



d-inside

Fach- und Brancheninformationen des
Schweizerischen Drogistenverbands

Dezember 2011/Januar 2012



Die Homöopathie wird wissenschaftlich

Fieberbläschen?



Fenivir Crème

- Einfach 4 Tage auftragen
- Beschleunigt die Heilungszeit
- Reduziert die damit verbundenen Schmerzen
- Wirkt auch nach der Bläschenbildung



Fenivir®
Der Experte bei Fieberbläschen

NOVARTIS
Novartis Consumer Health Schweiz AG

Fenivir® Crème; Z: Crème mit 10 mg Penciclovir pro 1 g; Hilfsstoffe: Propylenglycol; Excip. ad unguentum. I: Topische Behandlung von Herpes labialis. D: Erwachsene, ältere Patienten und Jugendliche ab 12 Jahren: alle 2 Stunden vom Aufstehen bis zum Zubettgehen auftragen. Mit der Behandlung sollte so früh wie möglich nach dem Auftreten der ersten Symptome begonnen werden. Die Behandlungsdauer beträgt 4 Tage. KI: Bekannte Überempfindlichkeit gegen Penciclovir, Famciclovir oder einen Hilfsstoff, z.B. Propylenglykol. VM: Nicht auf Schleimhäuten oder am Auge anwenden. S: Kategorie B. UW: Reaktionen an der Verabreichungsstelle (z.B. vorübergehendes Brennen, Stechen, Taubheitsgefühl). Selten wurden Hypersensitivitätsreaktionen wie Urticaria, Gesichtsoedeme und Rash beobachtet. IA: Bis dato keine Hinweise auf Wechselwirkungen mit anderen gleichzeitig topisch oder systemisch angewendeten Arzneimitteln. P: Crème: 2 g, Liste D und 5 g, Liste B. Für ausführliche Informationen konsultieren Sie bitte das Arzneimittelkompendium der Schweiz. Novartis Consumer Health Schweiz AG, Bern.

In Kürze

4 Aktuelles aus der Branche

Branche

6 Die Delegiertenversammlung 2011

8 Drogerie 2.0

12 Ausblick: Die wichtigsten Daten 2012

13 «Wehweh und Bobo» wächst mit

19 Die Westschweiz hat aufgeholt

20 Starker Franken: Fluch oder Segen?

24 Paperboy

28 Das DrogerieForum:
Über Sinn und Unsinn von Hausspezialitäten

Fokus

14 Homöopathie und Wissenschaft

Interview

34 Dr. Ulrich Schaefer, Leiter Health Care Informations
und Geschäftsführer e-mediat und Documed

Wissen

38 «Wiiiie bitte?»

42 Bevor die Pollen fliegen

46 Des Guten zu viel

48 Einfach reden

Rubriken

23 Online-Umfragen

41 Medientipps

51 Stellenmarkt



Begründeter Optimismus

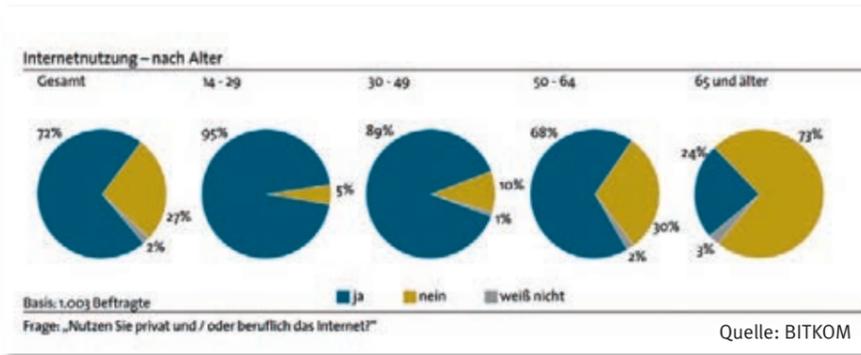
Die Delegiertenversammlung 2011 ist Geschichte, das Branchentreffen vom 11. November hat vor allem eines bewiesen: Die Drogeriebranche lebt – und wie! Die oft kolportierte Umwandlung von Drogerien in Apotheken war ein Lamentieren auf hohem Niveau, die Ängste waren unbegründet. Denn 2010 können noch gerade mal 18 Standorte identifiziert werden, die potenziell in Apotheken umgewandelt werden könnten. Dagegen ist die Behauptung gerechtfertigt, dass sich die Branche einer robusten Gesundheit erfreut: Die Anzahl der Drogerien, denen eine erfolgreiche Zukunft attestiert wird, ist mit 423 praktisch stabil geblieben.

Natürlich: Märkte verändern sich rasch, Konkurrenten holen auf und langatmige politische Prozesse verhindern oft eine raschere Ausnutzung von Marktchancen. Aber die wirkliche Gefährdung der Drogeriebranche sind die Befürchtungen der Branche selbst. Wie wohlthuend deshalb die Aussagen der Drogistinnen und Drogisten im Video des filmenden und rappenden Drogisten Severin Frei. Bei Schlaflosigkeit und Selbstzweifeln: Schauen Sie sich den Film auf www.drogistenverband.ch an...

Heinrich Gasser
Heinrich Gasser



Dank neuen Untersuchungsmethoden wird die Homöopathie langsam eines: wissenschaftlich fassbar. Mehr dazu lesen Sie ab Seite 14.



So nutzen junge Menschen die neuen Medien Unter 30 Jahren ist fast jeder online, bei Senioren über 60 ist es jeder Vierte.

Vier von fünf jungen Menschen wollen mobil jederzeit erreichbar sein, und für «Digital Natives» (unter 30-Jährige) ist das Internet als Informationsmedium wichtiger als Zeitungen und Zeitschriften. Das zeigt die Bitkom-Studie zur Netzgesellschaft 2011. Was sich durch die Online-Welt verändern könnte, war auch Thema an der diesjährigen Delegiertenversammlung des SDV. Lesen Sie mehr dazu ab Seite 8.

Neuer Ansatz für Virostatika

Wissenschaftler der Universitäten Bonn und München haben einen zellulären Stoffwechselweg, der nicht nur das SARS-Virus, sondern auch eine ganze Reihe von verwandten Viren bei Mensch und Haustier für die eigene Vermehrung verwendet, gefunden. Dabei handelt es sich um einen Signalweg, der das Immunsystem steuert. So soll laut der Forscher eines der Proteine in der Signalkette gehemmt werden können, wodurch die Vermehrung von Viren unterbunden wird. Wirkstoffe, die in diesen Stoffwechselweg eingreifen, haben somit Breitbandwirkung und hemmen eine ganze Palette menschlicher Schnupfenviren. Die Wirtszellen nehmen durch die Proteinblockade keinen Schaden, weil parallel weitere Signalwege existieren, die zur Kompensation einspringen.

www.deutsche-apotheker-zeitung.de

Fäkalien-Mahlzeit hält Hummeln gesund

Hummeln schützen sich vor Parasiten, indem sie Kot ihrer Verwandten im selben Nest fressen. Zu diesem Schluss kommen zwei Forscher der ETH Zürich in einer neuen Studie. Mit den Fäkalien scheinen die Tiere gesunde Darmbakterien aufzunehmen. So zeigte sich eine Woche nach der Infektion mit Parasiten, dass Hummeln, die Kot gefressen hatten, sechsmal weniger Parasiten in sich trugen als ihre Artgenossinnen aus der sterilen Umgebung. *pte*

Die Antibabypille und Männer-Gesundheit

Die Pille hat offenbar Einfluss auf die Häufigkeit von Prostatakrebs bei Männern. Das geht aus einer statistischen Studie zweier kanadischer Forscher hervor. Demnach ist das Erkrankungsrisiko der Männer höher, je mehr Frauen hormonell verhüten. Wird dagegen eher mit anderen Methoden, wie beispielsweise Kondomen, Spiralen oder über die Ermittlung der fruchtbaren Tage verhütet, ist die Erkrankungsrate niedriger. Vermutlich entstehe dieser Zusammenhang durch den Effekt der Pillen-Hormone, die über den Urin ins Trinkwasser und die Nahrungskette gelangen, so die Forscher. www.wissenschaft.de

Start-up und Standortsicherung

Nebst der Swidro und Dropa bietet nun auch Dromenta eine Starthilfe für Jungunternehmer/-innen. So hat die Dromenta als neues Standbein die Dromenta Start-up AG gegründet. Diese soll innovativen Drogisten und Drogistinnen beim Aufbau eines eigenen Geschäftes unterstützen. Ebenso bietet die Dromenta Start-up AG Hilfe bei Nachfolgeregelungen, im Sinne einer Sicherung und Weiterführung der einzelnen Drogeriestandorte. Die Start-up AG bietet Finanzhilfe in Form von Darlehen, hilft bei der Suche nach Investoren und Standortanbietern und beteiligt sich bei Bedarf an Finanzgesprächen. Im Verwaltungsrat der Dromenta Start-up AG sind **Kurt Hofstetter** (Präsident), **Martin Süess** und **Peter Schleiss**. *fk*

Spucke schützt nur wenig

Schwedische Forscher haben herausgefunden, dass der Speichel von Kindern im Vergleich zu Erwachsenen eine andere Zusammensetzung hat. Demnach enthält die Spucke von Kindern weniger Immunglobuline A (IgA), die Teil der immunologischen Schleimhautbarriere sind. Das könnte eine Erklärung für die allgemein höhere Infektanfälligkeit von Kindern sein. www.pharmazeutische-zeitung.de

Lohn nach Leistung macht glücklich

Eine Entlohnung auf Leistungsbasis schafft glückliche Arbeitnehmer. Das haben internationale Forscher bewiesen. Ob Unternehmen Leistungsentlohnung einsetzen, um produktive Mitarbeiter anzulocken, hängt nicht zuletzt davon ab, wie wichtig für sie die Gewinnung von «High Potentials» sind. *pte*

Einsame schlafen schlecht

Menschen, die sich allein fühlen, schlafen schlechter als Menschen mit vielen Sozialkontakten. Die durchschnittliche Schlafdauer unterscheidet sich zwischen beiden Gruppen zwar nicht, doch wachen Einsame nachts häufiger auf als Menschen, die sich nicht einsam fühlen. www.pharmazeutische-zeitung.de

Fieber stärkt das Immunsystem

Forscher aus New York zeigten, dass bestimmte Abwehrzellen durch Fieber besser und schneller aktiviert werden, was zu einer effektiveren Immunantwort gegen Krankheitserreger führt und somit die Sinnhaftigkeit von Fieber unterstreicht. www.doccheck.com

Genfer Forscher geben Diabetikern Hoffnung

Forscher der Universität Genf haben einen Schutzfaktor, das Körpereiwiss namens Connexin 36, für einen Zelltyp im Körper entdeckt, der bei den meisten Diabetes-Typen eine wichtige Rolle spielt. Die Ergebnisse eröffnen neue Behandlungsmöglichkeiten: Gelänge es, das Connexin-Niveau zu erhöhen und so die Beta-Zellen zu schützen, liesse sich der Blutzuckerspiegel von Diabetikern vielleicht stabilisieren. *pte*

Gefühle unter Druck

Wer unter hohem Blutdruck leidet, lebt offenbar wie unter einer Glasglocke: Er nimmt Gefühle bei anderen nur gedämpft wahr, haben US-Forscher jetzt in einer Studie gezeigt. Egal, ob es sich um emotionale Gesichtsausdrücke oder die Beschreibung einer emotional aufgeladenen Situation handelt – je höher der Blutdruck, desto schlechter konnten die Probanden das vorherrschende Gefühl erkennen und beschreiben. www.wissenschaft.de

Übergewicht gilt als das Gesundheitsrisiko

Rund 77 Prozent der deutschen Bevölkerung sehen Übergewicht durch falsche Ernährung und Bewegungsmangel als das Gesundheitsrisiko Nummer eins an. So sind eine gesunde und kalorienbewusste Ernährung sowie ausreichende Bewegung nach Meinung der Befragten auch die wichtigsten Massnahmen, um Krankheiten vorzubeugen. Auf dem zweiten Platz der Gesundheitsrisiken steht laut einer Umfrage die zunehmende Zahl der gegen Antibiotika resistenten Erreger. www.produktundmarkt.de

Das Gen des Schlafs

Individuen, die über zwei Kopien einer bestimmte Variante des Gens ABCC9 verfügen, schlafen in einer störungsfreien Umgebung deutlich weniger als Personen mit zwei Kopien einer anderen Version. Schuld daran soll das Gen ABCC9 sein. Dieses codiert für das Protein SUR2, eine Untereinheit eines Kaliumkanals, der als Sensor für den intrazellulären Energiemetabolismus fungiert. Laut den Forschern ist es besonders spannend, dass dieses Protein ebenfalls bei Herzleiden und Diabetes eine Rolle spielt. Sie vermuten deshalb aufgrund gemeinsam benutzter molekularer Mechanismen einen Zusammenhang zwischen der Schlafdauer und Stoffwechselstörungen. www.doccheck.com

Sesselrücken



Ein richtiggehender Job-Turnus fand in den vergangenen Wochen statt: So hat per 15. November 2011 **Michael Bollinger** (o.) seine Tätigkeit als Verkaufsleiter OTC bei der Merz Pharma (Schweiz)

AG aufgenommen. Bollinger war zuletzt National Sales Manager bei Sanofi Aventis und zuvor bei der Similasan AG tätig. Er tritt bei Merz Pharma die Nachfolge von **Christoph Glasstetter** (u.) an, der seit dem 1. November bei Beiersdorf die Verkaufsleitung von Eucerin Schweiz innehat. Glasstetter wiederum hat damit die Nachfolge von **Urs Schläpfer**, der seit Anfang Oktober bei Boehringer Ingelheim Schweiz tätig ist, übernommen. *fk*



Gesundheit auf einen Blick

Die Lebenserwartung ist konstant, und die Überlebensraten bei schweren Krankheiten sind höher als je zuvor. Besser geachtet werden muss hingegen auf die Fettleibigkeit sowie die Vorsorge und Behandlung von chronischen Krankheiten, das zeigt die neue Studie der OECD. www.oecd.org

Woher kommt die Grippe?

Winter ist Grippezeit: Doch woher stammen die Erreger? Aus den dicht besiedelten Ballungsräumen Südostasiens, lautete die bisherige Annahme. Tatsächlich nutzen die Viren ein weltweites Netzwerk urbaner Ballungsräume als Reservoir, berichten nun Mikrobiologen der Duke-NUS Medical School in Singapur. Sie verglichen das Genom von Viren der Influenza-A-Unterart H3N2 in Proben, die zwischen 2003 und 2006 von Infizierten aus Grossstädten in rund um die Welt gesammelt worden waren. Resultat: Die genetisch identischen Viren eines Stammes sind nicht einer speziellen Ursprungsregion zuzuordnen. Die Erreger nutzen städtische Zentren, um sich zwischen diesen wie in einem Netzwerk zu verbreiten. *pte*

Traumschlaf sorgt für seelische Gesundheit

Unser Gehirn verarbeitet schmerzhafte und emotionale Erfahrungen vor allem während des Traumschlafs. Dabei wird das Erlebte zwar als Erinnerung gespeichert, aber die damit verbundenen Gefühle stark abgedämpft. www.scinexx.de

Antikörper zur richtigen Verdauung

Die Antikörper des Darm-Immunsystems dienen nicht nur dem Schutz vor Infektionen, sie sind auch notwendig für eine funktionierende Verdauung. Das haben nun Forscher der Universität Bern herausgefunden. www.unibe.ch

Glucosinolate schützen

Glucosinolate, die beispielsweise in Kohl enthalten sind, stärken das Immunsystem. Das wiesen Forscher bei Mäusen nach und können sich nun vorstellen, dass diese künftig zur Prävention oder Therapie von Darminfektionen und chronisch-entzündlichen Darmerkrankungen eingesetzt werden könnten. *pte*

Die Verdauung braucht Antikörper

Die Antikörper des Darm-Immunsystems dienen nicht nur dem Schutz vor Infektionen, sie sind auch notwendig für eine funktionierende Verdauung. Das haben nun Forscher der Universität Bern herausgefunden. www.unibe.ch

Gut zu wissen

2012 ist es so weit: Eine neue Serie **Image-Kurse** startet. Mehr dazu lesen Sie auf der Seite 13

Delegiertenversammlung 2011

Zwei Nachrichten waren an der diesjährigen Delegiertenversammlung besonders wichtig: Die Weichen für ein schweizweit einheitliches Qualifikationsverfahren sind gestellt, und die Suche nach einer Frau für den Zentralvorstand läuft auf Hochtouren.

Das Protokoll der Delegiertenversammlung 2010, die Genehmigung des Jahresberichts 2010, der Rechnung 2010, die Finanzakte und das Budget 2012 gingen beinahe im Eilzugtempo über die Bühne. Etwas länger gab hingegen das Traktandum «Wahlen» zu reden.

Nachfolgerin für Daniela Brechbühl gesucht

So hat **Daniela Brechbühl**, die das Amt bis anhin innehatte, auf die Delegiertenversammlung hin ihre Demission eingereicht. Mit einem kräftigen Applaus wurde sie vom Zentralvorstand und den Delegierten verdankt und verabschiedet. Daniela Brechbühl hat sich während den letzten 7,5 Jahren mit viel Herzblut für den Schweizerischen Drogistenverband eingesetzt. Zuerst leitete sie während etwas mehr als vier Jahre das Ressort Kommunikation und Medien, danach amtierte sie als Vizepräsidentin und führte das Ressort Politik und Branche.

Politik und Branche: Für dieses Amt wird im Zentralvorstand des SDV intensiv nach einer Nachfolgerin gesucht. So konnte bis zur Delegiertenversammlung keine Frau gefunden werden, die sich für das Amt zur Verfügung stellte.

Auch wenn es auf die DV hin nicht mehr gereicht hat, der SDV ist zuversichtlich, dass demnächst eine Frau zusagen wird. Deshalb hat Daniela Brechbühl ihre Amtszeit noch bis Ende des Jahres verlängert. Damit keine Lücke entsteht, hat der SDV von der Delegiertenversammlung bewilligen lassen, dass er sobald eine Nachfolgerin gefunden werden konnte, diese ad interim mit allen Rechten und Pflichten in den ZV aufnehmen kann. Definitiv bestätigt wird die Kandidatin jedoch erst durch die Wahl an der nächsten Delegiertenversammlung. Das Vizepräsidium, das Daniela Brechbühl und **Bernhard Kunz** bisher gemeinsam wahrgenommen haben, liegt in der Zwischenzeit vollumfänglich bei Bernhard Kunz.

Wiedergewählt

Einstimmig bestätigt wurden – jeweils für weitere vier Jahre – die folgenden Kandidaten:

- › **Heinz Rothenberger** als Präsident der Geschäftsprüfungskommission SDV (Sektion AI/AR, SG, TG)
- › **Emanuel Roggen** für die Schulkommission ESD (Association romande)
- › **Peter Schleiss** für die Schulkommission ESD (Sektion ZS)
- › **Yvan Gougler** für die Rechnungsprüfungskommission ESD (Association romande)
- › **Urs Wachter** für die Prüfungskommission ESD (Sektion ZH/SH)

Martin Bangerter dankt den wiedergewählten Kommissionsmitgliedern für die bisher geleistete Arbeit und für Ihre Bereitschaft, sich auch künftig für die jeweiligen Aufgaben einzusetzen, ganz herzlich. Er betont, dass es überhaupt nicht selbstverständlich ist, dass sich Mitglieder so langjährig und engagiert für die Anliegen der Drogeriebranche einsetzen. Anschliessend wurde «DieWirtschaftsprüfer.ch AG» als neue Revisionsstelle gewählt.

Neues Ehrenmitglied für den SDV

Mit einem grossen Applaus ernannten die Delegierten **Peter Stocker** zum Ehrenmitglied des Schweizerischen Drogistenverbands. Peter Stocker hat sich während Jahrzehnten unermüdet für die Drogerie-Branche eingesetzt: So war er einer der Impulsgeber für die DrogoVision 2010, langjähriger Präsident der Sektion Zentralschweiz und hat entscheidend zur Gestaltung der Heilmittelverkaufsrechte beigetragen. Nachdem er seine Drogerie vergangenen Sommer an eine junge Drogistin weitergegeben hat, geniesst Peter Stocker nun «unterwegs in der ganzen Welt» seinen verdienten Ruhestand.

- 1 *Sie gibt ihr Amt als Vizepräsidentin und Verantwortliche für die Bereiche Politik und Branche per Ende Jahr ab: Daniela Brechbühl.*
- 2 *Das neue Ehrenmitglied des SDV, Peter Stocker.*
- 3 *Heinz Rothenberger wird für weitere vier Jahre die GPK des SDV leiten.*
- 4 *Emanuel Roggen wird die Romandie auch in den nächsten vier Jahren in der Schulkommission ESD vertreten.*
- 5 *Yvan Gougler wird ebenfalls weitere vier Jahre die Rechnungsprüfungskommission der ESD führen.*
- 6 *Welche Vorteile das einheitliche Qualifikationsverfahren für die Drogerie-Branche bringt, erklärte Bernhard Kunz.*



1



2



3



4



5



6



Corinne Futterlieb

Gerührt nahm Peter Stocker die Auszeichnung entgegen und dankte den Delegierten mit den Worten «Ich freue mich, dass meine verschiedenen Inputs für die Drogerie-Branche etwas bewirkt haben. So habe ich die Möglichkeiten des offenen Dialogs immer sehr geschätzt. Danke!», und richtete seinen Appell an die Delegierten: «Ihr seid die Delegierten aus der ganzen Schweiz. Glaubt an die Drogerie und ihre Zukunft und kämpft dafür! Denn wer sich nicht bewegt, wird bewegt. Die Mitbewerber schlafen nicht.»

Die aktuellen Themen

Momentan stehen insbesondere in der Berufsausbildung einige Veränderungen an. Rückwirkend auf Beginn des Schuljahres 2011/2012 haben die Delegierten das Reglement der überbetrieblichen Kurse in Kraft gesetzt. Intensiver zu diskutieren gab das Qualifikationsverfahren (QV). So soll per Ende des ersten Ausbildungszyklus nach der neuen Bildungsverordnung das Qualifikationsverfahren vereinheitlicht werden. Das würde bedeuten, dass der eidg. Fähigkeitsausweis zur diplomierten Drogistin schweizweit an die gleichen Kriterien geknüpft ist.

Die Vorteile dabei:

- › Ein einheitliches QV ist die konsequente Um- und Durchsetzung der neu strukturierten Lehrlingsausbildung und eine logische Konsequenz aus dem geplanten Einsatz von einheitlichen Lehrmitteln.
- › Die Zusammenarbeit der Berufsschulen im Rahmen der QV-Arbeitsgruppe fördert und

vertieft den Austausch zwischen den Bildungsstätten und den Berufsschullehrern.

- › Sofern das QV in Zusammenarbeit mit dem Schweizerischen Dienstleistungszentrum Berufsbildung, Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung SDBB umgesetzt wird, können für den Verband entscheidende Aufwände (personell und finanziell) eingespart werden.
- › Studenten an der ESD starten mit einer einheitlichen Vorbildung. Dadurch können an der ESD Themen gezielter und effizienter unterrichtet werden.
- › Die hohe, einheitliche Qualität der Ausbildung kann gegenüber der Öffentlichkeit (insbesondere Behörden und Politik) besser dokumentiert werden. Dadurch wird das Vertrauen in das Können der Lehrabgänger und damit das Potenzial und das Image des Berufsstandes gestärkt und gefördert.

Die Vorteile des schweizweit einheitlichen Qualifikationsverfahrens überzeugten die Mehrheit der Delegierten. So wurde es letztlich mit 32 von 40 möglichen Stimmen angenommen.

Anträge

Wohin die Reise mit der Vereinheitlichung der Arzneimittellisten geht, wollte **Martin Breitenmoser** wissen. Er reichte an der Delegiertenversammlung den Antrag ein, dass der SDV mit dem Schweizerischen Apothekerverband erneut Kontakt aufnimmt und beide Verbände gemeinsam für die OTC-Präparate kämpfen. Der Antrag wurde einstimmig angenommen.

