehr steht Demeter für eine ganzheitliche Produktion, in der die Beziehungen zwischen Pflanze, Tier und Mensch als Einheit betrachtet werden. Auch kosmische Einflüsse finden Beachtung. Aufgrund vieler Faktoren – von der Viehpflege über den Anbau bis hin zur schonenden Düngung und der damit verbundenen geringen Nitratbelastung der Böden – sind Geschmack und Nährstoffgehalt optimal, was insbesondere Säuglingen und Kleinkindern zugute kommt.



Bilden Sie sich weiter!

Gewinnen Sie tolle Preise bei der **Holle-Schulung**. Lesen und bewahren Sie diese Seite mit dem ersten Teil der Schulungsserie auf. Mit dem nächsten *d-inside* werden Sie die folgenden zwei Teile sowie die Wettbewerbsfragen erhalten.



System Mensch – komplex und faszinierend

Ausbildung Vom 11.– 14. April 2010 findet das SchulungsForum an der ESD in Neuenburg statt. Ganz neu im Programm ist eine Vorabendveranstaltung zum Thema «Die Homöopathie wird wissenschaftlich fassbar».



Das jährlich stattfindende SchulungsForum in Neuenburg widmet sich dieses Jahr dem komplexen «System Mensch». Thematisiert werden dabei verschiedene Aspekte des Stoffwechsels und der Organe, aber auch verkaufstechnische Aspekte wie das Category Management oder das Guerilla-Marketing kommen nicht zu kurz.

Noch mehr profitieren

Neu können Sie als Besucher/-in des SchulungsForums Ihr Modul auf Ihre Bedürfnisse abgestimmt zusammenstellen. Das heisst, Sie sind nicht mehr an ein festes Tagesprogramm gebunden sondern können jede Lektion, die Sie besuchen wollen, selbst auswählen.

Brandaktuell

Am Montag, dem 12. April 2010, findet im Anschluss an die Nachmittagslektionen eine interessante und informative Abendveranstaltung zum Thema «Die Homöopathie wird wissenschaftlich fassbar» statt. Dabei werden die Zuhörer/-innen vom Berner Uni-Dozent Dr. Stephan Baumgartner einen Überblick über die klinischen Studien sowie einen Einblick in die Grundlagenforschung erhalten und können die aktuellen Theorien diskutieren.

Sie werden das vollständige Programm sowie das Anmeldeformular Ende Januar in Ihrer Drogerie erhalten.

Lassen Sie sich von der Vielfalt der Themen überraschen und melden Sie sich gleich an. Wer weitere Kursprogramme wünscht, kann diese direkt an der ESD, Rue de l'Évole 41, 2000 Neuchâtel, 032 717 46 00, t.althaus@drogistenverband.ch bestellen.

Le forum de formation 2010 aura lieu du 11 au 14 avril à l'ESD de Neuchâtel. La formation s'intéressera au «système humain – un complexe fascinant». Au programme, des cours sur le métabolisme et les organes ainsi que sur différents aspects du category management. Vous recevrez le programme détaillé fin janvier dans votre droguerie. Vous pouvez commander des programmes supplémentaires à l'adresse: ESD, Rue de l'Évole 41, 2000 Neuchâtel, 032 717 46 00, t.althaus@drogistenverband.ch.

Folgende Sponsoren unterstützen das SchulungsForum:



Online-Umfrage Sondage en ligne

Wie hat sich Ihr Umsatz im 2009 entwickelt?

Sagen Sie uns Ihre Meinung auf:
www.d-flash.ch/umfrage

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

Comment votre chiffre d'affaires a-t-il évolué en 2009?

Donnez-nous votre avis sur:
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.)

Ergebnisse der letzten Umfrage

Was erwarten Sie vom diesjährigen Weihnachtsgeschäft?