Flavia Kunz

Drogerie 2.0

Zum ersten Mal lud der SDV am Nachmittag der Delegiertenversammlung zum Branchentreffen ein. Rund 200 Drogistinnen und Drogisten, Vertreter/-innen aus der Industrie und von Partnerverbänden sind der Einladung gefolgt. Ihr Fazit: Das macht Lust auf Drogerie.

«Zwei Schritte vorwärts, einen zurück?» Mit dieser Frage eröffnete der Zentralpräsident des SDV, **Martin Bangerter**, den Nachmittagsanlass und erörterte kurz darauf die Frage, die den Drogistinnen und Drogisten am meisten unter den Nägeln brannte. «Wann kommt die einheitliche OTC-Liste?» Die Frage zu beantworten, ist nicht einfach – liegt der Ball momentan nicht beim SDV. So werden aktuell die Antworten aus der Vernehmlassung ausgewertet. Als Nächstes wird der Bundesrat den Bericht an das Parlament verfassen. Dieser wird beraten. Danach werden die beiden Räte voraussichtlich die zweite Etappe der Revision des Heilmittelgesetzes, in welcher auch der revidierte Artikel 25 zur Vereinheitlichung der Listen enthalten ist, verabschieden.

Weiterbildung ist Trumpf

Die Ziele in der Aus- und Weiterbildung erläuterte der Vizepräsident des Zentralvorstandes Bernhard Kunz: So haben diesen Sommer die ersten Lehrgänge nach der neuen Bildungsverordnung (BiVo) gestartet. Das Ziel ist es nun, bis zum Abschluss des ersten Lehrganges im 2015 auch das Qualifikationsverfahren schweizweit einheitlich durchzuführen. Kaum ist die BiVo vorbei, wird nun die MiVo folgen. Das heisst, die Ausbildung zur Drogistin HF resp. zum Drogisten HF wird an die Mindestvorschriften für Höhere Fachschulen angepasst. Dabei präsentierte Kunz als Lösungsansatz die Idee, als Zwischenstufe zwischen dem eidgenössischen Fähigkeitszeugnis und dem HF-Diplom künftig beispielsweise eine Berufsprüfung einzuführen, welche die heutige Übergangslösung mit den Stellvertreterkursen ersetzen würde. Ob dies jedoch realisiert werden kann, bedarf weiterer Abklärungen.

ePatients: Aktiv und vernetzt

Auf eine neue Art von Patienten und Kunden ist die Luzerner Professorin **Dr. Andréa Belliger** in

ihrem Referat am Nachmittag eingegangen: die «ePatients», wobei das «e» mehr für «befähigt (empowered), aktiv und vernetzt» als für elektronisch steht. «Informationen zu Gesundheit und Prävention im Netz sind nichts Neues», stellt die Leiterin des Instituts für Kommunikation und Führung (IFK) in Luzern in ihrem Referat fest. Neu sei dagegen, dass sich das Internet in den letzten sechs Jahren zur eigentlichen Kommunikationsplattform gewandelt habe.

Neu ist auch, dass Menschen, die noch vor zwanzig Jahren Angst davor hatten, überhaupt Daten von sich preiszugeben, heute freiwillig nicht bloss ihren persönlichen Gesundheitszustand öffentlich machen, sondern aller Welt ihre intimsten Gedanken mit Facebook, Twitter und E-Mail im Internet mitteilen. Dass Patienten über Online-Health-Communities ihr Praxiswissen austauschen und sich gegenseitig unterstützen, Ärzte und Medikamentenpreise bewerten und vergleichen, sich online Fachwissen zu gesundheitlichen Themen aneignen oder sich auf der Website www.23andme.com den eigenen genetischen Code feststellen lassen und nach genetisch Verwandten suchen... Das Internet macht's möglich – und ohne kommt die Generation der heute 15- bis 30-Jährigen kaum noch aus. Kein Wunder, stellen kleine Kinder ihren Eltern Fragen wie: «Papi, wie kamst du ins Internet, als es noch keine Computer gab?» «Es ist das Verlangen nach Freiheit, Individualisierung, Überprüfbarkeit, Integrität, Interaktion, Networking, Schnelligkeit und Innovation, welches das Internet für diese Generation unerlässlich macht», sagt Belliger. Und die Älteren? Auch die sogenannten «Silver-Surfer» (über 60-Jährige) sind im Internet kaum noch zu bremsen. «2,7 Millionen Menschen nutzen in der Schweiz Facebook. Hierbei sind die über 60-Jährigen die am schnellsten wachsende Population mit einer Zuwachsrate von jährlich rund zehn Prozent.»

- 1 Die Zukunft spielt online. Und wie diese aussehen könnte, darüber referierte die Luzerner Professorin Dr. Andréa Belliger.
- 2 Wie wird sich die Drogeriewelt verändern? Gespannt hören die Drogistinnen dem Referat von Martin Bangerter zu.
- 3, 4, 5 Alte Bekannte treffen, diskutieren oder sich über das Neuste aus der Branche unterhalten – ob vor oder nach dem Branchenanlass, die vielen Teilnehmenden sorgten für einen lebhaften Nachmittag.
- 6 Der Zentralvorstand und der Kommunikationsleiter des SDV (v.l.n.r.): Bernhard Kunz, Daniela Brechbühl, Raphael Wyss, Jürg Rolli, Martin Bangerter, Heinrich Gasser.



Jede Seite ist interaktiv. Dieses Symbol kennzeichnet Artikel mit zusätzlichen Extras. Paperboy-App installieren und die Seite fotografieren.



Und wie kommuniziert die OTC-Branche mit den «ePatients»?

Vom New Yorker Arzt Dr. Jay Parkinson, auf dessen Website die Patienten ihren Termin selbst buchen und den Arzt zu sich nach Hause bestellen können, bis zum Henry Ford Hospital, das Live-Videoübertragungen von Operationen ins Internet stellt, belegt Belliger anhand von zahlreichen Beispielen, dass die Medizin- und Pharmabranche im Internet nicht untätig ist.

Dem veränderten Kommunikationsverhalten der ePatients trägt auch der SDV in verschiedener Hinsicht Rechnung: Seit mehr als vier Jahren ist die Gesundheitsplattform www.vitagate.ch nun online, die zum Beispiel auch den Dialog zwischen den Usern und Experten ermöglicht, und die Besucherzahlen steigen stetig an. Unter dem Namen «Wehweh und Bobo» betreibt der SDV eine Facebook-Seite zu leichten Erkrankungen und Verletzungen bei Kindern. Und ab Januar 2012 schlägt die mobile Applikation «Paperboy» eine Brücke zwischen den traditionellen Printmedien *Drogistenstern* und *d-inside* zu elektronisch verfügbaren Zusatzangeboten: Anstatt mühsam eine Magazinseite aus dem Heft reissen zu müssen, kann man sie mit dem Mobiltelefon fotografieren, mit einem Klick speichern, weiterempfehlen und erhält ebenfalls mit nur einem Klick weiterführende Zusatzinformationen zum Thema.

Doch damit nicht genug: Der SDV wird im kommenden Frühjahr auch Gesundheit zum Hören anbieten – als Teil der Anstrengungen, die Drogerien noch besser und breiter als Spezialistinnen für Selbstmedikation und Komplementärmedizin zu positionieren. Hauptvertriebskanal der wöchentlichen Audiobeiträge «Zwei Minuten für Ihre Gesundheit» sind voraussichtlich acht Deutschschweizer und drei Westschweizer Lokalradios (siehe Kasten). «Dadurch erreichen wir zu den besten Sendezeiten jährlich rund 13,6 Millionen Hörerinnen und Hörer», sagt **Heinrich Gasser** zufrieden darüber, einen Co-Sponsor für sein Projekt gewonnen und grünes Licht vom Bundesamt für Kommunikation erhalten zu haben. Die gleichen Beiträge werden auch im Internet verfügbar sein, auf www.vitagate.ch, und als Podcast zum Abonnieren, damit sich die ePatients vertieft informieren und austauschen können – und in der realen Welt nicht an der Drogerie vorbeigehen.

So entwickelt sich die Branche

Spannende Entwicklungen präsentierte Martin Bangerter in der Branchenstrukturanalyse. In der Entwicklung über die Jahre 2007 bis 2010 hat die Anzahl der Drogerien zwar weiter abgenommen, der Umsatz pro Drogerie in derselben Zeit jedoch um 100 000 Franken zugenommen. Das belegt: Die Branche ist sehr vital. Diese Ausführung nutzte Martin Bangerter gleich, um sie mit einem kleinen Werbespot zu verknüpfen. So war der Standortrückgang mit 25 Prozent bei den Nichtmitgliedern bedeutend höher als mit 8 Prozent bei den SDV-Mitgliedern. «Es lohnt sich also, im Verband zu sein», so Bangerter. Im Weiteren wagte er eine Prognose für die nächsten drei Jahre. So erwartet man auf-

grund der aktuellen Umsätze in etwa stabile Branchenumsätze – obwohl voraussichtlich noch einige Drogerien schliessen oder in Apotheken umgewandelt werden. Insgesamt hat sich diese Entwicklung jedoch massiv abgeschwächt. Das heisst, es ist in der Drogerie-Branche langsam ein Ende der Konsolidierung abzusehen. Denn die bestehenden Drogerien können dank guten Standorten und einer verbesserten Marktleistung sehr erfolgreich agieren. Das zeigten die vom SDV unabhängig erhobenen Zahlen. Zum Schluss des Nachmittages präsentierte Martin Bangerter den letzten Höhepunkt im abwechslungsreichen Programm: den neuen Image-Film, den der Drogist **Severin Frei**, oder besser bekannt als El Siete, mit verschiedenen selbstständigen Drogistinnen und Drogisten aufgenommen hat – und der von den Anwesenden als «sehr sehenswert» eingestuft wurde. Sehen und hören Sie selbst, wie sich die Drogerien positionieren. Den Film finden Sie online auf www.drogistenverband.ch, via Facebook, oder fotografieren Sie diese Seite mit Paperboy und erhalten Sie den Link direkt.

Vanessa Naef, Flavia Kunz

Christian Wyss, Drogerie Wyss, Frauenfeld

«Der Online-Bereich sollte ein Teil jeder Werbe- und Marketing-Strategie einer Drogerie sein. Anlässe wie heute geben den «Kick», um neue Online-Projekte anzugehen. Denn grundsätzlich ich bin überzeugt, dass wir online auch ältere Personen sehr gut abholen können. Wichtig ist jedoch, den Auftrag für einen aktuellen Online-Auftritt den jüngeren Drogistinnen und Drogisten zu übertragen, die Spass daran haben und sich in Online-Netzwerken auskennen.»



David Pestalozzi, Inhaber Bio-Strath AG

«Ich bin überzeugt, dass Online-Medien in der heutigen Zeit sehr wichtig sind, aber nie das Medium Zeitschrift ersetzen werden. Klar, versuche auch ich via Newsletter, Online-Werbung beim «Tages-Anzeiger», der Zusammenarbeit mit vitagate, Facebook und einer eigenen Homepage meine Kunden zu informieren und mit ihnen zu kommunizieren. Für ein gutes Geschäft ist jedoch der persönliche Kontakt das Wichtigste.»



Maurus Strässle, Spirig AG, Leiter Verkauf

«Die Online-Welt wird sich immer schneller drehen und auch für die Drogerien wichtiger werden. Ignorieren darf man die Entwicklungen auf keinen Fall. Doch die heute bekannten Plattformen wie Facebook werden an Bedeutung verlieren, und neue Plattformen werden entstehen und sich etablieren.»



Hans-Rudolf Fuhrer, ASSGP, Geschäftsführer

«Applikationen im Gesundheitswesen verzeichnen ein exponentielles Wachstum und bieten viele spannende neue Möglichkeiten. Auch wenn diese teilweise noch schlecht vorstellbar sind – da werden zahlreiche neue Entwicklungen auf uns zukommen.»



Peter Geisselhardt, Inhaber Bahnhof Drogerie Amriswil

«Der Online-Bereich wird stark wachsen – auch im Bereich der Drogerie. So bekommen wir trotz einer sehr einfachen Homepage bereits vermehrt Online-Anfragen zu Produkten und Dienstleistungen. Die grösste Schwierigkeit ist jedoch, den Online-Auftritt zu pflegen und immer up to date zu sein.»



Gesundheit zum Hören

Die Gesundheitssendung «Zwei Minuten für Ihre Gesundheit» wird voraussichtlich von folgenden Lokalradios ausgestrahlt: Radio Grischa, Radio FM1, Energy Zürich, Energy Bern, Radio Basel, Radio 32, BeO, Sunshine in der Deutschschweiz. Und für die französischen Sendegebiete sind Radio Jura Bernois, Radio Fréquence Jura und Lausanne fm vorgesehen.

Thomas Wyss, Doetsch Grether, Leiter Health Care

«Man muss nicht immer jeden Wandel der Zeit mitmachen oder der Erste sein, der etwas Neues lanciert. Zudem ist das Online-Business immer eine Frage der Kosten und des Nutzens. Da wir mit unseren Produkten nicht den Endkonsumenten erreichen wollen, machen für uns Online-Diskussionsplattformen keinen Sinn. Was wir betreiben: Jedes unserer Markenprodukte hat eine eigene Homepage. Weiter versuche ich zu beeinflussen, dass genau diese Webseiten bei Google auf der ersten Seite erscheinen.»



Karin Haag, Drogerie Haag

«Ich glaube, Drogistinnen und Drogisten kommen nicht darum herum, auch online zu informieren, zu beraten und zu diskutieren. Ich persönlich habe mir schwer vorgenommen, für meine Drogerie eine eigene Homepage und ein Facebook-Profil einzurichten. Schliesslich überleben nur diejenigen, die innovativ sind. Auch wenn es ganz schön anstrengend sein kann, immer wieder neue Wege finden zu müssen.»



Fredy Gremlich, Voigt AG, Leiter Verkauf

«Die neuen Entwicklungen im Online-Bereich sollte man als Unternehmen sehr gut im Auge behalten. Besonders beeindruckt hat mich heute das Beispiel aus Deutschland mit dem dm-Drogeriemarkt. Es zeigt, wie stark sich Personen mobilisieren lassen und Unternehmen durch ihre Produkte eine starke Kundenbindung und Identifikation aufbauen können.»



Jede Seite ist interaktiv.

Dieses Symbol kennzeichnet Artikel mit zusätzlichen Extras. Paperboy-App installieren und die Seite fotografieren.

Wichtige Termine

Noch keine Agenda für das Jahr 2012?
Dann wird's jetzt höchste Zeit: Hier warten die wichtigsten
Veranstaltungen auf Ihren Eintrag im Terminkalender.

Termine aus der Drogerie-Branche

18. 01. – 22. 01.	Drogisten-Skitage Arosa
28. 02.	ESD: Letzter Einschreibetermin für das kommende Studienjahr
09. 03.	ESD: Letzter Termin für schriftliche Fragen ans Sekretariat zum Inhalt der Aufnahmeprüfungs-Vorbereitungsunterlagen
15. 03.	ESD: Besprechung Aufnahmeprüfung
28. 03.	ESD: Aufnahmeprüfung
18. 04.	Sektionspräsidentenkonferenz in Bern
26. 04.	ESD: Bekanntgabe der Resultate der Aufnahmeprüfung
24. 05.	ESD: Symposium Komplementärmedizin
05. 07.	ESD: Clôture
20. 08.	ESD: Beginn des nächsten Ausbildungszyklus
05. 09.	Sektionspräsidentenkonferenz in Bern
23. 09. – 26. 09.	SchulungsForum Neuenburg
16. 11.	Delegiertenversammlung Luzern
16. 11.	Start Nachfolgekurse «Wehweh und Bobo»

Schweizer Messen

15. 01. – 18. 01.	Ornaris Zürich
19. 01. – 22. 01.	Berner Frühlingmesse BEA
11. 02. – 12. 02.	Gesundheitsmesse Vitawell, Göppingen
02. 03. – 04. 03.	Baby & Kids Messe Zürich
03. 03. – 04. 03.	Beauty Forum Swiss Zürich
29. 03. – 01. 04.	Mednat Expo & Agrobiorama Expo Beaulieu Lausanne
08. 09. – 10. 09.	Vista-Expo Zürich
21. 09. – 30. 09.	Zürcher Herbstmesse Züspa Zürich
23. 10 – 26. 10.	IFAS Messe Zürich (Die IFAS Romandie findet ihre Fortsetzung mit der dritten Ausgabe im November 2013 im Beaulieu Lausanne)
02. 11 – 04. 11.	Zürcher Präventionsmesse



Gesundheitstage

04. 03.	Tag der Kranken
07. 03.	Tag der gesunden Ernährung
08. 03.	Frauengesundheitstag
08. 03.	Weltnierentag
15. 03.	Tag der Rückengesundheit
07. 04.	Weltgesundheitsstag
25. 04.	Internationaler Tag gegen Lärm
01. 05.	Welt-Asthma-Tag
05. 05.	Welthygienetag
15. 05.	Internationaler Tag der Familie
17. 05.	Sebastian-Kneipp-Tag
19. 05.	Welt-Zöliakie-Tag
19. 05.	Europäischer Adipositas-Tag
14. 06.	Welt-Blutspendetag
22. 06.	Tag des Cholesterins
12. 09.	Europäischer Kopfschmerztag
20. 09.	Weltkindertag
25. 09.	Tag der Zahngesundheit
26. 09.	Internationaler Tag der Verhütung
30. 09.	Weltherztag
01. 10. – 07. 10.	Weltstillwoche
13. 10.	Tag der Naturheilkunde
16. 10.	Welternährungstag
20. 10.	Welt-Osteoporosetag
01. 11. – 30. 11.	Herzwochen
14. 11.	Weltdiabetestag
01. 12.	Welt-Aids-Tag



Jede Seite ist interaktiv. Dieses Symbol kennzeichnet Artikel mit zusätzlichen Extras. Paper-boy-App installieren und die Seite fotografieren.

«Wehweh und Bobo» wächst mit

Nicht nur Kinder kommen in die Pubertät, auch bei «Wehweh und Bobo» ist es 2012 so weit:
Die Zeit ist reif für eine neue Kursserie.



Werden die Kinder älter, wird die Drogerie seltener besucht. In diesem Alterssegment ist deshalb noch viel Potenzial vorhanden. Daniela Brechbühl, Inhaberin der Dropa Drogerie in Lyss und ebenfalls Mitglied des SDV-Zentralvorstandes, ist überzeugt: «Die Zielgruppe der Pubertierenden ist für die Drogerie spannend und sehr wichtig. Sie bietet die Möglichkeit, in der Drogerie über neue Themen zu sprechen und die Familie ganzheitlich abzuholen.»

Die neuen Kurse

Die erstmals für Herbst 2012 geplanten Kurse richten sich an Eltern und Erziehende von schulpflichtigen Jugendlichen ab etwa zehn Jahren. «Ich bin sicher, dass wir an den Erfolg von «Wehweh und Bobo» anknüpfen können», so Raphael Wyss. «Bei älteren Kindern und Jugendlichen tauchen neue Probleme und Fragen auf, die wir als Experten aufgreifen und beantworten können.» Zudem sei die Zielgruppe positiv für das Image der Drogerien, ergänzt Wyss: «Wir alle möchten die erste Anlaufstelle für Fragen rund um Gesundheit, Schönheit und Wohlbefinden sein. Das ist Knochenarbeit und mit viel Engagement verbunden. Packen wir die Chancen, die uns die neue Kursserie bieten wird. So können wir uns auf dem Markt erneut als kompetente Berater positionieren.»

Im kommenden Jahr sind deshalb zehn Pilotkurse geplant, die sorgfältig durchgeführt und ausgewertet werden. Neben den Abendveranstaltungen bietet das Thema «Pubertät» eine gute Möglichkeit, bei der Zielgruppe über diverse Kanäle präsent zu sein und so die Wirkung der Kurse weit hinausstrahlen zu lassen. Deshalb werden neue Partnerschaften mit Fachmedien, öffentlichen Institutionen, Beratungs- und In-

formationsstellen für Erziehende von Jugendlichen angestrebt, um die Kurse bei möglichst vielen Menschen bekannt zu machen. Die detaillierten Kursthemen, sämtliche Unterlagen und Werbemittel werden in der ersten Jahreshälfte 2012 erarbeitet und auf die Bedürfnisse der Zielgruppe «Eltern von Pubertierenden» ausgerichtet.

Was geschieht mit «Wehweh und Bobo»?

Die bewährte Kursserie für die Betreuenden von kleinen Kindern wird nicht aufgegeben. Nein, die Kurse sollen zu einem späteren Zeitpunkt erneut angeboten werden. Geplant ist, die beiden Kursthemen alternierend anzubieten. Das heisst beispielsweise: 2012 finden die Kurse «Eltern und Erziehende von Jugendlichen» statt, 2013 «Wehweh und Bobo», 2014 «Eltern und Erziehende von Jugendlichen» und so weiter. Denn die Auswertung der Abendveranstaltungen hat ergeben, dass rund 90 Prozent der Teilnehmenden etwas gelernt haben und den Kurs weiterempfehlen würden. Zudem zeigte das grosse Interesse verschiedener Lokalradiostationen, entsprechender Fachmedien sowie die Anfragen von Schulen und Kindergärten für weitere Vorträge, dass die Kurse in der Bevölkerung auf ein grosses Wissensbedürfnis stossen.

Annina Stocker

Gemeinsam zum Erfolg

Wie bei «Wehweh und Bobo» können Sie als Drogistin oder Drogist den Erfolg der neuen Kurse massgeblich beeinflussen. Wie Sie die Kurse bewerben und dabei sein können, erfahren Sie in den kommenden Monaten im *d-mail* und *d-inside*.

Homöopathie und Wissenschaft

Die zwei wichtigsten Kritikpunkte an der Homöopathie waren bisher das «Fehlen» der Wirksubstanz und ein unabhängiges Testsystem. Doch dank neuen Untersuchungsmethoden wird die Homöopathie langsam eines: wissenschaftlich fassbar.

Wissenschaft schafft Wissen. Sie erklärt Dinge, indem sie logische Abläufe aufzeigt, und macht damit einen Prozess verständlich. Was verstanden wird, kann wiederum – dem Bedürfnis entsprechend – genutzt werden. Als logische Folge bedeutet das aber gleichzeitig, dass alles, was nicht erklärt und verstanden wird, als Hokusfokus, Unfug oder Einbildung gilt. Auf diese zweiseitige Art schafft Wissenschaft Wissen und setzt gleichzeitig Grenzen. Ausgegrenzt oder gar verachtet wird alles, was nicht auf wissenschaftliche Weise erklärt werden kann. Dies hat die Homöopathie zeitlebens erfahren müssen.

Die Voten der Kritiker

Die Homöopathie arbeitet nach dem Ähnlichkeitsprinzip: Sie behandelt Ähnliches mit Ähnlichem. Werden aber bei dieser Behandlungsmethode stoffliche Konzentrationen eingesetzt, sind die Nebenwirkungen oftmals ziemlich stark. Aus diesem Grund hat **Samuel Hahnemann** 1796 «sein» Verfahren der *Potenzierung* proklamiert¹. Mit diesem Verdünnungsverfahren konnte er die bis anhin zahlreichen Nebenwirkungen abschwächen. Doch Hahnemanns Homöopathie-Prinzip hat als Therapieform einen schweren Stand. Als Folge der Potenzierung sinkt nämlich die Menge an messbarer Substanz in den subatomaren Bereich. Damit wird der eigentliche Wirkstoff für die Naturwissenschaft nicht mehr nachweisbar. Schon zu Hahnemanns Zeiten wurde daher die homöopathische Medikation mit einem grossen Fragezeichen versehen. «Es ist nichts als eine Quacksalberei!», «Wie soll «Nichts» wirken?» meinten kritische

Stimmen. Zusätzlich zur Wirkungslosigkeit wird der Homöopathie zeitweise sogar eine «Gefährlichkeit» zugesprochen. Gemäss einer Publikation aus dem Jahr 2004 führt die Homöopathie nämlich dazu, dass Krankheiten erst viel zu spät «normal» therapiert werden. Dabei könne eine medizinische Unterversorgung entstehen, die bei akuten Notfällen lebensgefährlich ist³.