- 13% Sehr gute Umsätze, das Weihnachtsgeschäft hat hervorragend begonnen.
- 32% Gute Umsätze, das Weihnachtsgeschäft lässt sich gut an.
- 41% Ich weiss nicht so recht. Etwa denselben Umsatz wie letztes Jahr.
- 14% Ganz klar: schlechtere Umsätze als im letzten Jahr.

Résultat du dernier sondage

Comment pensez-vous que les affaires vont marcher pour vous à Noël?



- 13% Très bien, les affaires marchent déjà très fort.
- 27% Bien, les affaires marchent bien.
- 40% Je n'en sais trop rien. A peu près comme l'an passé.
- 20% C'est sûr: moins bien que l'an passé.



Flash

www.drogerie.ch

Der Insertionsschluss für die nächste Ausgabe ist am 3. Februar 2010

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

Stellenangebote

Für unsere kleine Center Drogerie in Arbon am schönen Bodensee suchen wir per

sofort oder nach Vereinbarung

eine/n Drogist/in 50%

Sie sind motiviert, aufgestellt, flexibel und verfügen über ein grosses Wissen im Bereich Naturheilmittel (Spagyrik, Bachblüten und Schüsslersalze).

Insbesondere schätzen sie den Kontakt zu unseren verschiedensten Kundentypen, dann sind SIE bei uns genau richtig!

Wir freuen uns auf ihre schriftliche Bewerbung an Metropol Drogerie, Sonja Bisang, Bahnhofstr. 49, 9320 Arbon.

Bei Fragen wenden Sie sich bitte an Frau Sonja Bisang.

METROPOL
DROGERIE
METROPOL-CENTER 9320 ARBON 071 446 40 90

swidro
zusammen erfolgreich

SDV: Neue Drogeriemitglieder

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

Sektion: ZS

Drogerie Schaller Nachfolger Christian Meister
Rothenburgstrasse 1, 6020 Emmenbrücke

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

Drogist/in 100% - Köniz bei Bern

ab sofort oder nach Vereinbarung

Wir suchen auf sofort eine/n fachkompetente/n Drogistin oder Drogisten. Ein Schwerpunkt unserer Drogerie sind **Hauspezialitäten**, die durch uns selbst hergestellt werden und bei unserer Kundschaft überregional bekannt sind.

Haben Sie gute Kenntnisse in Homöopathie, Spagyrik, Frischpflanzentropfen, Schüssler-Salz, Gemmo-Therapie? Bei uns können Sie Ihr Wissen voll ausschöpfen.

Bewerbung bitte an:
Drogerie im Stapfenmärit
Alexander Paepke
Stapfenstrasse 1, 3098 Köniz
oder an: info@drogerie-stapfenmaerit.ch

**Fragen, unsicher?
Rufen Sie doch
einfach mal an!**
Telefon 031 971 44 85
Natel 079 257 21 84

Per 1. März 2009 oder nach Vereinbarung suchen wir für unsere Drogerie in **Eggiwil-Emmental eine(n)**

Drogistin / Drogist

Wir erwarten ...

- Herzliches, zuvorkommendes Auftreten
- Einsatz- und Entscheidungsfreude
- Organisationstalent
- Selbständigkeit
- Teamfähigkeit
- Naturheilmittel-Kompetenz (Spagyrik, Homöopathie, Schüssler)
- gute EDV-Kenntnisse

Wir bieten...

ein 100 %-Pensum in einer modernen, lebhaften Naturdrogerie, persönliches Teamklima, grossen zielorientierten Verantwortungsbereich, laufende Fortbildungsmöglichkeiten.

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung mit den üblichen Unterlagen. ste@stoeckli-eggwil.ch / www.stoeckli-eggwil.ch

Für weitere Auskünfte

Herr Christian Stettler oder
Frau Stephanie Kälin
Telefon 034 491 11 83

Stöckli

Christian Stettler - 3537 Eggwil - Tel. 034 491 11 83 - Fax 491 22 74
Drogerie · Lebensmittel · Mode



Klassische Homöopathie

3-jährige Ausbildung
berufsbegleitend

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



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

Ein kleines Lächeln zwischendurch...

...wünschen sich laut einer Umfrage über die Hälfte aller Kunden beim Einkaufen. Eine Umfrage, die nicht in unserem Unternehmen stattgefunden hat. Denn bei uns sind Freundlichkeit und Fröhlichkeit inbegriffen – ganztags! Freundlichkeit aber natürlich auch Fachwissen. Beide Eigenschaften sind deswegen auch die unabdingbaren Voraussetzungen für unsere/n neue/n

DROGISTIN/DROGISTEN

Das Team der Alpstein-Drogerie – eine der modernsten der Ostschweiz – benötigt per März 2010 dringend Verstärkung.

Wir erwarten eine solide Grundausbildung, Teamfähigkeit und kundenbezogenes Denken. Wir bieten angenehme Arbeitsatmosphäre in einem aufgestellten Team, gute Entlohnung und die üblichen Sozialleistungen.

Bitte senden Sie Ihre Bewerbung mit den üblichen Unterlagen an Alpstein-Drogerie, Neugasse 12, 9000 St. Gallen oder rufen Sie doch einfach Herrn R. Wagner an – Telefon 071 222 12 24.

ALPSTEIN
DROGERIE PARFUMERIE

ALPINAMED
natürlich gesund

Marketing 100%

Pharma OTC – Nahrungsergänzungsmittel

Wir sind ein erfolgreiches, innovatives Unternehmen, welches pflanzliche Wirkstoffe für die Industrie, sowie Produkte für den pharmazeutischen Fachhandel herstellt.

Als kommunikationsstarkes, leistungsbereites und engagiertes Marketingtalent mit 100%iger Kundenorientierung ergänzen Sie unser Team optimal. Sie sind ausgesprochen flexibel, vielseitig begabt, arbeiten selbständig, gewissenhaft, ziel- und lösungsorientiert. Sie zeichnen sich durch eine hohe Eigeninitiative, Kreativität, sowie einen professionellen Auftritt aus. Idealerweise verfügen Sie über Branchenkenntnisse in der Apotheke oder Drogerie und/oder einen Marketing-Leistungsausweis, sowie Fremdsprachenkenntnisse.

Wir bieten Ihnen in einem attraktiven Umfeld eine abwechslungsreiche, interessante Aufgabe mit Gestaltungsspielraum und Zukunft. Direkt dem Marketingleiter unterstellt, erarbeiten Sie selbständig Kampagnen und setzen diese professionell um. Dabei hilft Ihnen Ihr Schreibtalent ebenso wie Ihre Begabung, mit interessanten Fachvorträgen zu begeistern. Unterstützt und gefördert werden Sie von einem sympathischen, dynamischen Unternehmen mit einem zielorientierten, effizienten Marketingteam. Für die Umsetzung Ihrer Ideen steht Ihnen eine interne Grafikabteilung zur Verfügung. Der Arbeitsort liegt zwischen St. Gallen und dem Bodensee im Kanton Thurgau.

Lust auf mehr? Herr Krähenmann freut sich auf Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto.

Alpamed AG | Alte Landstrasse 11 | CH-9306 Freidorf
Telefon 071 454 70 80 | www.alpamed.ch

Gut vernetzte Drogerien =
spannende Arbeitsplätze !

www.swidro.ch **swidro**
zusammen erfolgreich

Drogistin HF 40 - 50%



Wir suchen für unsere DROPA Drogerie in Steffisburg per Anfang März 2010 oder nach Vereinbarung eine Drogistin HF 40-50% (plus Ferienablösung der Geschäftsführerin).