Wird ein Medikament normalerweise in der evidenzbasierten Medizin eingesetzt, hat es zahlreiche wissenschaftliche Untersuchungen hinter sich. «Wissenschaftlich» bedeutet in diesem Zusammenhang, dass der Effekt durch randomisierte, doppelblind angelegte Studien und durch Placebo-kontrollen belegt worden ist. Das heisst, dass die erhaltenen Forschungsergebnisse an einem x-beliebigen Ort auf der Welt durchgeführt werden können und dabei die gleichen Resultate erzielt werden. Zwar können diese Anforderungen – auch in der konventionellen Medizin – nicht immer eingehalten werden, wie das Beispiel der Chirurgie zeigt: Hier ist es aus prinzipiellen Gründen nicht möglich, den Arzt resp. den Chirurgen zu «verblenden». Doch der Homöopathie fehlt diese Art der Nachweisbarkeit vergleichsweise komplett. In der Wirksamkeitsabklärung homöopathischer Arzneimittel notiert sich nämlich ein gesunder Proband alle Symptome, welche bei ihm durch ein bestimmtes homöopathisches Mittel hervorgerufen werden. Die Beschreibung der Wirksamkeit beruht also auf einer Selbstbeobachtung. Es wird dabei keine «erwartete Wirksamkeit» überprüft, sondern festgehalten, ob und welche Symptome durch die Einnahme des homöopathischen Mittels hergerufen >



Durch intensive Forschung und zahlreiche Experimente ein interessantes neues Testsystem für die Homöopathie charakterisieren: den Apfelsamen.

werden. Die Objektivität der Arzneimittelabklärung ist damit verständlicherweise infrage gestellt.

Gesetz und Wissenschaft schaffen Grenzen

In der EU besteht seit 2001 eine Regelung, die das Zulassungsverfahren für homöopathische Arzneimittel festlegt. Sie bestimmt seit der Überarbeitung aus dem Jahre 2004 (Richtlinie 2001/83, 2004/27⁴), dass es für eine Neuzulassung eines homöopathischen Arzneimittels keine naturwissenschaftlichen Tests mehr braucht.

«Es werden interdisziplinäre Ansätze genutzt und etablierte Analysen verwendet, um die notwendige Objektivität zu liefern.»

In der Schweiz hingegen wird die Zulassung homöopathischer Arzneimittel im Heilmittelgesetz geregelt (HMG Art.14). Seit dem 17. Mai 2009 gilt zudem, dass die Komplementärmedizin und damit auch die Homöopathie in der Bundesverfassung verankert werden soll.

Aus diesem Grund wird ab 2012 die Homöopathie – neben vier weiteren komplementärmedizinischen Behandlungsmethoden – während sechs Jahren unter bestimmten Voraussetzungen von der obligatorischen Krankenkassenversicherung bezahlt. Die Datenakquisition dieser provisorischen Regelung wird Ende 2015 abgeschlossen sein, und nach der Analyse der erhobenen Daten wird über das weitere Vorgehen entschieden. Die fünf Komplementärtherapien werden auf die drei Kriterien der Wirksamkeit, Zweck-

mässigkeit und Wirtschaftlichkeit überprüft. Diese WZW-Kriterien gelten als Basis für die Aufnahme einer Therapie in die Grundversicherung des schweizerischen Krankenkassensystems⁵. Für die Homöopathie bedeutet das, dass es extrem wichtig wird, dass die Wirksamkeit auf naturwissenschaftlicher Basis erfolgen kann. Es braucht also Studien, deren Resultate wiederholbar sind und die ganz klar Placeboeffekte ausschliessen.

Die zwei fehlenden Variablen

Die zwei wichtigsten Kritikpunkte, nämlich das «Fehlen» der Wirksubstanz und ein unabhängiges Testsystem, bieten ein grosses Tummelfeld für Skeptiker der Homöopathie. Doch Anfang 2010 dann ein wichtiger Wendepunkt: «The Scientific World Journal» publiziert die aktuellsten Daten⁶ des Schweizer Forschungsteams der KIKOM (Kollegiale Instanz für Komplementärmedizin der Universität Bern). Unter der Leitung von **Dr. Stephan Baumgartner** von der KIKOM und **Dr. Eric Wyss** vom Forschungsinstitut für biologischen Landbau FiBL in Frick ist es einem interdisziplinären Team gelungen, durch intensive Forschung und zahlreiche Experimente ein interessantes neues Testsystem zu charakterisieren: den Apfelsamen. In den Experimenten ersetzt er den Menschen und damit den subjektiven Informanten, das mitdenkende Wesen. Der Apfelsamen hat allen naturwissenschaftlichen Bedingungen, den

Gut zu wissen

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



Als Messkriterium für die Gesundheit des Samens werden das Wachstum und das Gewicht des Setzlings analysiert.

randomisierten, doppelblinden und placebokontrollierten Studien mit homöopathischen Arzneimitteln, standgehalten⁶. In der publizierten Studie wurden jungen Apfelbäumchen, die aus Apfelsamen gezogen wurden, bewusst durch die mehligte Apfelbaumlaus geschädigt, um damit eine «Krankheit» zu simulieren. Als Messkriterium für die Gesundheit des Samens wurden das Wachstum und das Gewicht des Setzlings analysiert. Alle Testpflanzen (inklusive der notwendigen Kontrollen) wurden unter den gleichen standardisierten Bedingungen gehalten und die Gesamtheit der Experimente standardisiert durchgeführt. Getestet wurde der homöopathische Einsatz von *Lycopodium clavatum* und von Nosoden der Blattlaus selbst. Diese Arzneimittel wurden mit den Potenzen C6, C15 und C30 eingesetzt. Hierfür wurden die Substanzen in 250 ml Wasser gelöst, wovon 20 ml appliziert wurden.

Der Nachweis

Das Forschungsteam konnte zeigen, dass tatsächlich ein genesender Effekt bei einer homöopathischen Applikation ersichtlich war. Sie haben damit ein Modellsystem präsentiert, das als «nicht denkendes» Wesen im Prinzip jederzeit an irgendeinem Ort auf der Welt zur Analyse von homöopathischen Arzneimitteln eingesetzt werden kann. Zwar ist Dr. Baumgartner selbst noch etwas vorsichtig, was die Endaussage über das Testsystem aussagt. So weist er in der Publikation lediglich darauf hin, dass Pflanzen auch in der Homöopathie als effektive Testsysteme wirken könnten. Doch die Schwankungen der Resultate seien noch relativ gross, weshalb weitere Optimierungen notwendig sind. Doch damit – das ist unbestritten – liefern diese Resultate die Möglichkeit der stetig geforderten Objektivität in der homöopathischen Arzneimittelanalyse. Unterstützung bekommt das Schweizer Forschungsteam von der deutschen Biochemikerin und Homöopathin **Dr. Karin Lenger**. In ihren Studien weist sie die homöopathische Menge mit einer physikalischen Messmethode nach. Sie zeigt, dass die homöopathischen Globuli eine unterschiedliche Wirkung auf ein bewusst gesetztes Magnetfeld haben. Dieser Analyse zugrunde liegt die Errungenschaft des deutschen Biophysikers **Fritz A. Popp** aus dem Jahre 1975. Er hat nämlich gezeigt, dass lebende Organismen sogenannte Biophotonen (Licht) ausstrahlen. Jede Substanz – also jedes Kügelchen – hat so ein eigenes Frequenzmuster. Dieses Frequenzmuster wiederum hat eine magnetfeldverändernde Wirkung. Aus diesem Grund hat Dr. K. Lenger anhand eines Tesla-Flachspulen-Systems ein Magnetfeld erzeugt, in das sie homöopathische Globuli gebracht haben. Diese haben – nach dem Resonanzprinzip – das Feld verändert und es gedämpft. Je nach homöopathischer Beschichtung war die Verdrängung unterschiedlich. Ein solcher Effekt lässt sich nur dadurch erklären, dass die unterschiedlichen homöopathischen Mittel eine unterschiedliche Menge an Photonen abstrahlen. Somit gelang ihr ein indirekter Beweis für das Vorhandensein der subatomaren Substanzen. In einem zweiten physikalischen Versuch hat Dr. K. Lenger die



Ihre Empfehlung bei Schnupfen Jetzt im Fokus bei Ihren Kunden:

Emser® Nasendusche & Emser Salz®

- lindern typische Schnupfen-Symptome effektiv und ganz natürlich
- lösen feststehenden Schleim
- lassen die Nasenschleimhaut abschwellen
- die unkomplizierte Lösung bei:
 - akuter und chronischer Rhinitis
 - akuter und chronischer Nebenhöhlenentzündung



Die ideale Zusatzempfehlung:
Emser® Nasensalbe sensitiv – pflegt die wund Nase



Attraktive Platzierung im Emser® Modul Ihres Sidroga® Langzeitdisplays

www.emser.ch

Infos zum Emser® Sortiment im Sidroga® Langzeitdisplay. Tel.: 061/8750075

Emser Salz®. (Analysedaten in g/kg: Li⁺ 0,21; Na⁺ 290,9; K⁺ 6,11; Mg²⁺ 0,291; Ca²⁺ 0,016; Mn²⁺ 0,0001; Fe^{2+/3+} 0,003; F⁻ 0,078; Cl⁻ 188,4; Br⁻ 0,202; I⁻ 0,005; NO³⁻ 0,355; SO₄²⁻ 9,24; HCO₃⁻ 474,4; CO₃²⁻ 14,0). **Anwendungsgebiete:** Zur Behandlung von akuten und chronischen katarrhalischen Erkrankungen der Nase und Nasennebenhöhlen, des Rachens, des Kehlkopfes und der Bronchien. **Anwendungsbeschränkungen:** Überempfindlichkeit gegenüber den Inhaltsstoffen, Atemnot bei früheren Inhalationen, bei Schwangerschaft und Stillzeit nach Rücksprache mit dem Arzt/der Ärztin. **Nebenwirkungen:** bei Nasenspülungen im Einzelfall leichtes Nasenbluten, bei Inhalation Reizung mit Atemnot bei sehr empfindlichem Bronchialsystem. Abgabekategorie: D. Sidroga AG; CH-4310 Rheinfelden.

Photonen der Globuli verstärkt (Photoelektronenvervielfacher). Die Bestrahlung mit Weisslicht bewirkt, dass die Photonen angeregt werden. Diese verstärkte Photonenemission kann dann gemessen werden. Dieses Experiment hat wissenschaftlich gezeigt, dass homöopathische Substanzen nicht nur Photonen abgeben, sondern dass dieser Abgabeeffekt bei höheren Potenzen stärker ausfiel. Das bedeutet, dass stärker verdünnte Proben (höhere Potenzen) eine stärkere Photonenemission aufweisen und damit einen grösseren Effekt auf den Organismus haben. Im Gegensatz dazu haben Placeboglobuli keine Emission gezeigt. Mit diesen Versuchen zeigt Dr. Lenger, dass vor allem hochpotenzierte homöopathische Heilmittel Photonen speichern können und unter spezifischen Bedingungen wieder an die Umwelt abgeben.

Es scheint so, als finde die Homöopathie langsam einen Weg durch das Getriebe der naturwissenschaftlichen Zahnräder. Und zwar genauso eigen und speziell, wie es die homöopathische Therapie selbst ist: Es werden interdisziplinäre Ansätze genutzt und etablierte Analysen verwendet, um die notwendige Objektivität zu liefern. Dadurch wird die Homöopathie zwar «wissenschaftlich» fassbar, doch ihre Wirkungsweise bleibt weiterhin ein spannendes Rätsel.

*Julia Burgener, Msc. in Humanbiologie,
Leiterin Wissenschaftliche Fachstelle SDV*



Alle Testpflanzen werden unter den gleichen standardisierten Bedingungen gehalten und die Gesamtheit der Experimente standardisiert durchgeführt.



Jede Seite ist interaktiv.

Dieses Symbol kennzeichnet Artikel mit zusätzlichen Extras. Paperboy-App installieren und die Seite fotografieren.

- ¹ «Jedes wirksame Arzneimittel erregt im menschlichen Körper eine Art von eigner Krankheit, eine desto eigentümlichere, ausgezeichnetere und heftigere Krankheit, je wirksamer die Arznei ist. Man ahme der Natur nach, welche zuweilen eine chronische Krankheit durch eine andre hinzukommende heilt und wende in der zu heilenden (vorzüglich chronischen) Krankheit dasjenige Arzneimittel an, welches eine andre, möglichst ähnliche, künstliche Krankheit zu erregen im Stande ist und jene wird geheilet werden; Similia similibus.» Samuel Hahnemann, 1796
- ² Ferdinand Gottlieb von Gelim: Kritik der Principien der Homöopathie. Osiander, 1835
- ³ Erika Scheiwiler-Mural: Homöopathie bei akuten Erkrankungen und Notfällen, S. 247, Urban & Fischer, 3. Aufl., 2004
- ⁴ Mit der Novellierung der Richtlinie im Jahr 2004 (2001/83/EG) durch die RL 2004/27/EG wurde u. a. auch der Arzneimittelbegriff präzisiert. Demnach sind Arzneimittel gemäss Art. 1 Ziff. 2 RL 2001/83/EG n.F.
 - a) alle Stoffe oder Stoffzusammensetzungen, die als Mittel mit Eigenschaften zur Heilung oder zur Verhütung menschlicher Krankheiten bestimmt sind, oder
 - b) alle Stoffe oder Stoffzusammensetzungen, die im oder am menschlichen Körper verwendet oder einem Menschen verabreicht werden können, um entweder die menschlichen psychologischen Funktionen durch pharmakologische, immunologische oder metabolische Wirkung wiederherzustellen, zu korrigieren oder zu beeinflussen oder eine medizinische Diagnose zu erstellen.
- ⁵ Die Kriterien Wirksamkeit, Zweckmässigkeit und Wirtschaftlichkeit stehen damit so zueinander, dass die Wirksamkeit sowohl die Zweckmässigkeit als auch die Wirtschaftlichkeit einer Therapie begründet. Die Wirksamkeit wird indes basiert auf dem naturwissenschaftlichen Nachweis.
- ⁶ Eric Wyss, S. Baumgartner. Homeopathic Preparations to control the Rosy Apple Aphid. The Scientific World Journal (2010)10, 38-48
- ⁷ K. Lenger., Homeopathic potencies identified by a new magnetic resonance method. Subtle Energies & Energy Medicine 2006, 15 (3)
K. Lenger et al. Delayed luminescence of high homeopathic potencies on sugar globuli. Homeopathy 97, 2008 (3)
K. Lenger. A new biochemical model of homeopathic efficacy in patients with different diseases. Subtle Energies & Energy Medicine 2010, 19 (3)

Die Westschweiz hat aufgeholt

2012 feiert «besser gesund» bereits seinen dritten Geburtstag. Erneut haben namhafte Unternehmen die Gesundheitstipps bestellt.

Die Akquisitionsphase im Sommer/Herbst 2011 war intensiv. Doch dank über tausend Telefonaten mit potenziellen Kunden konnten bis Ende November siebzig Unternehmen mit fast 26 000 Mitarbeitenden für die Aktion «besser gesund» 2012 gewonnen werden. Dabei zeigte besonders die intensive Bearbeitung der Westschweiz mit Mailings, Telefonaten und einem Mediencommuniqué Erfolg: Es trafen beim SDV viel mehr Bestellungen durch französischsprachige Unternehmen ein als in den Vorjahren. Die Gesundheitstipps bestellt haben unter anderem die Groupe E Connect SA mit über 500 Mitarbeitenden, Le Patron Orior Menu AG mit mehr als 300 Beschäftigten sowie Maurice Lacroix SA und RegionAlps SA. Aber auch die Zahl der Bestellungen aus der Deutschschweiz kann sich sehen lassen: Als grösstes nationales Unternehmen ist die Swisscom mit rund 16 000 Beschäftigten mit an Bord. Neu dabei ist erstmals die Fielmann AG mit über 1000 Mitarbeitenden. Zudem erhalten bei der Trisa AG etwa 1000 Mitarbeitende, bei der Loeb AG über 500 und bei den Rigi Bahnen 130 Mitarbeitende zehnmal pro Jahr einen Gesundheitstipp. Dieser wird wie 2011 jedes Mal Gutscheine, einlösbar in der Drogerie, enthalten. Die Liste mit allen teilnehmenden Firmen finden Sie auf www.drogoserver.ch (Ordner «besser gesund»).

Erfolgreiche Partnerschaften

Die Zusammenarbeit mit der vivit gesundheits ag hat sich bewährt. Sowohl während der Akquisitionswochen als auch bei den Kommunikationsaktivitäten unter dem Jahr konnten beide Partner von der gegenseitigen Unterstützung profitieren. Nebst Kontaktvermittlungen von potenziellen Firmenkunden hat ein vivit-Kunde expli-

zit den Wunsch geäussert, ein Referat für die Mitarbeitenden durch eine Drogistin oder einen Drogisten zum Thema «Fit durch den Winter – Grippe und Erkältungen vorbeugen» zu buchen. Dieser Bitte ist der SDV zusammen mit der vivit gerne nachgekommen. Das Referat wurde aufgebaut, Referenten gesucht und die Unterlagen zusammengestellt. Im November 2011 haben erstmals drei Vorträge in Luzern und einer in Schlieren stattgefunden. Wie hoch das Bedürfnis der Unternehmen künftig ist, wird sich zeigen. Die Aktion «besser gesund» wurde durch diverse Fachmagazine für kleine und mittlere Unternehmen aufgenommen und thematisiert. Ein Inserat, redaktioneller Beitrag, Kurzhinweis oder ein Interview zum Thema Gesundheit am Arbeitsplatz sind unter anderem in «Organisator – Fit im Job», «HR Today», «Persorama», «KMU-Magazin» und in der «Gewerbezeitung» erschienen. Auch die Branchenversicherung hat ihre Mitglieder mit Flyern und einem Artikel in ihrer Mitgliederzeitschrift auf die Aktion aufmerksam gemacht.

Der Erste

Industriepartner für den ersten Gesundheitstipp im neuen Jahr ist die Spirig Pharma AG. Im Februar 2012 steht das grösste Körperorgan des Menschen im Zentrum, die Haut. Sie ist das Grenz- und Kontaktorgan zur Umwelt und gleichzeitig ein empfindlicher Spiegel der Seele. Die

Leserinnen und Leser des Gesundheitstipps erfahren unter anderem, wie der natürliche Schutzmechanismus der Haut durch die richtige Pflege erhalten werden kann.

Zusätzlich zu den wertvollen Tipps finden die Leser einen Gutschein für zwanzig Prozent Rabatt auf das ganze Excipial-Hautschutz-Konzept.



Anania Hostettler

Starker Franken: Fluch oder Segen?

Firmen- und Wirtschaftsexperten rechnen mit tieferen Medikamentenpreisen und sinkenden Margen. Die Grosskonzerne machen aber weiterhin Gewinne. Am meisten unter den Währungseinbrüchen leiden die grenznahen Drogerien – und die Endkonsumenten profitieren nur teilweise von tieferen Preisen.

Vergangenes Jahr war es die Schweinegrippe, die den Menschen Angst machte. Dieses Jahr ist es eine Krankheit, die zwar keine Menschen befällt, dafür aber die Aktien- und Devisenmärkte der Eurozone: Die «Schuldengrippe» hält die Welt in Atem. Die Währungseinbrüche haben auch auf die Schweizer Pharmaindustrie tiefgreifende Auswirkungen. Branchenbeobachter rechnen mit mehr Sparmassnahmen im Gesundheitssystem, sinkenden Margen in praktisch allen Branchensegmenten und tieferen Medikamentenpreisen.

Obwohl von den grossen europäischen Ländern wie Deutschland, Frankreich und Grossbritannien bisher noch keine neuen Sparbemühungen bezüglich Medikamentenpreise bekannt sind, ist **Dominik Hotz** von PWC Consulting überzeugt, dass angesichts der grossen Verschuldung diverser Länder von einem zunehmenden Druck auf die Preise von rezeptpflichtigen und OTC-Medikamenten auszugehen ist. «Bestimmt wird bei den stetig steigenden Gesundheitskosten gespart werden», sagt er gegenüber der Zeitung «Der Bund».

Auch **Jürgen Zürcher** vom Wirtschaftsprüfer Ernst & Young warnt: «Wird die Preisdifferenz der Medikamente zwischen den einzelnen Ländern zu gross, wird dies in den Staaten mit höheren Preisen für neuen Druck sorgen.»

Die Grossen klagen am lautesten

Die Preise in Deutschland sind zurzeit so tief, dass die Pharmabranche auf zwei Dinge hofft: Der starke Franken fällt und die Geschäfte laufen wieder besser.

So liess der starke Franken den Roche-Umsatz schrumpfen. Wie Roche im Oktober mitteilte, hat der Konzern in den ersten neun Monaten 2011 einen Umsatz von 31,5 Milliar-



fotolia.de

den Franken erzielt – das sind 13 Prozent weniger als im Vorjahr. Grund: Neben dem starken Franken machen der Firma auch die rückläufigen Verkäufe des Grippemittels Tamiflu zu schaffen. Für das gesamte Geschäftsjahr geht die Firma von einem Rückgang des Kernbetriebsgewinns von 15 Prozent aus. Der Basler Pharmakonzern Novartis ist in der gleichen Zeit weiter gewachsen. Der Umsatz kletterte um 20 Prozent auf 43,8 Milliarden Dollar. Der Betriebsgewinn stieg derweil um 14 Prozent auf 12,4 Milliarden Dollar, was eine Marge von 28,2 Prozent ergibt. Der Konzerngewinn stieg ebenfalls: um 14 Prozent auf 10,5 Milliarden Dollar. Das Pharmageschäft, die umsatzstärkste Sparte, wuchs währungsbereinigt um 3 Prozent. Das starke Wachstum der erst kürzlich eingeführten Medikamente setzte sich dabei fort. Zu beklagen hat Novartis sinkende Verkäufe umsatzstarker Produkte, die wegen des auslaufenden Patentschutzes von günstigeren Nachahmerprodukten konkurrenziert werden.

Hohe Marge trotz Preisdruck

Wer nun meint, dass der Druck auf die Medikamentenpreise bewirke, dass die Pharmaindustrie einen Teil ihrer Gewinnmarge hergibt, hat sich geirrt: Um wettbewerbsfähig, beweglich und marktnah zu bleiben, werden Kosten gesenkt und die Produktivität gesteigert, was den neusten Mitteilungen zufolge zum Stellenabbau führt.

Betroffen von den starken Währungseinbrüchen sieht sich auch Galenica: «Wir erarbeiten rund zwei Drittel unserer Ergebnisse in Dollar und Euro – zahlen die Löhne von 6000 unserer insgesamt 7000 Mitarbeiter jedoch in Schweizer Franken aus», sagt **Christina Hertig**, Leiterin Kommunikation. Der Währungseinbruch von Euro und Dollar könne nur zu einem kleinen Teil in Europa kompensiert werden – und zwar dort, wo die Gruppe eigene Verkaufsorganisationen führt. In den USA, ihrem wichtigsten Markt, sei dies jedoch nicht möglich.

Die neusten Zahlen zeigen zwar, dass der Hersteller unter dem Euro- und Dollartief leidet, aber dennoch erfolgreich wirtschaftet: Der Nettoumsatz von Galenica stieg im ersten Halbjahr 2011 um 3,6 Prozent auf 1581,2 Millionen Franken, und der Gruppenge-

winn wuchs um 4,4 Prozent auf 122,6 Millionen Franken. Trotzdem beklagt sich Hertig: «Ohne Währungseffekte wäre der Gewinn um 17 Prozent gestiegen.»

Wirtschaften wie Dagobert Duck?

Kommt hinzu: «Sowohl der grenznahe Einkauf als auch der Internethandel setzen die Preise in der Schweiz ebenfalls unter Druck. Tiefere Umsätze lassen dabei auch die realen Margen schwinden», erklärt Hertig. Aber auch die wachsende Konkurrenz in der Schweiz selbst dränge Hersteller und Verkaufsstellen, ihre Produktkosten zu senken, was wiederum tiefere Margen zur Folge habe. Im Falle der Euro-Währungsschwankung hat sich Galenica bei ihren Lieferanten dafür eingesetzt, die Preisdifferenz den Kunden weitergeben zu können.