WIR BIETEN

- Selbständiges, verantwortungsvolles Arbeiten in einer sympathischen Dorfdrogerie
- Hervorragende Arbeitsatmosphäre in einem herzlichen, kleinen Team
- Laufende Weiterbildungen
- Attraktive Anstellungsbedingungen
- Motiviertes, herzliches und kleines Team
- Abwechslungsreiche Aufgaben

SIE SIND

- eine Drogistin, die 40-50% arbeiten will
- sehr flexibel einsetzbar
- aufgestellt, positiv und motiviert
- haben Freude am Kundenkontakt, Beraten und Verkaufen
- betreuen das gesamte Drogeriesortiment mit Schwerpunkt Heikad und Naturheilmittel

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann senden Sie uns Ihre Bewerbungsunterlagen.
Bei Fragen stehe ich Ihnen gerne zur Verfügung.

DROPA Drogerie Saagi
z.H. Doris Jost
Unterdorfstrasse 50
3612 Steffisburg
Tel. 033 437 88 66



Manor ist die führende Warenhausgruppe der Schweiz.
Bei allen unseren Aktivitäten stehen die Kunden im Mittelpunkt.

Unsere Mitarbeiter suchen mit Freude den Kontakt zur Kundenschaft 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

Geschäftsführerin mit abgeschlossener Ausbildung zur Dipl. Drogist/in (HF)

**80% - 100%;
per 01. Mai 2010 oder nach Vereinbarung**

Zum Kerngeschäft unserer Filiale gehört die Beratung und der Verkauf im Bereich Schüssler-Salze, Spagyrik sowie der Orthomolekularmedizin (Burgerstein).

Die Beherrschung der entsprechenden Arbeitsweise und umfangreiche Kenntnisse in diesen Bereichen sind deshalb Voraussetzung.

Neben einer hohen Fachkompetenz wünschen wir uns eine engagierte, pflichtbewusste und verantwortungsbewusste Persönlichkeit, die motiviert auf die Wünsche unserer Kunden eingeht und es versteht, diese kompetent und zuvorkommend zu beraten. Ausserdem haben Sie idealerweise in einer vergleichbaren Position bereits Erfahrungen gesammelt. Sie verfügen über eine gute Portion Durchsetzungsvermögen sowie die Fähigkeit, andere Menschen zu motivieren.

Wenn Sie dazu noch den Unternehmer in sich spüren und entsprechend denken und handeln, sind Sie die richtige Person für uns!

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

Telefon 056/203 36 06, monika.heeb@manor.ch



Die Impuls Drogerie Abderhalden AG ist ein modernes Fachgeschäft mit frischer Atmosphäre für Gesundheit, Schönheit und Wohlbefinden auf einer Verkaufsfläche von 300m². Neben einem grossen, qualitativ hoch stehenden Eigenspez-Sortiment, führen wir Pharma/Naturheilmittel und Reform sowie moderne, fein aufeinander abgestimmte Kosmetikdepots.

Wir suchen per Anfangs März 2010 oder nach Vereinbarung eine dynamische und sympathische

Drogist/in 100%

mit einigen Jahren Berufserfahrung.

Sie haben Freude an Ihrem Beruf und sind bereit Verantwortung zu tragen.
Arbeiten in einem grossen Team fällt Ihnen leicht und Sie zeichnen sich durch Flexibilität sowie fundierte Kunden-Beratung aus.

Packen Sie die Gelegenheit und bewerben Sie sich bei uns, ich freue mich auf Sie!

Impuls Drogerie Abderhalden AG
Herr S. Frei
Bahnhofstrasse 9
9630 Wattwil
mail: frei@toggenburgdrogerie.ch





fortis ist heute mit über 140 Mitgliedern nach wenigen Jahren zu einer der grössten dynamischen Apotheken- und Drogerien-Gruppierungen geworden.