So haben im letzten August sowohl die Galenica-Tochter Galexis als auch Voigt bekanntgegeben, dass sie mit ihren Lieferanten Preissenkungen von durchschnittlich 10 Prozent ausgehandelt haben, die sie vollumfänglich dem Fachhandel weitergegeben werden: Galexis bei über 5500 Artikeln, hauptsächlich aus den Bereichen Pharma und Kosmetik, und Voigt bei rund 2000 Lagerartikeln – darunter OTC-Produkte, Körperpflegeartikel, Phytopharmaka, Putzmittel und Reformprodukte. Hinzu kommen bei Voigt weitere zehn stark nachgefragte Produkte, welche durch die Tochterfirma Voigt International AG für die Kunden der Voigt AG aus dem EU-Raum parallelimportiert wurden, die nun laut Verkaufsleiter Fredy Gremlich ebenfalls rund 10 bis 40 Prozent billiger weiterverkauft werden. Weitere solche Angebote für die Voigt-Kunden sollen folgen.

Kleine Firmen gefährdeter

Beide Grossisten gaben an, damit ihre Kunden stärken zu wollen. Müssten aber die Preise nicht dem Euro-Kurs von 1.20 Franken angepasst werden und somit rund 20 Prozent billiger sein? Hertig dazu: «Nein. Denn die Herstellungskosten eines Produktes sind nur ein Teil des Gesamtproduktpreises – auch bei importierten Produkten. Alle anderen Leistungen, die in der Schweiz erbracht werden, müssen von den Lieferanten auch in Schweizer Franken bezahlt werden.» Trotzdem fordern die Konsumenten, dass die Preise in der Schweiz auf das Niveau der Nachbarländer angeglichen werden – das hätte Konsequenzen: «Es müsste vermehrt bei den Infrastrukturkosten gespart werden. Für Detailhändler, welche nur noch wenig Spielraum haben, um ihre Ausgaben noch mehr zu senken, wird es schwierig, zu überleben. Ausserdem würden auch viele Unternehmen gezwungen sein, ihre Löhne anzupassen.»

Um die Wettbewerbsfähigkeit ihrer Unternehmen sicherzustellen, hat Galenica bereits Massnahmen getroffen: «Wir begegnen der Situation mit einem straffen Kostenmanagement in allen Geschäftsbereichen. Ausserdem prüfen wir im Geschäftsbereich Pharma bei einer neuen Anstellung, ob die jeweilige Person auch im Ausland arbeiten könnte. Weiter werden Investitionen und Anschaffungen wenn möglich in Euro, Dollar oder britischen Pfund getätigt.» ➤

Alle sitzen im selben Boot

Weniger grossen Spielraum betreffend Sparmassnahmen haben kleinere Firmen. So käme eine Form des Sparens wie Mitarbeiter zu entlassen, für Interdelta nur als letzte Massnahme infrage. Geschäftsführerin **Ursula Götschmann** hat ihre eigene Philosophie: «Wir wollen vor allem zufriedene Kunden. Um dieses Ziel zu erreichen, pflegen wir aktiv Partnerschaften, bieten unseren Kunden qualitativ hochstehende Produkte und Beratungen. Deshalb bin ich auf gute Mitarbeiter angewiesen.» Schliesslich müsse auch der Endkonsument zufrieden sein, damit die Zahnräder harmonieren. Deshalb hat Götschmann entschieden, bei rund vierzig Artikeln aus dem EU-Raum die Kursgewinne mittels eines Zusatzrabattes von zehn Prozent an ihre Kunden weiterzugeben. Dabei handelt es sich vor allem um Medizinprodukte.

Für den gleichen Schritt entschieden haben sich auch ebi-pharm und ebi-vital: Seit Oktober gewähren sie auf ausgewählten Produkten aus dem EU-Raum zwischen 4 und 11,3 Prozent Rabatt.

Wie bei Interdelta sind auch diese Rabatte eine Mischrechnung: «Dabei haben wir in Abwägung der individuellen Produktkosten wie zum Beispiel anfallende Zulassungs-, Marketing- und Logistikkosten entschieden, per 1. Oktober 2011 die Preise auf ausgewählten Produkten währungsbedingt zu senken. Auch haben wir während der letzten Jahre diverse Preiserhöhungen unserer Lieferanten aufgrund des Eurokurses nicht an unsere Kunden weitergegeben», sagt **Ueli Abderhalden**, Leiter Verkauf. Eines ist klar: Laut Ueli Abderhalden werden aufgrund der kommunizierten Preissenkungen die Umsätze der betroffenen Produkte im nächsten Jahr sinken.

«Es ist eine Illusion»

Doch wie tragisch ist der starke Franken für die Pharmabranche tatsächlich? «In dieser Krise ist das Schlimmste die Brutalität im zeitlichen Ablauf. Alle Firmen haben ihr Budget für dieses Jahr auf 1.40 Franken pro Euro gemacht», sagt Pharmaunternehmer und Präsident der Freiburger Handelskammer **René Jenny** gegenüber den «Freiburger Nachrichten».

Er rät deshalb: «Firmen, die nicht mit 1.20 Franken leben können, sollten 1.30 bis 1.35 Franken anpeilen. Es ist eine Illusion, Preise auf EU-Niveau zu haben.»

Bei den Drogisten läuten die Alarmglocken

Klar ist: Der Patient muss in Zukunft in fast allen gesundheitlichen Belangen tiefer in die Tasche greifen. Sei es für Praxis- und Medikamentengebühren, Zusatzversicherungen oder privat zu tragende Behandlungskosten. Kein Wunder, dass einige Drogeriekunden für Produkte wie Aspirin kurz über die Grenze flitzen. Vielen Drogerien macht dieser Wandel Sorgen – so auch **Marisa Gadeschi** von der

Drogerie Girasole in Vicosoprano (GR): «So etwas wie diesen Sommer habe ich noch nie erlebt. Wegen des tiefen Euros habe ich fast einen Drittel meiner Kunden verloren. Vor allem die Italiener bleiben aus.» Aber auch deutsche Touristen würden nur kaufen, was gerade auf ihrer Einkaufsliste steht. Dass Gadeschi gleich viele Kunden fehlen, verkraftet sie nicht so leicht. «Bei einer Einwohnerzahl von lediglich 1600 Personen bin ich natürlich auf ausländische

«Eine interne Datenanalyse zeigt, dass der Gesamtumsatz im kommenden Jahr mehr oder weniger stabil bleiben wird.»

Martin Bangerter, Zentralpräsident des Schweizerischen Drogistenverbands

Kunden angewiesen», sagt sie. Dennoch seien aber die meisten ihrer Schweizer Kunden treu geblieben. Grund: «Sie schätzen hohe Qualität und kompetente Beratungen.» Um längerfristig wieder mehr Kunden anzulocken, hat Gadeschi einige ihrer Standardprodukte wie Schüssler-Salze, Perskindol oder ausgewählte Dr. Vogel-Produkte um zehn Prozent reduziert.

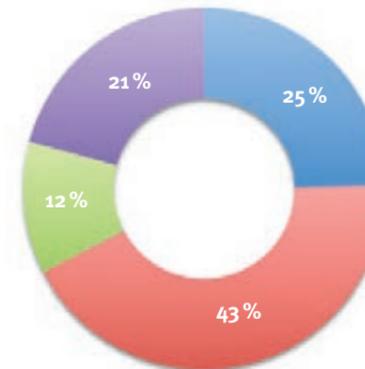
Dass Konsumenten gleich scharenweise ins Deutsche abrauschen, spürt auch **Urs Hottiger**, Inhaber der Drogerie-Reformhaus-Naturheilpraxis in Stein am Rhein (SH). «Seit August 2010 habe ich monatlich rund 15 Prozent weniger Kunden.» Dies wirkt sich auch auf den Umsatz aus: Im Jahr 2010 erwirtschaftete er rund 10,5 Prozent weniger Umsatz gegenüber dem Vorjahr. «Ich erlebe, dass viele Schweizer ihre Produkte lieber im deutschen Singen als bei mir einkaufen – und den Deutschen ist unser Angebot zu teuer.» Um zu überleben, müssen vor allem kleinere Drogerien unangenehme Massnahmen treffen. «Wenn die Situation so bleibt, müssen wir versuchen, noch mehr Kosten zu sparen. Viele Drogerien werden gezwungen sein, Ausbildungs- und im schlimmsten Fall sogar Arbeitsplätze zu streichen.» Dieses Problem betrifft vor allem Drogerien in den Grenzregionen. Besser positionierte Geschäfte hingegen wachsen, weiss **Martin Bangerter**, Zentralpräsident des Schweizerischen Drogistenverbands: «Eine interne Datenanalyse zeigt, dass der Gesamtumsatz der Branche im kommenden Jahr mehr oder weniger stabil bleiben wird.»

Vanessa Naef

Online-Umfragen

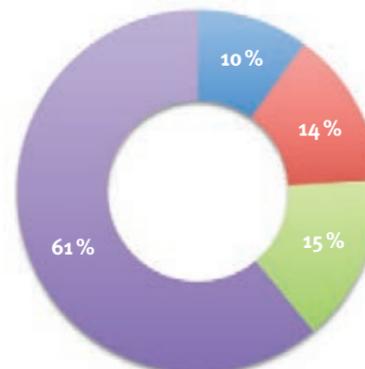
Ergebnis der letzten Online-Umfragen:

Wo suchen Sie Informationen zur Anwendung eines Arzneimittels?



- 25% Ich schlage jeweils im Kompendium, das jährlich als Buch erscheint, nach.
- 43% Ich suche jeweils online auf www.kompendium.ch.
- 12% Ich suche online via Suchmaschine.
- 21% Ich benutze andere Quellen.

Wie hat sich Ihr Umsatz in den ersten neun Monaten 2011 entwickelt?



- 10% Viel besser als im Vorjahr (>5%).
- 14% Besser als im Vorjahr (<5%).
- 15% Gleich wie im Vorjahr.
- 61% Schlechter als im Vorjahr.

Neue Online-Umfrage:

Nächstes Jahr starten Stellvertreter-Kurse in Chur, Basel und Zürich. An welchem Ort wünschen Sie sich weitere Kurse?

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

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

Cleverer Schnappschuss

Die Paperboy-Applikation für Smartphones von kooba macht Bilder intelligent: Sie verbindet neu auch die gedruckten Inhalte von d-inside und Drogistenstern mit der digitalen Welt des Internets. Marc Steffen, Head of Content Partnerships bei kooba, über die Chancen der App für die Drogeriebranche.

Marc Steffen, worin besteht der Mehrwert der Paperboy-App?

Marc Steffen: Mit der Paperboy-Applikation für iPhones und Smartphones mit dem Android-Betriebssystem lässt sich ab dieser Ausgabe jeder Artikel im *d-inside* und ab Januar 2012 auch im *Drogistenstern* ganz einfach als digitale Version aufbewahren und an Freunde weiterempfehlen. Dazu müssen nur die entsprechenden Seiten mit der App fotografiert werden. Sobald die Seite über die Bilderkennungstechnologie erfasst wird, stehen die Mehrwerte zur Verfügung: Zu ausgewählten Themen können Zusatzinformationen, Videos oder Bilder entdeckt werden.

Für wen ist diese Funktion gedacht?

Die App wird von Smartphone-Besitzern genutzt, die Printmedien lesen und nützliche Tipps elektronisch aufbewahren oder interessante Informationen weiterempfehlen wollen. Früher mussten sie Seiten herausreissen und in Ordnern ablegen. Digital geht das ja inzwischen viel übersichtlicher und platzsparender.

Paperboy schafft eine Verbindung zwischen Printmedien und Online. Wie kann die Drogeriebranche diese Technologie für ihre Zwecke nutzen?

Drogeriepartner aus der Industrie haben die Möglichkeit, ihre Printanzeigen responsefähig zu machen. Im *d-inside* beispielsweise können sie eine Anzeige mit zusätzlichen Fachinformationen zu einem Produkt veröffentlichen und der Anzeige im *Drogistenstern* eine Kaufempfehlung für den Endkonsumenten hinterlegen. Diese interaktiven Printanzeigen nennen wir bei kooba Smart Ads: Der Inserent weist in seiner Anzeige auf einen Mehrwert hin, den Leserinnen und Leser erhalten, wenn sie die Paperboy-App nutzen. Inserate lassen sich zudem mit einer interaktiven Standortsuche verbinden, damit Konsumenten ein Produkt oder eine Dienstleistung in der Drogerie ihrer Nähe finden. Auch die Verknüpfung mit Rabatt-Coupons, Online-Gewinnspielen und genauen Produktinformationen ist beliebt. Selbst Plakate in Drogerieschaufenstern können interaktiviert und mit den genannten Möglichkeiten kombiniert werden.

Weshalb reagiert die Pharmabranche zurückhaltend auf Smart Ads?

Verglichen mit anderen Wirtschaftszweigen ist die Pharmabranche tatsächlich noch etwas zurückhaltender in Bezug auf das Potenzial der Online-Werbung. Obwohl sich gerade diese Branche besonders gut für die interaktive Verkaufsförderung eignen würde: Hersteller könnten ein Produktionsvideo zeigen, Beipackzettel in verschiedenen Sprachen anbieten, eine bebilderte Sortimentsübersicht veröffentlichen, Kundenumfragen lancieren oder ihre Qualitätsstandards bekannter machen. Die Möglichkeiten sind nahezu unbegrenzt.

Sind denn die Nutzerzahlen ebenso verhalten?

Nein. Die Nutzerzahlen steigen rasant. In der Schweiz haben bereits fast 100 000 Print-Leser die Paperboy-App kostenlos heruntergeladen. In den Ballungszentren Zürich und Bern wird Paperboy natürlich häufiger verwendet. Dies führen wir einerseits auf die Einwohnerzahl, aber auch auf die stärkere Verbreitung von Smartphones im urbanen Raum zurück.

«In der Schweiz haben inzwischen fast 100 000 Print-Leser die Paperboy-App kostenlos heruntergeladen.»

Marc Steffen ist Head of Content Partnerships bei kooba und verantwortlich für die Erschliessung neuer Geschäftsfelder und Produkte mit Bilderkennungstechnologie.



Wieviele Printtitel sind inzwischen mit der App verfügbar?

Bis Ende 2011 werden weltweit über 2000 Printtitel mit der Paperboy-App nutzbar sein. *Drogistenstern* und *d-inside* sind die ersten Gesundheitszeitschriften unter den Schweizer Titeln und in guter Gesellschaft von derzeit rund siebzig anderen Medien – 20Minuten, Annabelle, Betty Bossi, Handelszeitung, Blick, Sonntagszeitung...

Was werden wir als Nächstes von Paperboy sehen?

Print und Online werden cleverer verknüpft. 2012 wird die App schneller und nutzerfreundlicher gestaltet. Vor allem die Erkennungsgeschwindigkeit wird sich stark verbessern. Im Laufe des nächsten Jahres wird es möglich sein, Paperboy im «Augmented Reality Modus» zu nutzen. Das heisst: Seiten in Magazinen und Zeitungen werden im Kamerasucher des Mobiltelefons in Echtzeit erkannt, ohne dass man diese fotografieren muss. Das vereinfacht die Bedienung und wird die Sicht auf die Welt über kurz oder lang erweitern.

Wird es Printmedien in 50 Jahren noch in der Form geben, wie wir sie heute kennen?

Der Printmarkt unterliegt starken Veränderungen. Die Auflagen von Magazinen und Zeitungen sinken. Dennoch glauben wir, dass Papier als Medium – möglicherweise digital wiederbeschreibbar oder löschar – nicht aussterben wird. Ich bin überzeugt, dass Leser auch in Zukunft ein intuitives, haptisches und einfaches Trägermedium in ihren Händen halten wollen.

Nadja Mühlemann

Ich sehe was, was du nicht siehst

Lange Zeit stellte man sich aufwendige Brillen vor, durch die man mit virtuellen Zusatzinformationen die mit Lesezeichen versehene Welt betrachten würde. Diese Aufgabe übernimmt heute das Smartphone. Was dessen Kamera erkennt, lässt sich via Internet mit Zusatzinhalten anreichern. Wenn das Smartphone mehr zeigt, als das Auge wahrnimmt, dann ist eine Bilderkennungstechnologie oder neudeutsch «Augmented Reality» (AR) – erweiterte Realität – im Spiel. Es bedeutet die Überlagerung von virtuellen Informationen auf ein reales Bild.

kooba ist einer der führenden Anbieter dieser Bilderkennungs-lösungen für den Einsatz mit Mobiltelefonen. 2006 wurde kooba als Spin-off der schweizerischen Hochschule ETH Zürich gegründet und hat in den letzten Jahren eine beachtliche Entwicklung an den Tag gelegt. Die Anwendung des Unternehmens, Paperboy, erkennt Zeitschriften und Magazine. Neue Applikationen sind in Planung.

So funktioniert Paperboy

Mit der **Paperboy-App** nehmen Sie einfach ein Bild einer beliebigen Seite im *d-inside* auf. Die Bildertechnologie erkennt, welche Seite Sie fotografiert haben. Sie erhalten die Möglichkeit, den Inhalt der Seite an Freunde weiterzupfehlen, zusätzliche Inhalte zum Thema zu entdecken und die Seite in Ihrem persönlichen, digitalen Archiv abzulegen.



Weiterempfehlen

Interessante Artikel direkt aus *d-inside* via E-Mail, Facebook oder Twitter Freunden weiterempfehlen. Ein Schnappschuss der jeweiligen Seite genügt. Die Seite wird automatisch erkannt, und Empfehlen klappt mit einem einzigen Klick.

Entdecken

Spannende Zusatzinhalte wie Videos, Bilder oder Dokumente entdecken! Paperboy verlinkt automatisch Weblinks in *d-inside*-Artikeln. Hinter Seiten, die mit dem Paperboy-Symbol versehen sind, verbergen sich exklusive Inhalte.

Aufbewahren

Informative Berichte aufbewahren, um später darauf zurückzugreifen. Alle mit Paperboy fotografierten Artikel aus *d-inside* lassen sich als digitale Version zusammen mit weiterführenden Links in Ihrer persönlichen digitalen Bibliothek unter *my.kooba.com* oder Evernote archivieren.

Probieren Sie es aus! Fotografieren Sie diese Seite mit der Paperboy-App und erfahren Sie im Video, wie Paperboy funktioniert.



Sangerol

Starke Halsschmerzen? Sangerol enthält eine einzigartige Wirkstoffkombination in der Schweiz. Lidocain verringert Schmerzen auf der Schleimhautoberfläche. Lysozym ist ein körpereigener Abwehrstoff gegen diverse Bakterien und Viren. Es hemmt zudem eine allfällige Eiterbildung. Tyrothricin bekämpft die Bakterien in Mund- und Rachenraum. Sangerol ist ohne Alkohol und zuckerfrei.

www.melisana.ch



Santénatur

Bieten Sie Ihren Kunden das Beste an? Schrunden, trockene Haut – Kartoffelbalsam hilft. Er zieht rasch ein, fettet nicht und duftet angenehm. Santénatur Kartoffelbalsam ist natürlich zusammengesetzt. Die Kombination von echtem Bio-Kartoffelsaft, verdünnten Mineralsstoffen und Aromatherapie macht die einzigartige Wirkung möglich. Das bewährte Produkt wird von unzähligen Kundinnen und Kunden sehr geschätzt. Exklusiv in Drogerien und Apotheken. Mehr Infos und eine Anfrage für ein gutes Angebot:

info@santenatur.ch www.santenatur.ch



Euro-Helpline AG

Sicherheit für mobile Menschen: Dieses Handy wurde speziell für die Bedürfnisse von Personen 50+ entwickelt. Grosse Tasten und Display (inkl. Schrift-Grösse), einfache Bedienung (3 Kurzwahltasten), weltweite Alarmierung und Ortung auf ca. 5 Meter dank GPS, Funkmedaillon mit Sturzsensoren alarmiert automatisch, auch aus Sturzlage, SOS-Abo mit Aerzte-Hotline (365 Tage 7 x 24 Std.)

www.euro-helpline.com



Achtung 0.5 Promille! TESTEN SIE SELBST!

Wie gut, dass es den Einweg Alkoholatemtester gibt.

- TÜV geprüft
- Resultat in 2 Minuten
- zuverlässige Angaben!

Ein Geschäftsessen mit gutem Wein – ein Apéro – im Ausgang mit Freunden. Eigentlich war es nicht geplant Alkohol zu trinken – es hat sich so ergeben – aber wie viel war es? Kann ich noch fahren? Einfach prüfen mit dem Alkoholatemtester.



E. ANWANDER & CIE. AG

CH-4104 Oberwil
Tel. 061 338 33 33
Fax 061 338 33 11
info@anwa.ch
www.anwa.ch



Swiss Medical Products

DeCompression Back Belt: Der Back Belt schenkt Ihrem Rücken Entspannung, entlastet die Bandscheiben und verbessert Ihre Körperhaltung. Rückenschmerzen werden gelindert, und Sie geniessen die schönen Dinge des Lebens wieder entspannt und gelöst. Der Back Belt eignet sich nach Bandscheibenvorfällen, bei einer Degeneration der Bandscheiben und Rückenschmerzen durch Heben, Sitzen oder Sport.

www.dr-hos.ch, www.swissmp.ch



Midro AG

Jeder dritte Erwachsene ist gelegentlich verstopft. Wirksame Hilfe gibt es aus der Natur. Senna, eine der am besten untersuchten Arzneipflanzen, ist ein rein pflanzliches Abführmittel. Es beschleunigt die Tätigkeit des Dickdarms und hemmt die Wasserresorption. Der Stuhl bleibt somit weich. Die Inhaltsstoffe, die Senoside, entfalten ihre zuverlässige Wirkung im Dickdarm – dadurch führen sie schonend ab und sind gut verträglich. Die Wirkung setzt nach acht bis zwölf Stunden ein. Midro Tee (Pckg. à 15 Beutel) und Midro Tabs (Pckg. à 90 Tabs).



Rausch AG

Immer mehr Menschen leiden unter gereizter Kopfhaut und dünnem, kraftlosem Haar. Der Schweizer Kräuterspezialist begegnet diesen Problemen mit einer sanften, innovativen Pflege- und Kosmetiklinie mit wertvollen Wirkstoffen aus der Ballonrebe, auch Herzsamen genannt, einem hypoallergenen, reizmildernden Shampoo auf natürlicher Basis und einem darauf abgestimmten Balsam. Herzsamen Sensitive-Shampoo und Herzsamen Sensitive-Balsam tragen das aha!-Gütesiegel.

www.rausch.ch



Hautquartier AG

Die neuen Logona Baby Pflegeöl-Tücher Ringelblume runden das Babypflege-Sortiment von Logona Naturkosmetik ab und spiegeln die anspruchsvolle Philosophie der Logona-Babypflege wider. Sie bieten einen modernen Pflegekomfort und werden zugleich höchsten Ansprüchen an eine hautschonende, natürliche Babypflege gerecht. Tuch: 100 % Viskose. Chlorfrei gebleicht. Folie: 50 % Kalkstein für einen reduzierten Kunststoffbedarf.

www.logona.ch

Arznei- versus Medizinprodukte

Wie entwickelt sich der OTC-Markt der Schweiz in den nächsten zehn Jahren, wie gross ist das Potenzial und der Stellenwert von Hausspezialitäten? Diese Fragen standen im Mittelpunkt des DrogerieForums vom 4. November 2011.

Abwechslungsreiche Referate aus den verschiedenen Perspektiven der Rechtsexperten, der Drogerie und Industrie bildeten den Auftakt des Forums. Danach fanden am Vor- und Nachmittag jeweils eine Podiumsdiskussion mit Drogerie-Inhabern, Rechtsvertretern, Personen aus der Industrie, dem Bund und kantonalen Behörden statt.

Peter Hadorn zeigt in seiner Einführung, dass die Drogerie jährlich rund 400 Mio. Fr. mit OTC- und Gesundheitsprodukten umsetzt. Dies entspricht fünfzig Prozent des Gesamt-Branchenumsatzes. Hausspezialitäten (HaSpe) erzeugen in diesem Kontext für die Drogerie Frequenz und Kundenbindung. In spezialisierten Drogerien werden mit HaSpe 10 bis 15 Prozent des Gesamtumsatzes realisiert. Dies macht deutlich, dass Markenartikel in der Drogerie von echten Hausspezialitäten resp. von der daraus resultierenden Frequenz profitieren. Miteinander, nicht Gegenüber, heisst deshalb für die beiden Partner «Drogerie» und «Markenartikel-Industrie» die Devise für eine erfolgreiche Zukunft.

Von Heil- über Nahrungsergänzungsmittel zu Kosmetika

Wo der Unterschied zwischen Arzneimitteln und Medizinprodukten liegt und warum sie alle unter dem Oberbegriff «Heilmittel» zusammengefasst werden, erklärte **Sylvia Schüpbach** von der Pharmalex GmbH. Eine Gemeinsamkeit stellte sie von Anfang klar: Auf Medizinprodukten mit der CE-Kennzeichnung darf, genauso wie auf swissmedic-zugelassenen Arzneimitteln, eine Heilwirkung genannt und beworben werden. Im Unterschied zu den Arzneimitteln kommt die Wirkung der Medizinprodukte in erster Linie auf physikalischem und nicht auf physiologischem Weg zustande.

Diese Gemeinsamkeit, aber auch die Unterschiede in den rechtlichen Voraussetzungen für das Inverkehrbringen, den Werbemöglichkeiten und den behördlichen Zuständigkeiten sorgen immer wieder für Unklarheiten, rote Köpfe und zahlreiche Diskussionen – seitens Drogerien und seitens Pharmafirmen. Dass diesbezügliche Vollzugsaufgaben in den einzelnen Kantonen unterschiedlich interpretiert und umgesetzt werden, trage zudem nicht gerade zur

Beruhigung der Situation bei. Daneben erläuterte **Sylvia Schüpbach**, dass die «Hausspezialitäten», die nach Gesetz als «Arzneimittel nach eigener Formel» oder kurz ANEF bezeichnet werden, gerade deshalb strengen Rahmenbedingungen unterliegen, weil sie nicht einzeln vom Heilmittelinstitut zugelassen werden müssen.

Und im Weiteren: Nahrungsergänzungsmittel (NEM) unterstehen der Lebensmittelgesetzgebung. Deshalb dürfen sie weder mit einer Heilwirkung noch mit krankheitsbezogenen Angaben angepriesen werden. Sie haben einen Ernährungszweck, der beschrieben werden darf. Steht dieser Zweck mit der Gesundheit in Zusammenhang, spricht man von «Health Claims». Diese müssen vom BAG bewilligt werden, wenn sie nicht schon in der Lebensmittel-Kennzeichnungsverordnung erwähnt sind. Ebenso wie die NEM dürfen auch die Kosmetika keine Heilwirkung versprechen und nicht als Schlankheitsmittel angepriesen werden. Die Vorschriften gehen hier sogar noch etwas weiter: Es darf keine innere Wirkung behauptet werden.

Hausspezialität oder Nahrungsmittel?

Wie diffizil die Gratwanderung im Bereich der Hausspezialitäten für die Praktiker ist, zeigte **Erich Müller**. So können unterschiedliche Listeneinteilungen und Zuständigkeiten im Fachhandel manchmal für Verwirrung sorgen.

Die Teilnehmer der Podiumsgespräche

Jürg Binz, Verwaltungsratspräsident ebi-pharm AG, **Martin Riesen**, dipl. Drogist HF, **Erich Müller**, Gründer Naturathek, **Elisabeth Nellen-Regli**, Leiterin Sektion Lebensmittel und Gebrauchsgegenstände des BAG, **Sylvia Schüpbach**, Rechtsanwältin, Pharmalex GmbH, **Muriel Sponagel**, Kantonsapothekerin Aargau, **Traugott Steger**, Heidak AG. Geleitet wurde die Diskussion von **Dr. Dieter Grauer**, dem stellvertretenden Direktor des Branchenverbands Scienceindustries.



Aktuelle Beispiele dafür sind *Plantago major*, welcher bei Swissmedic gelistet ist und dessen Anwendung deshalb auf Arzneimittel beschränkt ist, und *Plantago lanceolata*, der beim BAG auf der Liste steht und deshalb auch in Nahrungsergänzungsmitteln verwendet werden darf.

In der Folge gibt Müller eine Kurzanleitung für die Herstellung von Hausspezialitäten, die sich nach seiner Erfahrung bewährt hat. Wichtig sei insbesondere, dass ANEF wirklich nach einer eigenen Formel, ausschliesslich für die eigene Kundschaft, mit einer Indikationsnennung und einer Einschätzung des Risikos gemäss der Arzneimittelbewilligungsverordnung hergestellt werden. Diese sollte jede Drogerie der kantonalen Heilmittelkontrolle melden. Seien diese Bedingungen erfüllt, so könne die Herstellung von Hausspezialitäten für Drogisten laut Müller ein starkes Profilierungsmerkmal einer Drogerie sein. Denn dank der Meldepflicht sei gleich ersichtlich, wer ein Fachspezialist sei und wer nicht. Er beanstandet aber vehement, dass einige Kantone versuchen würden, daraus eine Einnahmequelle zu generieren. Dies erschwere es Drogerien (und Apotheken) massiv, unter betriebswirtschaftlichen Gesichtspunkten eigene Arzneimittel herzustellen.

In Diskussion: die rechtliche Umsetzung

In der folgenden Plenumsdiskussion prallten die verschiedensten Meinungen und Aufforderungen aufeinander. So forderte **Sylvia Schüpbach** von den Behörden mehr und eine bessere Aufklärung, und **Elisabeth Nellen-Regli** erklärte, dass das oberste Gebot im Vollzug der Gesundheits- und der Täuschungsschutz sowie die Verhältnismässigkeit sei, weshalb es aufgrund unterschiedlicher Interpretationen kantonale Unterschiede gebe. Wichtig sei auf jeden Fall die Abgrenzung: So wende sich ein Lebensmittel immer an gesunde Menschen und dürfe weder eine Heilwirkung noch Nebenwirkungen haben. Sie betonte gleichzeitig, dass man beim BAG jederzeit bereit sei, Vorschläge aus dem Markt zu diskutieren. Seien diese sinnvoll und umsetzbar, gehe man gerne darauf ein.

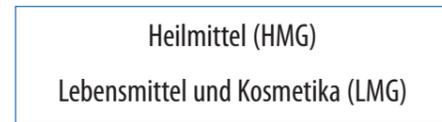
Traugott Steger beanstandete die grossen Unterschiede im kantonalen Vollzug der eigentlich nationalen Vorschriften. **Jürg Binz** wies darauf hin, dass für Hersteller, die sowohl Arzneimittel als auch Medizinprodukte und Nahrungsergänzungsmittel im Sortiment führen, der Aufwand, um die behördlichen Auflagen zu erfüllen, immer höher werde. So beschäftige ebi-pharm unterdessen ein 7-köpfiges Team, welches sich vorwiegend mit der Registrierung und der Einhaltung von regulatorischen Vorschriften beschäftigt.

Der Diskussionsleiter **Dieter Grauer** machte den Vorschlag, dass Praxisrichtlinien doch eine gute Idee wären. Woraufhin **Elisabeth Nellen-Regli** bemerkte, dass dies schwierig sei, weil die Abgrenzung zwischen Lebens- und Heilmitteln (zu) komplex wäre. Stelle man aber Unklarheiten – wie im erwähnten «Plantago»-Beispiel – fest, dürfe jeder Drogist selbstverständlich reagieren und dem BAG eine entsprechende Anfrage stellen. ➤

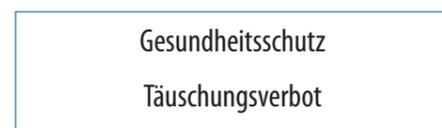
Die gesetzlichen Grundlagen

So unterscheiden sich Heil- von Lebensmitteln

Ausgangslage



Ziele der Vorschriften
bezüglich der Werbung



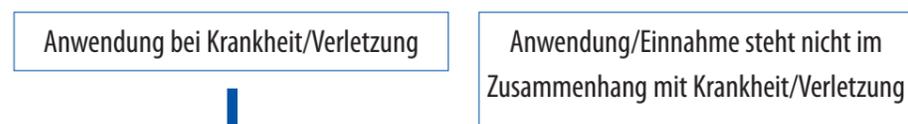
Gesetzliche Grundlagen



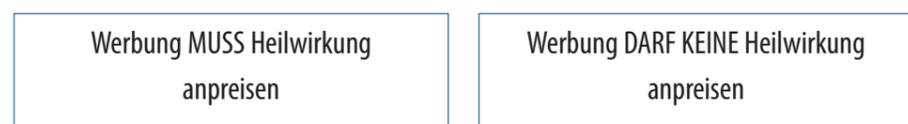
Wirkung



Einsatzbereiche
der Produkte



Konsequenzen
für die Werbung



Herstellung von Arzneimitteln in der Drogerie

Das Herstellen von Heilmitteln ist erlaubt, macht Freude, stärkt die Kundenbindung, erhöht die Wertschöpfung und kann ein sehr erfolgreiches Geschäft sein. Davon ist **Martin Riesen** überzeugt und brachte die Begeisterung für die Herstellung von Hausspezialitäten gleich mit seinem Referat ein. Für ihn stellt die Produktion in der Drogerie einen grossen Nutzen dar, gilt als Innovation und kann der Drogerie als erweitertes Standbein dienen. Hausspezialitäten können aber das Sortiment an OTC-Produkten nicht ersetzen, sondern seien eine wertvolle Ergänzung desselben. Problematisch beurteilt Riesen den Versuch von Ketten und Gruppierungen, in allen ihren Geschäften dieselben «Hausspezialitäten» herzustellen und anzubieten. Er vertritt den Standpunkt, dass ein Herstellungskonzept in jede Drogerie gehört, dieses sich langfristig positiv für das eigene Geschäft sowie die Branche auswirke und dass man sich als Drogist aktiv in Netzwerke einfügen sollte.

Ad-hoc- und Defekturnherstellung

Wenn es um die Herstellung von Hausspezialitäten geht, ist das System von Heidak ein Spezialfall. Dies, weil das Heilg-System einerseits für alle gleich aufgebaut ist, andererseits aber für den jeweiligen Kunden individuelle Mischung hergestellt werden. Stegers Problem: Zurzeit seien einige Kantone nicht der Ansicht, dass Spagyrikmischungen defekurmässig hergestellt werden dürften. Dies, obwohl das Heilmittelgesetz die defekurmässige Herstellung ausdrücklich erwähnt.

Eines ist Traugott Steger ganz besonders wichtig: Die Qualitätsvorschriften müssen eingehalten werden! So betonte er: Wir haben in der Schweiz grosse, europaweit einzigartige Chancen, und wer sich den Anforderungen stellt, wird überleben. Zudem bietet der Drogerie-Markt genügend Raum für OTC-Präparate und Hausspezialitäten.

Für die Hausspezialitäten, aber...

Ob man in der Drogerie wirklich bereit sei, auf konventionelle OTC-Produkte zugunsten von Hausspezialitäten zu verzichten, diese Frage stellte der Diskussionsleiter Dieter Grauer am Nachmittag in den Raum. Die Antworten darauf waren sehr vielfältig. So erklärte **Jürg Binz**: «Ich habe grosse Hochachtung vor der Arbeit von Herrn Riesen und allen Drogistinnen und Drogisten, die sich mit der Herstellung eigener Arzneimittel ein eigenes Image erarbeiten.» Es sei aber für die Hersteller sehr problematisch, wenn eine Kette im grossen Stil dieselben Hausspezialitäten für alle angeschlossenen Betriebe produziere. Denn der Hersteller eines OTC-Produktes investiere – insbesondere wenn es sich um einen neuen Wirkstoff handle – sehr viel, um dieses bei Swissmedic zu registrieren. Werde das Produkt – kaum ist es auf dem Markt – von Gruppierungen oder Ketten kopiert, werde die Innovation für die OTC-Hersteller sehr teuer, da die Vorinvestitionen nicht refinanziert werden können. Im Weiteren betonte Binz, dass gerade im Sortiment seiner Firma viele Produkte als Medizinprodukte oder als Nahrungsergänzungen angemeldet seien, weil eine Registrierung derselben als Arzneimittel gar nicht mehr möglich sei. Daraus sei aber überhaupt nicht abzuleiten, dass ebipharm anstrebe, möglichst rasch mit seinen Produkten auch Grossverteiler zu beliefern. So sei die Fachhandlung einer Firma nicht von den Möglichkeiten abhängig, wie die Produkte registriert werden könnten.

Traugott Steger wünschte sich im Bereich der Hausspezialitäten einen Konsens sämtlicher Kantonsapotheker. Worauf Muriel Sponagel erwiderte, dass der Austausch unter den Kantonsapothekern sehr gut sei und sie schweizweit generell einen einheitlichen Vollzug anstrebten.

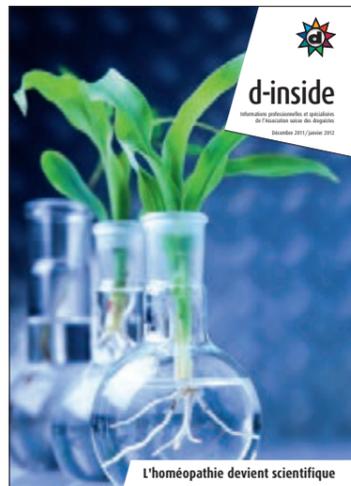
Herbert Schwabl, Präsident des SVKH und Verwaltungsratspräsident der Padma AG, stellte klar: «Wir als Hersteller komplementärmedizinischer Präparate sehen uns als Partner der Drogisten. Uns ist wichtig, dass es bei der Herstellung von Hausmitteln nicht darum geht, ein registriertes Produkt zu kopieren. Wenn seitens der Hersteller Kritik an den Hausspezialitäten geäussert wird, geht es fast ausschliesslich um Kopien und nicht um die echten Hausspezialitäten, die wirklich nach einer eigenen Formel für die eigene Kundschaft eines Betriebes hergestellt werden.»

Auch **Emanuel Roggen** von der Drogerie Roggen ist sich sicher: Unsere Stärke sind die Hausspezialitäten, und 99 Prozent unserer Hausspezialitäten stellen wir individuell für den jeweiligen Kunden her. «Dank dieser persönlichen Beziehung zum Kunden können wir als Drogerien punkten.»

Das DrogerieForum

Zweimal jährlich laden der Schweizerische Drogistenverband und Galenica zum DrogerieForum ein. Das Forum fungiert als Diskussionsplattform und Panel in der Branche. Das heisst, es werden Zukunftsszenarien aufgezeigt, aktuelle Entwicklungen besprochen und die Gesundheitsbranche analysiert.

Die beiden Co-Präsidenten des Forums **Jean-Claude Cléménçon**, Leiter Geschäftsbereich Logistics und Verantwortlicher HealthCare Information, und **Martin Bangerter**, Zentralpräsident des Schweizerischen Drogistenverbands, laden Vertreter der Drogerie-Gruppierungen, Drogerie-Unternehmer/-innen, Mitarbeiter der Galenica Gruppe sowie die jeweiligen Referenten und Diskussionsteilnehmer ein. Moderiert wird das DrogerieForum durch **Peter Hadorn**, Pharma- und NPO-Berater.



Votre d-inside actuel!

Désormais, vous trouverez la version intégrale en français de *d-inside* en format pdf sur:

http://d-inside.drogoserver.ch/inside_f.pdf

Bioflorina® wirkt sanft gegen Durchfall und bringt die gestörte Darmflora ins Gleichgewicht.

Bioflorina®
Ihrer Darmflora zuliebe.

- Natürliches Probiotikum.
- Reguliert die gestörte Darmflora und wirkt gegen Durchfall.
- Ein gutes Gefühl und Wohlbefinden für die ganze Familie.

Lesen Sie die Packungsbeilage und fragen Sie Ihren Apotheker oder Drogisten um Rat (Liste D).

sanofi-aventis (schweiz) AG, 1217 Meyrin/GE

SANOFI

CHF-BRO 1000K01

Lohnroulette am Jahresende?

Das Jahresende – eine für Drogerien hektische, aber auch umsatzfreudige Zeit – rückt näher. Der ideale Zeitpunkt, um das Jahr Revue passieren zu lassen und ein Jahresend-/Lohngespräch zwischen Arbeitgeber und Arbeitnehmer in Angriff zu nehmen.

Besteht ein Anspruch auf ein Qualifikationsgespräch?

Gemäss dem Gesamtarbeitsvertrag für die Drogisten (Art. 11) findet in der Regel jährlich ein gegenseitiges Qualifikationsgespräch statt, bei dem Funktion, Arbeitsleistung, Weiterbildung und Lohn der Angestellten sowie Teamverhalten und Entwicklungsmöglichkeiten beider Parteien besprochen werden. Der Angestellte hat keinen Anspruch darauf – obwohl der Nutzen für beide Parteien unbestritten ist. Damit das Qualifikationsgespräch für beide Seiten zufriedenstellend ist, sollten sich Arbeitgeber und Arbeitnehmer gezielt auf das Gespräch vorbereiten und dieses planen. Leider verhält es sich in der Praxis oft so, dass dieses in Eile zwischen Tür und Angel abgehalten wird. Damit ist keiner Partei gedient.

Nützliche Hinweise/Standortbestimmung

Mehrere Verbandsmitglieder haben mir bestätigt, dass bei ihnen kein jährliches Gespräch stattfindet. Was aus meiner Sicht sehr bedauerlich ist. Der Grund dürfte darin liegen, dass viele Arbeitgeber den Wert des Jahresendgesprächs unterschätzen. Angestellte sind dankbar, wenn ihnen der Vorgesetzte Lob ausspricht, Respekt zollt, für die Arbeit dankt und weiteres Entwicklungspotenzial aufzeigt; Das sind wichtige Parameter für die Motivation.

Vorbereitung durch die Angestellten

Eine Vielzahl der Angestellten fürchten sich vor der Beurteilung ihrer Leistungen. Dem kann mit einer guten Vorbereitung entgegengewirkt werden: Im Vorfeld sollte man sich die Erfolge/Misserfolge des letzten Jahres deutlich machen und sich mit möglicher Kritik auseinandersetzen. Wappnen Sie sich mit Argumenten, bleiben Sie zu jeder Zeit sachlich und behalten Sie die üblichen Umgangsformen bei. Notieren Sie sich, was unbedingt besprochen werden muss und welche

ausserordentlichen Leistungen Sie erbracht haben. Das Gespräch bietet die Gelegenheit, über berufliche Ziele, beabsichtigte Weiterbildungen, Pensumveränderungen, Schwierigkeiten innerhalb des Teams usw. zu sprechen. Wichtig dabei ist, dass nur sachliche und konstruktive Kritik vorgebracht wird. Insbesondere die schriftliche Vereinbarung von Zielen ermöglicht es, am Ende des Jahres deren Erfüllung zu überprüfen, was sich entsprechend auswirken muss.

Individuelle Lohnerhöhungen

Die Themen Gehaltserhöhung und Teuerungsausgleich (bzw. die Gründe, welche dafür/dagegen sprechen) sind ebenfalls zu diskutieren. Optimal bereitet man sich auf die Lohnfrage vor, wenn man Vergleichslöhne ermittelt (bspw. auf www.lohnrechner.bfs.admin.ch oder www.lohnsgb.ch). Sinnvoll ist auch der Austausch mit anderen Drogistinnen und Drogisten. Denn dass nicht über den Lohn gesprochen werden darf, ist gesetzlich nicht abgestützt. Die wenigsten Arbeitgeber sehen eine solche Regelung vor – was juristisch wohl auch nicht haltbar wäre. Betreffend Teuerungsausgleich hat die Syna vor Kurzem bekannt gegeben, dass sie für das Jahr 2012 eine Nominallohnentwicklung von 2 bis 3% (bei einer voraussichtlichen Jahresteuern von 0,7%) verlangt. Auch die Angestellten Drogisten Suisse befürworten eine Lohnanpassung zwischen 1 und 3%. Hervorzuheben bleibt, dass dies nicht generell gefordert werden kann: Als Angestellter hat man keinen Anspruch auf den Teuerungsausgleich, es liegt im Ermessen des Arbeitgebers. Massgebend sind die Verhältnisse im Einzelfall, das heisst die wirtschaftliche Situation und Stellung der Drogerie, die Anstellungsdauer des jeweiligen Arbeitnehmers usw.

Ich wünsche Ihnen viel Erfolg und gute Vorbereitung für Ihr Qualifikationsgespräch!



Regula Steinemann, Rechtsanwältin und Geschäftsführerin «Angestellte Drogisten Suisse».

Dies ist eine Seite der «Angestellte Drogisten Suisse». Die Meinung der Autorin muss sich nicht mit jener der Redaktion decken.

www.drogisten.org

Digital ist Trumpf

Ein Prozess vor dem Bundesverwaltungsgericht rückt die Datenverarbeitung und Publikationspflicht von Arzneimittelinformationen in ein neues Licht. Warum es den dicken weiss-blauen Wälzer, das Kompendium, bald nicht mehr gibt und was das für weitere Folgen haben wird, weiss Dr. Ulrich Schaefer von e-mediat und Documed.

Ulrich Schaefer, das Bundesverwaltungsgericht (siehe «Die Vorgeschichte») hat Mitte Juni entschieden: Es kann kein Hersteller zur kostenpflichtigen Publikation der Produktinformationen gezwungen werden. Was bedeutet das für Documed?

Ulrich Schaefer: Der Entscheid bestätigt unsere Erwartungen. Allerdings haben wir nicht mit dieser schnellen Entwicklung aufgrund des Prozesses gerechnet, sondern die geänderten Rahmenbedingungen erst mit der Heilmittelgesetz-Revision im Jahr 2013 oder 2014 erwartet. Wir werden nun einige Investitionen früher als geplant tätigen.

Was heisst das konkret?

Wir investieren verstärkt in digitale Medien und bringen demnächst verschiedene neue Entwicklungen auf den Markt, so zum Beispiel Apps für Android-Telefone und -Tablets. Daneben werden wir unseren Online-Auftritt komplett überarbeiten, die Suche vereinfachen und ihn mit neuen Funktionen, welche die Patientensicherheit verbessern, wie beispielsweise einem «Interaktions-Check», ergänzen.

Ist mit dem Urteil Ihr Geschäftszweig nicht überflüssig?

Nein, ich glaube nicht, dass wir vom Markt verschwinden. Denn es geht ja nicht darum, ein Buch zu drucken, sondern vielmehr darum, über die verschiedensten Medien und Geräte die Informationen an die richtige Stelle zu transportieren; und hier sind wir in einer sehr guten Position.

Die Zulassungsinhaber sind jedoch nicht mehr verpflichtet, Ihnen die Infos über die entsprechenden neuen Produkte zuzustellen. Wird das Kompendium ab jetzt Lücken aufweisen?

Ich bin beinahe sicher, dass die Industrie ihre Verantwortung wahrnehmen wird und die Fach- und Publikumsinformationen weiterhin publiziert werden. Deshalb denke ich,

mehr Lücken als heute – und diese betreffen lediglich einige Nischenprodukte, vorwiegend aus dem Bereich der Komplementärmedizin – wird das Kompendium nicht aufweisen.

Mit einer Suchmaschine findet man online alle Informationen im Handumdrehen gratis.

Warum brauche ich überhaupt noch das Kompendium? Ja sicher, alle Informationen sind heute im Netz verfügbar. Aber: die Zuverlässigkeit der Daten ist oft nicht gegeben, ebenso haben die Informationen keine gleichförmige Struktur. Das heisst, man weiss nicht so genau, wie aktuell die Informationen sind. Der Mehrwert des Kompendiums ist insbesondere die Bündelung aller Informationen und die hohe Qualität derselben. Daneben kommt man dank dem direkten Zugang schneller zum gesuchten Ergebnis.

Wie garantieren Sie die Qualität der Daten?

Wir beschäftigen ein kompetentes Redaktionsteam, das aus Pharmazeuten, Medizinerinnen, Drogistinnen und Pharmaassistentinnen besteht; und Informatiker, welche auf die Verarbeitung medizinisch-pharmazeutischer Daten spezialisiert sind, unterstützen die Redaktion.

Bisher stand den Drogerien das Kompendium gratis zur Verfügung. Wird es nun zur kostenpflichtigen Dienstleistung?