Um die Betreuung unserer Mitglieder optimal zu gewährleisten, suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung eine MitarbeiterIn im

Aussendienst

Ihre Hauptaufgaben:

- Betreuung/Beratung/Motivieren der Mitglieder
- Vorstellen des Dienstleistungspaketes
- Beratung/Hilfestellung bei der Apotheken-Homepage
- Teamschulungen vor Ort
- Beratung/Kontrolle der Themen-Kampagnen

Ihr Profil

- Sie haben eine Ausbildung als Pharma-AssistentIn oder DrogistIn oder haben die nötigen Branchen Kenntnisse
- Sie besitzen solide MS-Office Kenntnisse
- Sie sind aufgestellt, flexibel und arbeiten gerne selbständig
- Sie sind kommunikationsstark und besitzen ein gesundes Überzeugungsvermögen
- Italienisch von Vorteil

Füllen Sie sich angesprochen und freuen Sie sich auf ein spannendes und herausforderndes Aufgabengebiet in einem zukunftsorientierten Umfeld? Dann senden Sie Ihre Bewerbung per Post oder direkt per email an

Frau Romana Moretti

fortis concept ag – industriestrasse 15 – 6285 hitzkirch
tel: 041 917 52 90 - email: r.moretti@fortisconcept.ch
www.fortisconcept.ch



dropa
GANZ SCHÖN GESUND!
DROGERIE



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

www.dropa.ch

Gesucht wird auf ca. Ende Juni/Anfang Juli 2010

Eidg. dipl. Drogist/Drogistin HF

als GeschäftsführerIn für Reformhaus/Drogerie in **Ascona (TI)** an gut frequentierter, bester Lage in der Fussgängerzone, nur wenige Meter vom See entfernt. Das Geschäft erfreut sich einer treuen, anspruchsvollen und sehr gesundheitsbewussten Kundschaft von Einheimischen und Feriengästen. Nach kurzem Umbau wird es unter neuem Namen und Look im Sommer 2010 neu eröffnet als zeitgemässes Reformhaus/Drogerie mit viel Flair und attraktiver Produktpalette. Sie verfügen über unternehmerisches Denken und Handeln, Selbständigkeit, kreative Eigeninitiative sowie ein ausgeprägtes Beratungsflair. Es ist für Sie eine Herausforderung und Freude bei der Neulancierung, Auf- und Ausbau eines Geschäfts mitzuarbeiten und sich mit all Ihren Talenten einzubringen. Für mehr Informationen: Catherine Müller, Tel. 079.239.96.69 oder catmueller@catmueller.ch



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



ANWANDER VERPACKUNGEN

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

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

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

**Zukunft mit
Wachstumspotential –**

**wir setzen auf
Sie!**



Drogistin HF – Drogist HF.
Reizt es Sie, eigenverantwortlich entscheiden zu können, frei und unabhängig zu sein, eigene Ideen umzusetzen und Erfolg zu haben.

Wir suchen für verschiedene attraktive Drogerie-Standorte junge, dynamische Berufslleute, die wir auf dem Weg zur Selbstständigkeit mit Know-how und finanzieller Unterstützung begleiten möchten.

Herr Hansruedi Kubli freut sich auf Ihre Kontaktaufnahme:
Telefon 081 771 31 48 oder
Mail: kubli.drogerie@swidro.ch

swidro Beteiligungs AG



Natürlich – Schönheit auch von innen



Die erste RAUSCH Schweizer Kräuter Vital Kapsel

Quelle für Lebenskraft und Wohlbefinden, schöne Haare, Haut und Nägel



Lust auf...

- kräftiges, fülliges Haar
- geschmeidige, straffe Haut
- gesunde, starke Nägel
- Lebenskraft und Wohlbefinden

- 3 hochwertige Pflanzenöle
- 8 Pflanzen-Wirkstoffe
- 12 Vitamine und Mineralstoffe

Die ideale Ergänzung von innen zur ganzheitlichen RAUSCH Kräuter Haar- und Körperpflege



- ✓ pflanzliche Kapselhülle
- ✓ ohne tierische Bestandteile
- ✓ frei von Lactose und Gluten
- ✓ ohne künstliche Farbstoffe
- ✓ ohne Konservierungsmittel
- ✓ GMO-frei
- ✓ zuckerfrei



1x TÄGLICH: 1 Öl-Kapsel und 1 Kräuter-Kapsel

Die Kraft der Kräuter – spürbar wirksam