Nein, wir werden dem Fachhandel die Informationen weiterhin gratis zur Verfügung stellen. Die einzige Änderung, die es – voraussichtlich 2013 – geben wird, ist, dass wir das Kompendium nur noch online zur Verfügung stellen. Definitiv entschieden ist jedoch noch nichts. So haben uns einige Firmen bereits signalisiert, dass sie das gedruckte Kompendium weiterhin wünschen, da es bei den Benutzern eine hohe Wertschätzung geniesst. Daneben ist der Informatisierungsgrad besonders bei den Ärzten im Behandlungszimmer noch sehr tief. ▶



Corinne Futterlieb

Dr. Ulrich Schaefer

Der promovierte Apotheker schrieb vor fast dreissig Jahren sein Doktorat auf dem Gebiet der pharmazeutischen Informatik. Danach arbeitete Schaefer zwei Jahre beim Deutschen Apothekerverband. Seit 25 Jahren ist er in der Galeonica-Gruppe tätig. Zuerst als Leiter der Dokumentation, dann in verschiedenen Bereichen der Informationsvermittlung und seit 2008 als Leiter der e-mediat und Documed. Im 2011 hat er zudem die Leitung des Geschäftsbereichs «Healthcare Information» übernommen. In seiner Freizeit liebt der sportliche 54-Jährige alle möglichen Outdoor-Aktivitäten wie Wandern, Skifahren oder Schneeschuhlaufen.

Wie sieht die Zukunft des Kompendiums aus?

Meine Prognose ist, dass in fünf Jahren im Rahmen der E-Health-Strategie des Bundes der ganze Printbereich schwächer und weniger wichtig werden wird. Das dürfte auch fürs Kompendium gelten.

Weshalb?

Insbesondere in den Spitälern werden neue Mechanismen zur Verbesserung der Arzneimittelsicherheit stärker gefordert. Die elektronischen Medien bieten hier einfach mehr Möglichkeiten. So kann eine Pharmafirma elektronisch schneller, besser und umfassender informieren. Sei es beispielsweise bei neuen Studien, über Weiterbildungsangebote, neue galenische Formeln, Rückrufe oder auch bei neu entdeckten Interaktionen.

Auf compendium.ch sind auch die Fachinformationen öffentlich zugänglich. Bleibt das so?

Nein, wir werden künftig aus rechtlichen Gründen nur noch die Grundinformationen wie die Packungsbeilagen öffentlich zur Verfügung stellen. Mit den weiteren Informationen werden wir jedoch restriktiver umgehen. So werden wir weiterführende Informationen wie die Interaktionen nur noch für Fachpersonen zugänglich machen. Der Zugangscodeword wird die GLN-Nummer sein – über die neu ja auch praktisch alle Drogisten verfügen.

Ist das Bedürfnis nach einem einheitlichen Artikelstamm überhaupt noch da?

Da bin ich mir sicher. Hätten wir keine einheitlichen Artikelstämme, wäre die Lagerbewirtschaftung sowie der daraus folgende Bestellprozess für den Fachhandel massiv erschwert und Fehllieferungen würden sich häufen. Aus diesen Gründen sind die identischen Stämme für den Gross- und den Fachhandel ursprünglich übrigens entstanden. Dabei darf man nicht vergessen, dass wir die Fachinformationen auch mit den Index-Produkten für sämtliche Software-Applikationen wie beispielsweise Waris zur Verfügung stellen. Nicht nur dabei ist die Zusammenarbeit von Systemanbietern und dem Fachhandel sehr wichtig. So setzen wir nebst unseren ausgeklügelten Informatiksystemen auf hochqualifiziertes Personal.

Allein für die Drogerie haben Sie etwa 210 000 Produkte registriert. Was bedeutet das an Aufwand?

Es sind rund 25 Personen mit der Aufbereitung der Daten beschäftigt. Denn nebst den Neuregistrierungen gibt es monatlich bei ca. 1500 registrierten Medikamenten eine Änderung. Auf den gesamten Artikelstamm gerechnet bedeutet dies für ca. 7000 Pharmacodes Mutationen. Das allein ist jedoch nur der registrierte Bereich. Im Bereich der nicht registrierten Mittel wie in der Parfümerie oder Kosmetik sind die Änderungen in etwa gleich hoch. Das heisst, monatlich müssen die Daten von ca. 14 000 Artikeln angepasst werden.

Flavia Kunz



«Wir investieren verstärkt in digitale Medien und bringen demnächst verschiedene neue Entwicklungen auf den Markt.»

Die Vorgeschichte

Wer ein registriertes Medikament auf den Markt bringen wollte, musste die Informationen zum Produkt – im Auftrag von Swissmedic – im Kompendium eintragen lassen. Der bisherigen Praxis hat das Bundesverwaltungsgericht mit einem Urteil am 17. Juni 2011 widersprochen. So sei Swissmedic nicht berechtigt, eine ZulassungsinhaberIn zur Publikation der Arzneimittelinformationen-(AMI)-Texte in einem Verzeichnis zu verpflichten, das von einem Dritten herausgegeben werde. Das einzige Mittel, um das Ziel zu erreichen, ist die Veröffentlichung der AMI-Texte durch Swissmedic selber oder durch Vergabe einer entsprechenden Konzession an einen Dritten. Folglich stoppte Swissmedic per Mitteilung vom 4. August die bisherige Publikationspflicht. Swissmedic anerkennt das öffentliche Interesse an einem Verzeichnis und empfiehlt, die Publikation wie bisher weiterzuführen. Ein rein elektronisches Verzeichnis würde laut Swissmedic jedoch genügen.

e-mediast und Documed

Beide Firmen haben eine bewegte Geschichte hinter sich: 1938 wurde die Documentation Galenica als Auskunftsdienst für Apotheker gegründet; daraus ging 2001 die e-mediast AG hervor. e-mediast hat zwei Standorte in Bern und Genf und zählt 45 Mitarbeiter in der Redaktion sowie spezialisierte Informatiker und Techniker. Nebst der Datensammlung zählen die Dienstleistung «SwissDocu» sowie die Büros der Refdata zur e-mediast.

Die Documed wurde 1977 als Verlag in Basel gegründet und 2003 in die Galenica-Gruppe integriert. Die Hauptaufgabe der Documed ist das Führen des Kompendiums und die Weiterentwicklung desselben. Aus historischen Gründen arbeitet die Mehrheit der zwanzig Mitarbeitenden nach wie vor in Basel. Beide Galenica-Töchter werden heute durch die gleiche Geschäftsleitung, bestehend aus Ulrich Schaefer, Peter Höchner und Christian Karer, geführt.

Nahrungsergänzungsmittel im Kreuzfeuer

Multivitamine und Mineralstoffe sind Bestandteil eines gesunden Lebensstils

Viele Menschen nehmen täglich Nahrungsergänzungsmittel. Sie tun das als Beitrag zu ihrer Gesundheit. Doch immer wieder zweifeln einzelne in den Medien verbreitete Studien die Nützlichkeit der Einnahme von Multivitaminen und Mineralstoffen an. Forschungsergebnisse mehrerer Jahrzehnte sprechen aber nach wie vor für die Tatsache, dass Vitamin- und Mineralstoffergänzungen Bestandteil eines gesunden Lebensstils sind. Richtig dosiert bleiben die Ergänzungsmittel empfehlenswert.

«Riskante Vitamine», titelten im Oktober 2011 verschiedene Massenmedien in ihren Wissensrubriken. Sie beriefen sich dabei namentlich auf zwei jüngst erschienene Studien^{1,2} mit der Aussage: Die Einnahme von bestimmten Nahrungsergänzungsmitteln kann die Sterblichkeit und das Prostatakrebsrisiko erhöhen. Zugegeben, das ist spektakulär. Aber bei näherem Hinsehen zeigt sich: Die Studien weisen erhebliche wissenschaftliche Mängel auf, die in den zugespitzten Medienberichten kaum erwähnt werden.

Wissenschaftliches Problem

Bei der Studie über den Zusammenhang zwischen der Einnahme von Nahrungsergänzungsmitteln und der Sterblichkeit von älteren Frauen¹ wurden 40 000 Seniorinnen während knapp 20 Jahren immer wieder zu ihren Ernährungsgewohnheiten befragt. Fast 16 000 der älteren Frauen waren am Ende der Studie verstorben. Die Sterblichkeitsrate war bei jenen Frauen leicht erhöht, die nach eigenen Angaben Vitamin- und Mineralstoffergänzungen einnahmen. Die Studie kann aber keine Aussage machen, ob die Teilnehmerinnen die Produkte wegen bestehender Krankheiten eingenommen haben oder ob die Krankheiten und dann auch der Tod aufgrund der Einnahme auftraten. Oder: Es wird ein statistischer Zusammenhang aufgedeckt, dessen Ursache aufgrund der Studienanlage schlichtweg nicht belegt werden kann. Das ist das grosse wissenschaftliche Problem solcher Analysen: Wenn beispielsweise

in einer Region die Zahl der Geburten und der Störche sinkt, wird kein vernünftiger Mensch einen ursächlichen Zusammenhang geltend machen.

Verbreitete Nährstoffmängel

Der Council for Responsible Nutrition (CRN) weist auf weitere Mängel der Studie über die Seniorinnen hin.³ Widersprochen wird namentlich dem Argument, wegen der Einnahme von Nahrungsergänzungsmitteln und den üblichen Vitamin-angereicherten Nahrungsmitteln würden die empfohlenen Werte übertroffen. Denn die Forschung über die Ernährung zeigt übereinstimmend, dass viele Menschen zu wenig von einzelnen Nährstoffen wie Kalium, Calcium, Vitamin D und Ballaststoffen aufnehmen und gewisse Bevölkerungsschichten den täglichen Bedarf an Folsäure, Vitamin B₁₂ und Eisen nicht decken können.

Kommt dazu: Bei der jetzt veröffentlichten SELECT Studie² über den Zusammenhang von Vitamin E und Prostatakrebs hat die Dosierung von Vitamin E das Achtfache der früheren finnischen ATBC-Studie⁴ betragen. Diese hatte für das Prostatakarzinom eine Risikoreduktion von 32 Prozent gezeigt. Die neue Studie mit der achtfachen Dosierung

belegt mithin höchstens: «Viel hilft viel» ist bei Nahrungsergänzungsmitteln eine irrierte Meinung.

Angemessene Einnahme

Trotz der immer wieder erscheinenden kritischen Studien ist festzuhalten: Die heutige Datenlage aufgrund von Forschungsergebnissen mehrerer Jahrzehnte stützt die angemessene Verwendung von Vitamin- und Mineralstoffergänzungen nach wie vor. Stets sollte allerdings anhand des bekannten Nutzens und der Risiken sowie der medizinischen Vorgeschichte bestimmt werden, welches Ergänzungsmittel in welcher Dosis zu empfehlen ist. Zudem ist zu bedenken: Mit Vitamin- und Mineralstoffsupplementen alleine können Krankheiten nicht verhindert oder behandelt werden. Die Nahrungsergänzungsmittel sind nur ein Bestandteil eines gesunden Lebensstils – aber kein Ersatz für eine richtige Schlafhygiene, eine ausgewogene Ernährung und genügend Bewegung.

**Literatur**

- Mursu J, et al. Dietary Supplements and Mortality Rate in Older Women: The Iowa Women's Health Study. Archives of Internal Medicine. 2011; 171 (18)
- Klein EA, et al. Vitamin E and the Risks of Prostate Cancer, The Selenium and Vitamin E Cancer Prevention Trial (SELECT). JAMA. 2011; 306(14):1549–56. doi:10.1001/jama.2011.1437
- Council of Responsible Nutrition. CRN Calls New Study on Supplements and Mortality «A Hunt for Harm». 10 October 2011. www.crnusa.org
- The ATBC Cancer Prevention Study Group. The alpha-tocopherol, beta-carotene lung cancer prevention study: design, methods, participant characteristics, and compliance. Ann Epidemiol 1994; 4(1):1–10.

«Wiiiiie bitte?»

Hörgeräte aus dem Fachhandel stärken die Kundenbindung und erhöhen die Kompetenz der Drogisten. Deshalb lohnt sich die Dienstleistung für viele Drogerien – obwohl sie unter dem Strich damit nicht viel verdienen.

Es scheint fast so, als sei der Verkauf von Hörgeräten ein krisensicheres Geschäft. Gerade jetzt, wo die Babyboomer-Generation älter wird und bald jeder vierte Schweizer ein Rentner ist. Laut Akustika, dem Schweizerischen Fachverband der Hörgeräteakustik, gibt es in der Schweiz 700 000 Menschen, deren Hörfähigkeit in mittlerem bis schwerem Grade beeinträchtigt ist. Doch lediglich 20 bis 25 Prozent davon sind mit einem Hörgerät ausgerüstet. Grund dafür ist das schlechte Image der Schwerhörigkeit. Niemand gesteht sich gerne ein, dass das Alter seine ersten Spuren hinterlassen hat. Den Entscheid zu lange hinauszögern sollten die Betroffenen jedoch lieber nicht. Denn wer immer schlechter hört, kann in eine gesellschaftliche Isolation geraten und verpasst vielleicht den Moment, in dem ein Hörgerät den Hörverlust noch auffangen könnte.

Hörgeräte aus der Drogerie

Während Hörtests bisher hauptsächlich von Hals-, Nasen-, Ohrenärzten und Hörgeräteakustikern durchgeführt wurden, bieten heute immer mehr Apotheken und bereits einige Drogerien Hörtests an. Der Arzt macht nur noch ein Gutachten und bestimmt, ob der Patient wirklich ein Hörgerät braucht oder nicht. Ist sein Befund positiv und das Hörgerät indiziert, können die Patienten ihr Hörgerät über die IV und die AHV abrechnen. Bei der Vergütung spielt es keine Rolle, ob jemand ein teures Gerät beim Akustiker oder ein günstiges Gerät in der Apotheke oder Drogerie kauft. Überhaupt können Hörgeräte für die Drogerie ein sinnvolles Zusatzsortiment sein. Zumal sie auch im Rahmen der DrogoThek erlaubt sind und DrogoThek-Punkte geben. «Das Potenzial ist riesig», sagt **Christian Stromsted**, Geschäftsführer und Gründer der Firma Sonetik, «wenn man bedenkt, dass in der Schweiz viele Menschen einen altersbedingten Hörverlust haben, von denen die Mehrheit noch kein Hörgerät trägt. Darüber hinaus führt es einen Sonetik-Träger immer wieder in die Drogerie, da er Batterien für seine Hörgeräte benötigt und durchschnittlich alle drei Monate neue Schläuche und Ohrpassstücke kauft.» Bis jetzt ist Sonetik der einzige Anbieter, der vorprogrammierte Hörgeräte für den Fachhandel anbietet. Es handelt sich dabei um dieselben Geräte, die auch der Hörgeräteakustiker anbie-

tet. Der Unterschied besteht darin, dass der Akustiker das Gerät für jeden Kunden genau anpasst. Die vorprogrammierten Geräte sind auf die normale altersbedingte Schwerhörigkeit ausgerichtet. Insgesamt gibt es vier Typen von Hörgeräten, welche je nach Hörvermögen individuell auf den Kunden angepasst werden können. Da die meisten Kunden zwei Hörgeräte, für jedes Ohr eines, benötigen, besteht das Grundsortiment aus acht Hörgeräten. Von jedem Typ zwei Stück. Im Weiteren braucht es für die Durchführung von Hörtests eine Computersoftware und ein Audiometer. Insgesamt ergibt sich hier eine Investition von etwa 2000 Franken Materialkosten, zuzüglich der acht Geräte, Computer und Drucker. Neben dem finanziellen Aufwand sollte in der Drogerie zudem ein geeigneter Raum vorhanden sein, der frei von Fremdgeräuschen ist.

Eine schöne Dienstleistung

Marcel Brunner, Geschäftsführer der Drogerie Brunner in Schmerikon, und **Thomas Müri**, Inhaber der Drogerie Müri im Säntispark Abtwil, bieten ihren Kunden seit einem beziehungsweise zwei Jahren Hörtests und Hörgeräte an. Beide haben die Erfahrung gemacht, dass sich das Angebot imagemässig für die Drogerie sehr lohnt. Beide Drogerien verrechnen den Kunden lediglich das Gerät, nicht aber die aufgewendete Zeit. Vor dem definitiven Entscheid sollten sich die Drogerien deshalb einige Punkte gut überlegen: *Aufwand für die Neueinführung:* «Da die Software sehr einfach zu bedienen ist, benötigen wir für die Schulung nur einen halben Tag», erklärt Christian Stromsted, Geschäftsführer der Firma Sonetik. Zwei Wochen später veranstalten

Lärmquelle	Lautstärke in dB(A)	Ungefährliche Einwirkung/Tag
Disco/Rockkonzert	110	Sehr kurz
Kreissäge	105	Sehr kurz
Sportveranstaltung	100	7 Minuten
Motorrad (bei 90 km/h)	95	10 Minuten
Durchschnittlicher Fabriklärm	90	30 Minuten
Laute Party	85	2 Stunden
Flugzeugkabine	80	8 Stunden



die Neukunden einen Hörtag in der Drogerie, an dem sie möglichst viele Kundentermine abmachen. Dieser Tag wird von der Firma begleitet. Danach kommen die Drogerieteams gut mit dem Test und den Hörgeräten zurecht. Marcel Brunner von der Drogerie Brunner in Schmerikon hat die Hörgeräte vor einem Jahr mithilfe von Mailings, Plakaten und Zeitungsinserten erfolgreich eingeführt. «Das hat zwar sehr gut funktioniert, doch wir müssen dranbleiben und immer wieder was machen», sagt der Geschäftsführer.

Ähnlich erlebte es Thomas Müri, als er die Geräte vor zwei Jahren im Säntispark Abtwil eingeführt hat. Mit einem Mailing wurden die älteren Kunden direkt angeschrieben. Da Thomas Müri im Säntispark viel Laufkundschaft hat, konnte er mit seinen Aktivitäten auch Neukunden in die Drogerie ziehen. «Mit der Zeit ist der Markt im Umfeld mehrheitlich abgedeckt», ist seine Erfahrung. «Dann nehmen die Beratungen auch wieder etwas ab.» Umso wichtiger ist es daher, stets am Ball zu bleiben.

Kosten der Dienstleistung: Der Hörtest, der etwa 15 Minuten dauert, ist gratis. Wird ein Gerät zur Probe angepasst, dauert dies weitere 15 Minuten. Doch damit ist der Verkauf noch nicht gesichert. «Bei uns bringt fast jeder Zweite das Gerät wieder zurück», so Thomas Müri. «Das sind oft Kunden, die bereits ein teures, individuell angepasstes Gerät hatten und nun auf ein günstigeres umsteigen». Oft aus rechnerischen Gründen – aber genau dieselben Geräte sind es dann eben doch nicht. Die IV/AHV zahlt nur alle sechs Jahre ein Hörgerät. Wer es verliert, muss das neue Gerät selbst zahlen. «Doch auch Kunden, die bisher noch nie ein Hörgerät hatten und sich nur schwer damit anfreunden können, bringen das Probegerät oft wieder zurück, weil sie sich nicht oder noch nicht damit anfreunden können.»

«Im Verhältnis zum Zeitaufwand ist die Marge auf die Hörgeräte eher gering», sind sich beide Drogisten einig. Seit vergangenen Oktober die Geräte der zweiten Generation auf dem Markt kamen, hat sich das Verhältnis verbessert. Der Verkaufspreis hat sich um 100 Franken erhöht, und die Geräte werden nun für 495 statt 395 Franken verkauft. Das macht das Geschäft mit den Hörgeräten für die Drogisten interessanter. Denn die Dienstleistung kommt bei den Kunden sehr gut an. «Durch den Hörtest und die Beratung entsteht ein schönes Vertrauensverhältnis zu den Kunden», berichtet Brunner. Oft brauche es zwar etwas Fingerspitzengefühl im Umgang mit den Leuten. Dann nämlich, wenn jemand nicht aus eigenem Antrieb, sondern auf Druck oder Anraten der Angehörigen den Weg in die Drogerie findet. Und auch für Thomas Müri ist klar: «Die Hörtests stärken unser Image als Kompetenzzentrum für Gesundheitsfragen.»

Was die Lesebrille für die Augen, ist das vorprogrammierte Hörgerät für die Ohren. Eine einfache Altersschwerhörigkeit im leichten und mittleren Bereich lasse sich mit den günstigen Geräten behandeln, erklärt Christian Stromsted von Sonetik. Schwere bis sehr schwere Hörverluste auf einem oder beiden Ohren hingegen gehören zum Akustiker. Ebenso die Schwerhörigkeit bei Kindern.

Ein akustisches Wunderwerk

Dass wir überhaupt fähig sind, einem Gespräch zu folgen, Musik zu hören oder drohende Gefahren rechtzeitig wahrzunehmen, verdanken wir einem komplexen Zusammenspiel von Organen und Organverbindungen. Das Gehör ist nicht nur unser aktivstes – die Ohren sind stets offen und aufnahmebereit –, sondern auch ein äusserst heikles und hochpräzises Sinnesorgan. Es besteht aus dem äusseren »

Ohr, dem Mittelohr, dem Innenohr, einem Cortischen Organ, aus Haarzellen, Hörnerven und dem Gleichgewichtsapparat. Am äusseren Ohr befinden sich die Ohrmuschel und der leicht gebogene äussere Gehörgang. Der Gehörgang wird auch als Ohrkanal bezeichnet. Er ist rund 23 Millimeter lang und hat einen Durchmesser von sechs bis acht Millimeter. Im äusseren Drittel des Ohrkanals befinden sich die Ceruminaldrüsen. Sie produzieren das Ohrenschmalz, das das Ohr vor Schmutzpartikeln schützt. Zwischen dem Gehörgang und dem Mittelohr befindet sich das Trommelfell. Es weist einen Durchmesser von etwa 10 Millimeter auf und dient als Empfänger der Schallwellen. Mit dem Trommelfell verbunden ist der Hammer. Das Knöchelchen überträgt zusammen mit Amboss und Steigbügel, der etwa die Grösse eines Reiskornes hat, die Schallwellen zum Innenohr. Die Verbindung von Mittelohr und Rachen bildet die Eustachische Röhre. Sie sorgt für den Druckausgleich im Mittelohr. Die Reizaufnahme und -weiterleitung erfordert elektrische Energie. Diese wird in der Ohrschnecke (Cochlea) produziert, die eng mit dem Steigbügel verbunden ist. Die spiralförmig gewundenen Schläuche der Ohrschnecke sind mit unterschiedlichen Flüssigkeiten gefüllt. So werden elektrische Spannungen aufgebaut, vergleichbar einer Batterie. In der Ohrschnecke befindet sich auch das Cortische Organ mit seinen rund 20 000 Haarzellen. Diese sind in einer inneren und drei äusseren Reihen angeordnet und werden in 24 Gruppen unterteilt. Jede dieser Haarzellen-Gruppen spricht auf die Töne einer bestimmten Frequenz an. Töne hoher Frequenzen werden im vorderen, jene der tieferen Frequenzen im hinteren Teil der Cochlea wahrgenommen. Die Haarzellen sind äusserst sensibel und verletzlich. Sie können durch Überstrapazierung schwer und unwiderruflich geschädigt werden. Die von den Haarzellen abgegebenen bioelektrischen Impulse werden vom Hörnerv aufgenommen und im Gehirn verarbeitet. Zum Innenohr gehört auch der Gleichgewichtsapparat. Er besteht aus zwei kleinen Bläschen – dem Sacculus und dem Utriculus – und drei Bogengängen. Sacculus und Utriculus enthalten winzige Kalksteinchen. Verändert sich die Position des Kopfes, so ändert sich auch die Position der Kalksteinchen, sodass das Gesetz der Schwerkraft immer erhalten bleibt.

Vom Lärm zur Schwerhörigkeit

Da der Hörverlust mit der Schädigung der Haarzellen zusammenhängt, entsteht er selten von heute auf morgen. Oft liegt das ursächliche, lärmige Ereignis so weit zurück, dass sich die meisten Leute kaum mehr daran erinnern können. Die äusserst verletzlichen Haarzellen werden durch hohe Schalldrücke sehr strapaziert. Dauert eine mittlere Lärmemission nur kurz an, können sich die Haarzellen in einer darauffolgenden Ruhephase wieder erholen. Nicht so bei Knalltraumas und andauerndem Lärm: Sind die Lärmquellen zu stark und die Erholungsphasen zu kurz, werden die Haarzellen geschädigt und sterben ab. Die älteren Menschen, die heute ein Hörgerät tragen, standen in ihrem Arbeitsleben vielleicht noch in einer Fabrikhalle mit lärmenden Maschinen oder verrichteten ihre Schiessübungen im Militärdienst ohne jeglichen Gehörschutz. Das hat sich inzwischen geändert. Sowohl im Militär wie auch in der Industrie oder auf dem Bau ist der Gehörschutz Pflicht. Nicht so an Technopartys, Rockkonzerten, Sportveranstaltungen oder auf Langstreckenflügen. Diese Lärmemissionen setzen unserem Gehör ziemlich zu. Obwohl die Lärmgrenzen an Konzerten und Partys oft gewisse Dezibel nicht überschreiten dürfen, muss sich unsere Gesellschaft fragen: Wo sind eigentlich die Ruhephasen geblieben? Am Schluss zählt nicht nur die Dauer, in der sich das Gehör wieder erholen kann, sondern auch die kumulative Wirkung von mehreren kleineren Belastungen, die sich aufsummieren können. Wer also häufig Motorrad fährt, Discos besucht, zu Hause laute Musik hört und gar noch am Arbeitsplatz mit erheblichem Lärm konfrontiert ist, hat seinen Hörschaden selbst dann vorprogrammiert, wenn die kritische Grenze nur leicht und kurzfristig überschritten wird. Obwohl auf Bundesebene bereits viele Massnahmen zum Schutz der jugendlichen Ohren getroffen wurden, wird das Problem immer noch verkannt. Das hat eine Untersuchung der SUVA unter Jugendlichen in Luzern mit aller Deutlichkeit gezeigt.

Sabine Humi

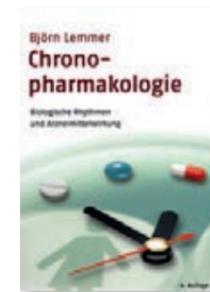
Zum Nachschlagen



Der neue Psychrembel ist da

Auch in der 263. Auflage dient das klinische Wörterbuch, der Psychrembel, mit seinen umfassenden und fundierten Informationen als erste Anlaufstelle bei medizinischen Fragen. So werden über 36 000 Fachbegriffe aus der Welt der Medizin erklärt. Die Zuverlässigkeit und Qualität der Einträge wird dabei durch mehr als 220 renommierte Autoren sichergestellt. Neu ist der Psychrembel zudem auch online oder als App erhältlich.

Psychrembel Klinisches Wörterbuch 2012,
De Gruyter Verlag,
ISBN 978-3-11-025166-1,
ca. Fr. 67.–



Arzneimittel und der biologische Rhythmus

Wie beeinflusst die innere Uhr die Pharmakokinetik von Arzneistoffen, wie lässt sich die Wirksamkeit optimieren und welchen Einfluss hat die Tageszeit auf Krankheitssymptome? Diesen Fragen geht das Buch zur Chronopharmakologie auf den Grund. Dabei geht es von der Grundlagenforschung bis hin zum therapeutischen Einsatz der einzelnen Arzneimittel. Zum Schluss wird zudem ausführlich auf den Jetlag eingegangen.

Björn Lemmer:
«Chronopharmakologie»,
Wissenschaftliche Verlagsgesellschaft Stuttgart,
4. Auflage 2011,
ISBN 978-3-8047-2786-1,
ca. Fr. 52.–

RUNDUM GESCHÜTZT DURCH DEN

WINTER



Wie Sie in der kalten Jahreszeit vom Aufenthalt im Freien profitieren und trotzdem gesund bleiben. Auf vitagate.ch zeigen wir Ihnen, wie Sie Krankheiten vorbeugen und welche rezeptfreien Heilmittel Sie sich bei leichten Beschwerden selbst verordnen können.



vitagate.ch – die Gesundheits-Plattform der Schweizer Drogerien

vitagate.ch
Jeden Tag einen Klick gesünder.

NATURTUBENTREFF.



Weltmarktführer und Newcomer, namhafte Hersteller und junge Labels – sie alle treffen sich auf der Leitmesse für Naturkosmetik und Wellness. Entdecken Sie, was die internationale Naturkosmetikbranche bewegt und diskutieren Sie mit im Vivaness Forum.

www.vivaness.de/vielfalt



Mehr als eine Leitmesse.

Nürnberg, Germany, 15. – 18.2.2012
Zutritt nur für Fachbesucher

Veranstalter
NürnbergMesse
besucherservice@nuernbergmesse.de
Information
Handelskammer Deutschland-Schweiz
Tel +41 (0) 44.2 83 61 75
Fax +41 (0) 44.2 83 61 00
suisse@nuernbergmesse.com

Bevor die Pollen fliegen

Momentan mag es noch eher winterlich als frühlingshaft warm anmuten. Doch die Zeit zur Heuschnupfen-Prophylaxe ist bereits da. Eine Zusammenstellung der bekannten Methoden.

Kaum wird die Pflanzenwelt erwärmt, erblühen die Laubbäume und lassen ihre Pollen verströmen. Was dem einen Freude beschert, versetzt den anderen in einen quälenden Abwehrkampf, der dem Pollenflug wie folgt entgegen: Da fliesst als Erstes wässriges Nasensekret, das die eindringenden Pollen ausschwemmen will. Dann versucht der Körper, mit raketartigem Luftausstoss die Atemwege zu befreien. Im nächsten Schritt wird eingeheizt, um zu verbrennen, was fremd ist. Dies sind immunologische Abwehrmechanismen. Daraus resultiert eine Entzündung, die einen quälenden Juckreiz und ein unangenehmes Engegefühl in der Brust verursacht. Überschießt nun die immunologische Reaktion, reagiert man allergisch.

Ist der Fremdartikel wie im beschriebenen Fall ein Pollen, nennt man dies im Volksmund Heuschnupfen und medizinisch korrekt «pollenbedingte allergische Rhinitis» oder kurz Pollinosis. Bei Pollinosis reagiert der Leidtragende auf Proteinbestandteile bestimmter Pollen, die von Bäumen, Sträuchern, Stauden, Kräutern oder Gräsern verströmt werden. Beim ersten Kontakt mit diesen bildet der Körper spezifische IgE-Antikörper. Im folgenden Jahr erkennen diese Antikörper die jeweiligen Pollen wieder und alarmieren das Immunsystem, indem sie Mastzellen aktivieren. Diese schütten Histamin und Leukotriene aus, die im Übermass Symptome wie Rötung und Schwellung bis hin zur Atemnot verursachen können. Eine solche Reaktion ist das erste Warnsignal des Körpers, der dem Kopf mitteilen will, dass seine Abwehrkraft gegenüber Fremdstoffen unterstützt werden will. Wird diesem Signal nicht Rechnung getragen, weitet sich die allergische Anfälligkeit auf tiefer gelegene Atembereiche aus. Was anfänglich als Heuschnupfen gestartet ist, kann sich so als Asthma manifestieren oder gar zu einem anaphylaktischen Schock führen.

Prophylaktische Behandlungsmöglichkeiten

Im Folgenden einige Beispiele, wie das Immunsystem effizient trainiert und unterstützt werden kann:

Aus schulmedizinischer Sicht

Prophylaktisch appliziert man Derivate der Cromoglicinsäure, welche die Histaminausschüttung der Mastzellen verhindert. Sie kann in Form von Nasen- und Augentropfen

appliziert werden. Der Schutz muss alle vier bis sechs Stunden erneuert werden. Um den Fremdstoff abzutransportieren, muss der Körper die Selbstheilungskräfte aktivieren. Erst dadurch können Entzündungen ausgeleitet und das Immunsystem regeneriert werden.

Will man seinen Körper selbstverantwortlicher unterstützen, bietet die Schulmedizin die spezifische Immunisierung gegen Pollen an, bekannt unter dem Begriff Hyposensibilisierung oder Desensibilisierung. Um diese durchführen zu können, bedarf es der Fachkompetenz des Arztes, der mittels Test das allergene Pollenmuster bestimmt. Das betreffende Pollengemisch wird einmal jährlich während drei Jahren zur Immunisierung eingespritzt. Der Körper stimmt dadurch sein Immunsystem auf fremde Proteine adäquat ein.

Neu können auch standardisierte «Gräser-Tabletten» (Liste A: Grazax®) verordnet werden.

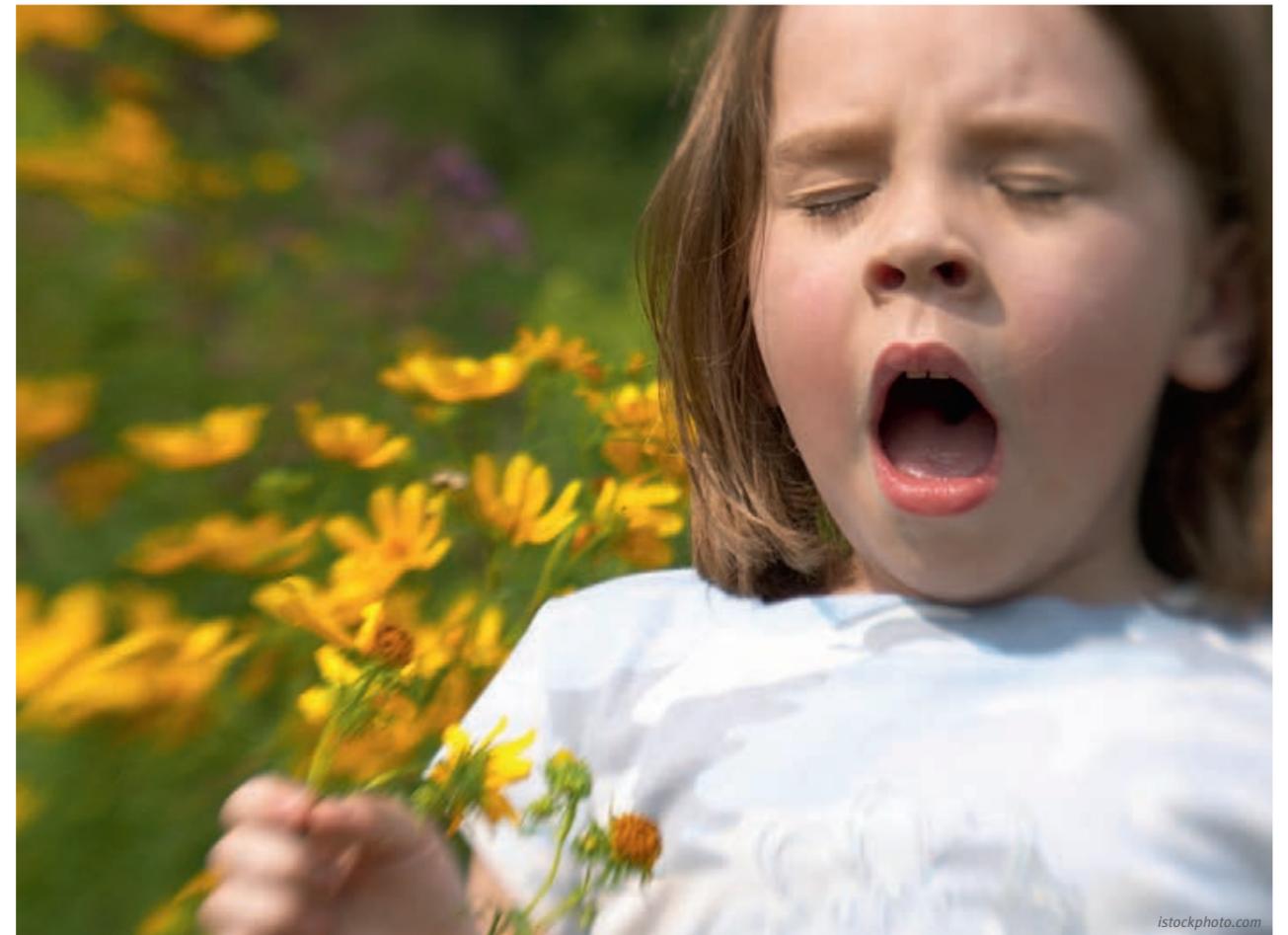
Ganzjährige Unterstützung

Aus Sicht der Pflanzenwelt

Pollen sind Produkte der Pflanze, die via Luft in Kontakt mit dem Menschen treten. Versteht man die Luft als Lebensenergie (Atem) und die Pollen als Fortpflanzungsenergie, so wird bildhaft der Heuschnupfengeplagte aufgefordert, sich lebendiger zu bewegen. Lebendig im Sinne von authentisch im Hier und Jetzt. Das bedeutet im Alltag, hinaus in die Natur zu gehen und den Austausch mit der lebendigen Natur zu leben: vom Computer hin zu «Live»-Menschen, vom Auto zu den eigenen Füßen, von Fast zu Slow Food, von fremd- zu eigenverantwortlicher Gesundheitspflege.

Aus ernährungsmedizinischer Sicht

Im Darm sind siebenzig Prozent des Immunsystems angesiedelt, das je nach Lebensmittel aktiviert oder unterdrückt wird. Frische Lebensmittel ohne Konservierungsstoffe sind dabei die Nahrungsmittel erster Wahl für eine gesunde Darmflora. Ein Übermass an Zucker, Mangel an Bitterstoffen oder massloser Suchtmittelkonsum reduziert das Immunsystem. Früchte und Gemüse, Vollwertkost und wenig oder keine tierischen Proteine fördern das Immunsystem. Kann die notwendige Zeit für eine immununterstützende Ernährung nicht genommen werden, bieten sich Fruchtsäf-



Was mit einem einfachen Heuschnupfen beginnt, kann durch einen sogenannten Etagenwechsel zu Asthma oder bis hin zu einem anaphylaktischen Schock führen.

te an. Sollten diese nicht genügen, können Vitamine eingenommen werden. An erster Stelle seien Vitamin C (1 Gramm täglich), Vitamin A, E und D genannt, sowie die B-Reihe, im speziellen Vitamin B₃, das die Histaminausschüttung harmonisch moduliert.

Als Nahrungsergänzungsmittel sind Omega-Fettsäuren, zum Beispiel Schwarzkümmelöl (Dosierung je nach galenischer Form), Magnesium (250 mg/Tag), Calcium (1000 mg/täglich) oder kombiniert (Mg 250 mg / Ca 500 mg), Selen (100 µg/Tag), Zink (10 mg/Tag) zu erwähnen.

Aus phytotherapeutischer Sicht

Empfehlenswert als Prophylaktikum ist ein abendliches Heublumenbad, das als Winterritual innere Wärme entfacht und das Immunsystem des Darms über die Haut aktiviert. 2- bis 3-mal wöchentlich 6 bis 8 Wochen vor der Pollensaison beginnen.

Eine Kur mit Mariendistel (Kapsel, Tabletten, Urtinkturen) unterstützt die Leber- und Lymphfähigkeit, welche als Basis für ein gut funktionierendes Immunsystem gilt. Kurempfehlung: 6 bis 8 Wochen vor Pollensaisonbeginn, Dosierung gemäss entsprechendem Fertigarzneimittel.

Aus eigenverantwortlicher Sicht

In der Herbst-Winter-Zeit jeweils morgens einen Teelöffel Honig aus der Region einnehmen. Honig enthält Pollenrückstände in immunmodulierender Konzentration. Im Weiteren kann kurmässig Propolis (Granulat, Tinktur, Kapseln) eingenommen werden. Es schützt die Zellmembran vor Toxineinflüssen. ➤

Gut zu wissen

Um rechtzeitig sein **Immunsystem** zu unterstützen, ist gut zu wissen, wann welche Pollen in der Luft sind: www.vitagate.ch

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

Die einzigartige Wirkungsweise

Spenglersan Nasenspray gegen Heuschnupfen

Mit **Spenglersan Staphylococcus comp.** steht ein Heuschnupfenmittel zur Verfügung, das weit mehr bewirkt, als nur die Schleimhäute abzuschwellen.

Spenglersan – einfach sanft!



Spenglersan
Staphylococcus comp. D13-K
Nasenspray à 15 ml

Homöopharm AG · 4702 Oensingen
Distribution Swiss

homöopharm HOMÖOPATHIE
PHYTOTHERAPIE

Nur für Facheinkäufer

Unter uns

Neuheiten und Trends einkaufen im durch und durch professionellen Ambiente:
Über 450 Aussteller präsentieren in der Messe Zürich Innovatives und Funktionelles,
Ästhetisches und Überraschendes, Bewährtes und Saisonales.

SONNTAG-
MITTWOCH

ORNARIS Zürich '12, 15.-18. I.
Fachmesse für Neuheiten und Trends

www.ornaris.ch

Saisonbedingte Unterstützung

Die effizienteste Wirkung erzielt man, wenn bereits drei bis acht Wochen vor der individuellen Pollensaison mit der Prophylaxe begonnen wird.

Komplementärmedizinische Heilmittel

sind Heilmittel, die Selbstheilungskräfte aktivieren. Sie werden je nach Herstellungsmethode in ihrer Stofflichkeit unterschieden. Die Einteilung erfolgt nach der Wertskala Fein- bis Grobstofflichkeit. Die feinstofflichsten Heilmittel sind Homöopathika, inklusive Schüssler-Salze und Anthroposophika, dann folgen Spagyrika, ätherische Öle, Urtinkturen, Tee, und am grobstofflichsten sind Tabletten, Dragées und Kapseln.

Das stimmige Heilmittel wird aufgrund des Körperbewusstseins des Heuschnupfengeplagten ausgewählt. Je körperbewusster, desto feinstimmiger die Sinnesorgane und sensibler gegenüber feinstofflicher Heilmittelwirkung.

Folgende Auswahl soll der Heuschnupfen-Beratung dienlich sein:

› Homöopathika

GALPHIMIA D12: Bei allergischer Rhinitis, stimuliert das Immunsystem, damit akut weniger Juckreiz, Brennen, Sekretfluss in den Augen und Nasen-Rachen-Raum und Niesattacken empfunden wird. Prophylaktisch 6- bis 8-wöchige Kurdauer: 3-mal täglich 5 Globuli
ACIDUM FORMICUM D6: Bei allgemeiner allergischer Diathese. Prophylaktisch: 6- bis 8-wöchige Kurdauer, 2-mal täglich 5 Globuli

Fertig hergestellte Komplexmittel mit entsprechendem Dosierungsintervall gelten als standardisierte Rezepturen, die bei den meisten Heuschnupfengeplagten gute Dienste erweisen.

Einige Inputs für ein leistungsfähiges Immunsystem

- › Ausgewogenes Schlafmass: 6 bis 8 Stunden Schlaf, vor Mitternacht regeneriert der Körper am nachhaltigsten
- › Tägliche Bewegung in der Natur
- › Regelmässig frische Luft: Sauerstoff ernährt Zellen durchdringender als Nahrung
- › Ausgewogene Ernährung: von allem Naturgerechten etwas im Mass
- › Frische Nahrung enthält am meisten Lebensenergie
- › Regelmässig Obst und Gemüse mit ausgewogenem Vitamin-, Mineralien-, Spurenelementgehalt
- › Morgens und abends kalte Wassergüsse von den Extremitäten hin zum Herz

› Schüssler-Salze

Zur Reduzierung allergischer Reaktionen und erster Entzündungserscheinungen eignen sich:
NR. 3 FERRUM PHOSPHORICUM D12: wenn akute Symptome, dann alle 15 bis 30 Minuten eine Tablette, dann 5- bis 8-mal 2 bis 3 Tabletten täglich. Zur Modulation des Wasserhaushaltes Nr. 8 Natrium chloratum D6: wenn akut, dann 3- bis 6-mal täglich 3 Tabletten im Munde zergehen lassen. Prophylaktisch: 6 bis 8 Wochen 3-mal täglich 2 Tabletten.

Evtl. im Wechsel mit Nr. 2 Calcium phosphoricum D6: wenn akute Symptome, dann stündlich 1 bis 2 Tabletten, danach 4-mal täglich 2 Tabletten. Calcium phosphoricum wirkt beruhigend auf «Überreaktionen», indem es die Zellmembranen stabilisiert.

› Anthroposophika

GENCYDO Nasenspray: Baut Schleimschutzhaut auf und stimuliert Immunsystem. Prophylaktisch: 6 bis 8 Wochen, Beginn im Januar, 1-bis 2-mal wöchentlich, kann erhöht werden.

› Spagyrika

Sollten standardisierte Komplexmittel der verschiedenen Firmen nicht helfen, können individuell folgende Essenzen berücksichtigt werden:

GRAMINIS FLOS: Aktiviert Immunsystem gegenüber Heublumen.

MEL: Aktiviert Immunsystem gegenüber Pollen. Je nach Honigart: Wald, Wiese, Eiche, Akazien etc.

PETASITES HYBRIDUS: Aktiviert Immunsystem via den Verdauungstrakt (Darmflora, Leber).

PROPOLIS: Aktiviert Immunsystem analog wie Bienen ihr Zuhause vor Toxineinflüssen schützen. Prophylaktisch: 6 bis 8 Wochen 2-mal täglich 2 bis 3 Hübe.

› Spenglersane

VIRUS INFLUENCAE COMP. -G D13 Nasenspray: Je nach Bedarf, ansonsten 4 bis 6-mal täglich ein Pumpstoss. Zur Begleittherapie allenfalls STAPHYLOCOCCUS COMP.K 3-mal täglich 10 Pumpstösse in die Ellenbeuge einreiben.

› Aromatherapie

Prophylaxe 5 bis 8 Wochen vor Saisonbeginn
ZYPRESSENÖL: 5 Tropfen, ordnet und reinigt Zellstruktur
MYRRHE: 8 Tropfen, immunmodulierend
IMMORTELLE: 13 Tropfen, befreit von allem Giftigen
In 50 ml Mandelöl geben, gut schütteln, morgens und abends etwas mit der Fingerkuppe auf die Naseneingänge und Nabel auftragen.

Christine Funke, Apothekerin Offizin FPH,
Phytotherapie SMGP FPH

Des Guten zu viel

Zehn bis dreissig Prozent der Bevölkerung in westlichen Industrieländern leiden mindestens einmal pro Woche an Sodbrennen. Ein Symptom, das ernst genommen werden sollte.

Das Förderband im Grossverteiler lässt vor Feiertagen aufschlussreiche Einblicke in das Ess- und Kochverhalten von wildfremden Leuten erhaschen. Fleisch, Butter, Zucker, Eier, Süssigkeiten, Backwaren und Fertiggerichte wandern in die Tragtaschen und bald darauf in die Mäuler der besinnlich versammelten Familie. Für den Magen sind die Weihnachtstage eine ziemliche Tortur. Die üppigen Mahlzeiten am Abend beeinträchtigen nicht nur die Schlafqualität, sondern können auch zu unangenehmem Sodbrennen führen – kaum legen sich die Betroffenen ins Bett, entflammt hinter dem Brustbein ein brennender Schmerz.

Sod- oder Magenbrennen (gastroösophageale Refluxerkrankung) entsteht, wenn salzsäurehaltiger Magensaft zurück in die Speiseröhre fliesst. Im Extremfall kann der saure Magensaft sogar den Nasen-/Rachenraum erreichen. Im Gegensatz zum Magen, der sich mit dem Magenschleim vor der starken Säure schützen kann, ist die Speiseröhre mit keiner Schutzschicht ausgestattet. Der Rückfluss des aggressiven Magen- und Verdauungssaftes setzt somit den Schleimhäuten der Speiseröhre ziemlich zu. Das führt mit der Zeit zu Entzündungen im Bereich des Magenpförtners, aus denen sich unbehandelt chronisch entzündliche Schleimhautveränderungen (Ösophagitis) entwickeln können. Doch auch morgendliche Heiserkeit sowie chronischer Husten, Bronchitis, Lungenentzündungen und sogar Asthma können von einer unbehandelten Refluxerkrankung ausgelöst werden. In seltenen Fällen sogar die chronische Halsentzündung, Zahnfleischentzündungen oder Mittelohrentzündungen. Nicht zu verwechseln ist das Sodbrennen allerdings mit dem sauren Aufstossen. Dieses tritt zwar häufig in Zusammenhang mit dem Magenbrennen auf. Es handelt sich dabei jedoch um verschluckte Luft, die vom Magen in die Speiseröhre gelangt. Oft verursacht durch hastiges Essen und schnelles Trinken. Bei diesem Vorgang kann durchaus etwas Säure nach oben schwappen, solange das aber nicht allzu häufig ist, ist es meistens harmlos.

Schwierige Suche nach Ursachen

Die Ursachen für Sodbrennen (gastroösophageale Refluxerkrankung) sind vielseitig. Normalerweise verhindert der ringförmige Muskel am Mageneingang (Magenpförtner), dass Magensäure in die Speiseröhre zurückfliesst. Im Alter

erschläfft der Muskel allmählich. Das beeinträchtigt die Verschlussbarkeit des Magenpförtners und begünstigt das Sodbrennen. Begünstigend wirken aber auch eine angeborene zu grosse Lücke im Zwerchfell, Schwangerschaften, Übergewicht oder gewisse Medikamente. Bei wiederkehrenden Problemen ist deshalb eine ärztliche Abklärung unbedingt nötig. Auch erhitzende Reizmittel wie Alkohol, Kaffee, Schwarztee, Cola oder Nikotin lassen den Schliessmuskel erschlaffen. Kombiniert mit einer Ernährung, die fett- und zuckerreich ist, produziert der Körper sehr viel Magensäure. Erst recht, wenn man zusätzlich unter Stress oder seelischen Belastungen steht. Wird der Magen zusätzlich noch prall gefüllt und in enge Kleidung gesteckt, kann die Magensäure durchaus nach oben drücken.

Wer die weihnächtliche Firmen- und Familienfestdichte kritisch betrachtet, erkennt schnell: Fast alle dieser begünstigenden Faktoren summieren sich im Dezember. Gerade weil alles so üppig und schmackhaft ist, trinken Herr und Frau Schweizer gerne eins oder zwei über den Durst und essen sich genüsslich über das Sättigungsgefühl hinweg. Dass die Weihnachtszeit zudem stressig und nicht selten sehr emotionsgeladen ist, kann nicht verneint werden.

Schnelle Hilfe ist gefragt

Im Akutfall ist Soforthilfe angesagt. Zum Beispiel mit Medikamenten, welche die Magensäure neutralisieren. Das verhindert zwar nicht das Aufsteigen von Magensaft, doch immerhin reizt die Magensäure die Speiseröhre nicht mehr. Der älteste – und inzwischen auch veraltete – Wirkstoff unter den Antazida ist Natriumhydrogencarbonat (Natron). Natron setzt neben der stark neutralisierenden Wirkung im Magen sehr schnell Kohlendioxid frei, was zu Blähungen und Aufstossen führt. Deshalb wurde Natron weitgehend ersetzt durch Calcium- und Magnesiumcarbonat. Das Carbonat CO_3^{2-} bindet sich sofort nach der Einnahme mit den freien Säuren (H^+) im Magensaft. Dadurch verschiebt sich der pH-Wert des Magens kurzfristig in den neutralen Bereich. Auch Aluminium- und Magnesiumhydroxid gehören

Gut zu wissen

Bereiten Sie sich auf die Fragen Ihrer Kunden vor: **Sodbrennen** steht auch im aktuellen *Drogistenstern* im Zentrum.



zur Gruppe der Antazida. Aluminiumhydroxid bindet neben der Magensäure schädliche Gallensäuren, die zum Teil aus dem Darm in den Magen gelangen. Aus Aluminiumhydroxid entsteht in Verbindung mit der Magensäure in geringen Mengen das Salz Aluminiumchlorid. Es wirkt adstringierend und unterstützt so den Schutz der Magenschleimhaut. Oft wird Aluminiumhydroxid mit Magnesiumhydroxid kombiniert: Magnesiumhydroxid wirkt schnell, Aluminiumhydroxid lang. Besser verträglich und schonender für den Magen sind die Schichtgitter-Antazida: Zu ihnen gehören die Wirkstoffe Hydrotalcit und Magaldratum. Angeordnet in einer Schichtgitterstruktur bestehen die Moleküle sowohl aus Aluminium- als auch aus Magnesiumhydroxid. Während der Neutralisation des Magensaftes löst sich die Gitterstruktur langsam auf. Das führt zu einer abgestuften Wirkung, die insgesamt bis zu 90 Minuten anhalten kann. Die sich beim Vorgang lösenden Magnesium- und Aluminiumionen binden überschüssige Säure (H^+ -Ionen) und halten den pH-Wert im Magen bei konstanten pH-Werten von 3 bis 5. Durch diese Pufferwirkung wird ein Säure-Rebound-Effekt verhindert und die vom Pepsin abhängige Eiweissverdauung nicht beeinträchtigt.

Ganzheitlich beraten

So gut die Medikamente auch wirken – sie lösen das Problem nicht endgültig. Damit Sodbrennen nicht zum Dauerbrenner wird, sollten sich betroffene Kunden einige Gedanken über ihre Ernährungs- und Lebensweise machen. Bei Sodbrennen sind folgende Anpassungen empfohlen:

- › *Kleine Sünden streichen:* Weitgehend auf Süssigkeiten, insbesondere Schokolade und fettige Speisen verzichten.
- › *Der richtige Wein:* Weisswein und Sekt eher durch Rotwein ersetzen.
- › *Ohne Gas:* Stilles Wasser trinken statt Mineralwasser, das mit Kohlensäure versetzt ist.
- › *Eine Handvoll Nahrung:* Nicht mehr essen, als man in die zur Schale geformten Hände legen kann. Im Magen sollte noch ein bisschen Platz frei bleiben.
- › *Frühes Abendessen:* Die letzte Nahrungsaufnahme vor der Bettruhe sollte um 18 Uhr sein.
- › *Idealgewicht halten:* Wenn nötig das Gewicht reduzieren.
- › *Schlafen:* Nachts den Oberkörper leicht erhöht lagern.
- › *Reizmittel reduzieren:* Nikotingenuss sowie Schnäpse und Drinks möglichst ganz vermeiden.
- › *Keine scharf gewürzten Speisen:* Chili con Carne und Ähnliches meiden, und keine fermentierten Nahrungsmittel einnehmen.

Auch verdauungsfördernde Tee- oder Spagyrikmischungen mit Schafgarbe, Enzian, Löwenzahn oder Kamille, Schüssler-Salze und ätherische Öle können die Verdauung anregen und so die übermässige Produktion von Magensäure verhindern. Da der Faktor Stress nicht selten eine Schlüsselrolle spielt, können entsprechend entspannende Massnahmen wie Bäder, Duftöle oder Bauchmassagen ebenfalls sehr hilfreich sein.

Sabine Hurni

Einfach reden

An einem Kundenanlass oder beim zufälligen Zusammentreffen mit einem Geschäftspartner pflegt ein lockeres Gespräch die Beziehung. Hört sich banal an, ist es aber nicht.

Was im Geschäft ganz selbstverständlich funktioniert, kann ausserhalb der Drogerie zur Herausforderung werden. Ein Beispiel: Hans Meier besucht zum ersten Mal die Drogerie Fantasia, wo er wunschgemäss beraten und bedient wird. Zufrieden und mit den gewünschten Produkten ausgerüstet, verlässt er das Geschäft. Am folgenden Wochenende besucht Drogist Fantasia gemeinsam mit seiner Frau ein Konzert. Dort sieht er Herrn Meier, der klassische Musik ebenfalls zu mögen scheint. Drogist Fantasia überlegt, ob er auf Herrn Meier zugehen und ihn ansprechen soll. Es könnte ja sein, dass Herr Meier keine Lust auf ein Gespräch hat. «Wer mit Leuten redet und freundlich auf sie zugeht, kommt besser an als jemand, der wortlos vorbeiläuft.» Davon ist der Rhetoriktrainer **Matthias Pöhm** überzeugt. «Stellen Sie sich vor: Sie sehen einen Kunden oder Geschäftspartner. Aus Angst vor Gesprächslosigkeit tun Sie so, als ob Sie ihn gar nicht registrieren. Sie schauen zu Boden und gehen wortlos an ihm vorbei.» Was ein solches Verhalten auslösen könne, dessen seien wir uns selten bewusst, fährt Pöhm weiter: «Der andere wird wahrscheinlich denken: Was habe ich dem getan?!» Gerade beim Small Talk geht es weniger um originelle Gesprächsinhalte, sondern in erster Linie um die zwischenmenschliche Beziehung. Deshalb sollte – in unserem Fall – Drogist Fantasia die Chance auf jeden Fall nutzen und auf Herrn Meier zugehen. Denn stimmt die Beziehungsebene, so erhöht sich die Chance, dass Hans Meier die Drogerie erneut aufsuchen wird.



«Ein Grundbedürfnis des Menschen in der Kommunikation ist das Bedürfnis nach Harmonie und Gleichklang.»

Matthias Pöhm, Rhetoriktrainer

So gelingt Small Talk

«Aller Anfang ist schwer, doch ohne ihn kein Small Talk wär.» So könnte das Sprichwort auch lauten. Das Gespräch zu eröffnen, lohnt sich, denn das Visavis steckt in derselben Situation und möchte peinliche Stille vermeiden. Mit einer freundlichen Ausstrahlung und einem Lächeln fällt der erste Satz um einiges leichter. So erhält das Gegenüber den Eindruck, man freue sich über die Begegnung. Zu Beginn eignen sich unverbindliche Themen, offene Fragen, die nicht bloss mit «Ja» oder «Nein» beantwortet werden können, oder Aussagen zu etwas, das in der gemeinsamen Umgebung ist. An der Bushaltestelle könnte das so tönen: «Es ist gut, dass man hier bei Regen geschützt ist», oder «Wie finden Sie die Busverbindungen hier?». Handelt es sich um einen Kundenanlass oder ein Geschäftsessen, kann man nach dem Vorstellen an eine Aussage anknüpfen, die jemand gemacht hat. Matthias Pöhm rät zudem: «Merken Sie sich den Namen und verwenden Sie ihn auch. Jeder von uns hört seinen Namen gerne.»

Ist der Einstieg gelungen, geht es darum, ein Thema zu finden, das von alleine läuft. «Jeder Mensch hat Bereiche, bei denen Sie mit ihm übereinstimmen. Man muss sie nur finden», ist Pöhm überzeugt. Dies geht am einfachsten, wenn Fragen nicht knapp beantwortet, sondern die Antworten durch Zusatzinformationen ergänzt werden. So hat der Gesprächspartner die Möglichkeit, daran anzuknüpfen. Im Idealfall kommt gar eine gemeinsame Leidenschaft zum Vorschein und schafft die idealen Voraussetzungen für eine ungezwungene Unterhaltung. Entpuppt sich das Gegenüber als schweigsam, hilft es, Fragen zu stellen, um das Gespräch im Fluss zu halten. Der Rhetoriktrainer empfiehlt, das Gehörte zu wiederholen, es sogar zu zitieren. So fühle sich der Gesprächspartner geschmeichelt. Nebst Wertschätzung und Interesse für das Gegenüber sind erfreuliche Themen für ein gutes Gesprächsklima wichtig. Nichtsdestotrotz: Natürlich kann es immer vorkommen, dass eine Antipathie davon abhält, echtes Interesse zu zeigen. Doch auch dann sollte man nach einem spannenden Thema suchen und sich darauf konzentrieren. Denn jeder Mensch macht Dinge, die interessant sind. ▶



Auch wenn man beim Small Talk nicht immer auf der gleichen Wellenlänge ist. Denken Sie daran: Jeder Mensch macht Dinge, die interessant sind. Fragen Sie, das hilft eine peinliche Stille zu überbrücken.

Matthias Pöhm machte seine frühere «Rede»-Schwäche zum Trumpf: Seit 1997 veranstaltet er Seminare für Rhetorik und Schlagfertigkeit und ist Autor zahlreicher Bücher. Der aktueller Bestseller ist «Der Irrtum Powerpoint – Präsentieren Sie noch oder faszinieren Sie schon?». www.poehm.com

Small-Talk-Tipps von Matthias Pöhm

- ▶ Überlegen Sie sich, wofür sich Ihr Gegenüber interessieren könnte.
- ▶ Reden Sie so, wie Sie im Alltag mit Ihrer Familie und Ihren Freunden auch reden.
- ▶ Kämpfen Sie nicht um Ihre Ansicht, wenn Sie den andern kaum kennen.
- ▶ Hören Sie aktiv zu und stellen Sie Anschlussfragen.
- ▶ Signalisieren Sie auch mit Ihrer Körpersprache Interesse: Ein klarer Blick und fester Händedruck sind ein Muss.
- ▶ Gehen Sie locker und mit Humor an die Sache heran.
- ▶ Lächeln Sie.

Bevor es peinlich wird

Probleme beim Small Talk können unterschiedliche Ursachen haben: Die Beziehung ist noch nicht hergestellt oder gestört, bestimmte Sachhalte dominieren das Gespräch und machen einen Austausch über anderes unmöglich, das Interesse am Gesprächspartner ist weg, oder die humorvolle Grundeinstellung fehlt. Auch hinsichtlich der Themenwahl sind Fehlritte möglich. Vermieden werden sollten schlechte Nachrichten oder Konflikträchtiges, wie beispielsweise Unterhaltungen über Krankheit, Tod, Religion, Geld, Rassenprobleme, Politik, Stammtischparolen und vor allem Lästereien über Anwesende, Kritik am Gastgeber, an Mitbewerbern oder Kunden. Als Folge eines unglücklich gewählten Themas kann das Gespräch plötzlich verstummen. Die eintretende Stille ist meist unangenehm. Keiner scheint etwas sagen zu wollen. Jetzt gilt es, gekonnt zu reagieren. Zum Überbrücken des Schweigens kann zum Beispiel etwas zu essen oder trinken angeboten, eine Floskel eingeschoben oder über die Situation selbst gesprochen werden.

«Alle interessieren sich nur für sich. Einzig ich, ich interessiere mich für mich – gute Small Talker sind anders!»

Matthias Pöhm, Rhetoriktrainer

Vorsicht ist ebenfalls bei Geschichten über persönliche Angelegenheiten geboten. Etwas Persönliches zu erzählen, kann spannend sein und braucht Mut. Voraussetzung ist aber, dass ein gewisses Mass an Vertrautheit (wie lange und gut kennen Sie Ihren Gesprächspartner?) vorhanden ist und Sie mit Sprechen an der Reihe sind. Denn: Ist das Eis einmal gebrochen, lohnt es sich, dem andern grosszügig zuzuhören und ihm volle Aufmerksamkeit zu schenken. «Klasse hat beispielsweise, wenn Sie im letzten Jahr eine Weltreise gemacht haben, und Sie fragen Ihren Kollegen über seinen Urlaub in Graubünden aus, ohne auch nur mit einem Wort Ihre Weltreise zu erwähnen», so Pöhm.

Anania Hostettler

Online-Portale

- › www.rhetorik-seminar.ch
- › www.schule-der-rhetorik.de/smalltalk.html
- › www.small-talk-themen.de

Saridon® N hilft.

- Schnellere und wirksamere Schmerzlinderung als herkömmliches Ibuprofen¹
- Signifikant stärkere analgetische Wirkung als Paracetamol²

Referenzen
1) Ibuprofen sodium dihydrate, an ibuprofen formulation with improved absorption characteristics, provides faster and greater pain relief than ibuprofen acid; Schleier P et al.; Int Journal of Clinical Pharmacology and Therapeutics, Vol. 45 – No. 2/2007 (89-97) 2) Paracetamol (1000 mg) verglichen mit Ibuprofen Natrium Dihydrat (400 mg); Onset of analgesia with sodium ibuprofen, ibuprofen acid incorporating poloxamer and acetaminophen – a single-dose, double-blind, placebo-controlled study in patients with post-operative dental pain; Daniels S. et al.; Eur J Clin Pharmacol, 2009.

Saridon N 200 / Saridon N Forte 400
Z: Ibuprofen-Natrium 256.25 mg entspr. 200 mg Ibuprofen pro Tablette Saridon N bzw. Ibuprofen-Natrium 512.50 mg entspr. 400 mg Ibuprofen pro Tablette Saridon N Forte. I: Zur maximalen 3 Tage dauernden Behandlung von Kopfschmerzen, Monatsschmerzen, Schmerzen im Bereich von Gelenken und Bändern, Rückenschmerzen, Zahnschmerzen, Schmerzen nach Verletzungen, Fieber bei grippalen Zuständen. D: Erwachsene und Kinder ab 12 Jahren: 1-2 Tabletten Saridon N alle 4-6 Stunden (max. 6 Tabletten täglich) bzw. 1 Tablette Saridon N Forte alle 4-6 Stunden (max. 3 Tabletten täglich). N: Magen- oder Zwölffingerdarmgeschwür, gastrointestinale Blutungen, entzündliche Darmkrankungen, drittes Trimenon der Schwangerschaft, durch NSAID ausgelöstes Asthma, Blauaugen, Urinkolik, schwere Nieren-, Leber- oder Herzinsuffizienz. Bei bekannter Überempfindlichkeit gegenüber dem Wirkstoff Ibuprofen oder einem anderen nicht-steroidalen Entzündungshemmer. VM: Störung der Blutgerinnung, Asthma, Schwangerschaft, Stillzeit. NW: Gastrointestinale Beschwerden. P: Saridon N: Packung zu 20 Tabletten bzw. Saridon N Forte: Packungen zu 10 Tabletten. Liste D. Ausführliche Informationen entnehmen Sie bitte dem Arzneimittel-Kompendium der Schweiz.

Für unsere swidro Drogerie in Sulgen suchen wir per **1. Mai 2012** oder nach Vereinbarung eine/n engagierte/n

Dipl. Drogist/in HF zur Geschäftsführung

Sulgen liegt im Herzen des Thurgaus. Die Drogerie besitzt eine Verkaufsfläche von rund 150 m², befindet sich in einem kleinen Migroscenter, ist mit einem Pro Pharma System ausgerüstet und Mitglied der swidro Gruppierung.

Werner Bodenmann, Mitbesitzer und Geschäftsführer, wird im Frühjahr 2012 seine «Frühpension» antreten. Er hat das Geschäft in den letzten 14 Jahren stark geprägt, und in den Bereichen gesunde Ernährung und Naturheilmittel (Heidak, Schüssler, Burgerstein, swidro Hausspezialitäten) eine hohe Beratungsqualität aufgebaut.

Sind Sie bereit eine spannende Herausforderung anzupacken, so nehmen Sie mit uns Kontakt auf oder senden Ihre Bewerbung an:

siwdro Drogerie Sulgen
Hauptstrasse 3
8583 Sulgen
Heinz Rothenberger
079 303 07 11
rothenberger@siwdro.ch



Drogerie wiedmer

Zur Ergänzung des Teams unserer Drogerie in Wetzikon suchen wir eine/n freundliche/n und kommunikative/n

Drogist/in 100%

Sie sind von Ihrem Beruf begeistert und die selbständige Beratung einer anspruchsvollen Kundschaft zählt zu Ihren Stärken.

In unserem modernen und vielseitigen Betrieb bieten wir Ihnen eine spannende, abwechslungsreiche und herausfordernde Tätigkeit mit attraktiven Anstellungsbedingungen an. Eintritt nach Vereinbarung.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.

Drogerie Wiedmer GmbH
Hans Peter Wiedmer
Bahnhofstrasse 257, 8623 Wetzikon
Telefon 044 930 02 80, wiedmergmbh@gmx.ch

dropa
GANZ SCHÖN GESUND!
DROGERIE

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



Flash

Der Insertionsschluss für die nächste Ausgabe ist am **3. Januar 2012**
Daten (nur elektronisch möglich) an:
inserate@drogistenverband.ch

www.drogerie.ch

Stellenmarkt der Schweizer Drogerie-Branche

Neue Drogeriemitglieder

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

Sektion: SO, Frau Thi Thanh Tuyen Vo
Apotheke Drogerie Hägendorf AG
Solothurnerstrasse 5, 4614 Hägendorf

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

Für die swidro Drogerie im Sunne Märt in Bremgarten AG (aktuell noch Impuls Drogerie Sunne Märt) suchen wir per **1. März 2012** oder nach Vereinbarung eine/n engagierte/n

Dipl. Drogist/in HF zur Geschäftsführung

Bremgarten liegt an der Reuss im Kanton Aargau. Im Sunne Märt Center befinden sich 21 Fachgeschäfte und ein grosser, erweiterter Coop.

Die Drogerie besitzt rund 120 m² Verkaufsfläche und ist mit Pro Pharma ausgerüstet.

Die Sortimentsschwerpunkte liegen im Bereiche der Naturheilmittel, Hausspezialitäten und gesunder Ernährung.

Wir bieten Ihnen einen modernen Arbeitsplatz mit einem eingespielten, motivierten Team und interessante Arbeitsbedingungen.

Sind Sie bereit eine spannende Herausforderung anzupacken, so nehmen Sie mit uns Kontakt auf oder senden Ihre Bewerbung an:

Hansruedi Kubli, Staatsstrasse 66a, 9472 Grabs
081 771 31 48 / kubli.drogerie@siwdro.ch

Immer auf dem Laufenden.

Der elektronische Newsletter *d-mail* bietet wöchentliche News aus der Branche und dem Schweizerischen Drogistenverband.

Abo bestellen: Evelyne Marti, e.marti@drogistenverband.ch



Zählen Sie sich zu den unternehmerisch denkenden, kontaktfreudigen Persönlichkeiten mit ausgesprochenem Verkaufsflair und möchten Sie Ihr bisher erlangtes Wissen im täglichen Kontakt zu einer anspruchsvollen Kundschaft (Apotheken u. Drogerien, Ärzte) auf hohem Niveau einsetzen? Wir sind ein national tätiges, komplementär-medizinisches Pharmaunternehmen. Im Zuge des Ausbaus des engagierten Verkaufsteams suchen wir eine motivierte

Pharmaberaterin (Teilzeit möglich) für die Region Bern, Basel, Innerschweiz

Ihre Hauptaufgaben:

- Planen und Terminieren von Kundenbesuchen
- Beratung und Verkauf von komplementärmedizinischen Präparate
- Personalschulungen abhalten
- Verantwortung für die Umsatzzielerreichung im Verkaufsgebiet

Ihr Profil:

- Drogistin oder Pharma-Assistentin
- Freude an der Komplementärmedizin
- Verantwortungsbewusstsein, Überzeugungskraft
- Wohnort im Verkaufsgebiet

Fühlen Sie sich angesprochen?

Dann freuen wir uns über Ihre baldige Kontaktnahme.

Homöopharm AG, 4702 Oensingen, Telefon 062 388 32 20;
info@homoeopharm.ch

Wir eröffnen im Februar 2012 unsere neue Drogerie – Parfümerie – Naturathek im Dorfzentrum von **Küsnacht am Zürichsee**

Wir suchen

Drogist/in 100 % und Drogist/in Teilzeit

Es erwartet Sie:

- die junge Geschäftsführerin Simone Hohl mit Team, voller Tatendrang und Ideen.
- eine spannende Aufgabe mit entsprechenden Ausbildungsmöglichkeiten und grosszügigen Arbeitsbedingungen
- eine topmoderne Drogerie/Parfümerie mit bekannten Brands wie Lauder, Clinique, Clarins, Kanebo...
- eine Naturheilmittelabteilung mit NATURATHEK
- eine bestehende Stammkundschaft und internationale Kunden, welche sich über Ihre Fremdsprachenkenntnisse freuen

Sie:

- sind eine unkomplizierte, fröhliche Persönlichkeit und haben Spass am Verkaufen und Beraten
- behalten in hektischen Zeiten den Überblick, handeln effizient und zielgerichtet
- haben gute Kosmetikkenntnisse und/oder sind beratungsstark im Naturheilmittelbereich
- bringen den nötigen Pioniergeist mit und freuen sich in einem dynamischen Team mitverantwortlich zu sein

Sind Sie bereit für einen Neustart am Zürichsee? Dann senden Sie uns Ihre Bewerbung (auch per Mail) oder rufen Sie uns an!

Thomas Roth, Drogerie Roth, Dorfstrasse 84 PF, 8706 Meilen
Telefon: 044 923 19 19, E-Mail: info@drogerieroth.ch



PADMA AG (www.padma.ch) stellt seit 1969 pflanzliche Arzneimittel auf Basis tibetischer Rezepturen her. Das Unternehmen versteht sich als Vordenkerin der integrativen Medizin. In ihr werden moderne Forschung und Jahrhunderte altes Wissen vereint.

Für den Markt Schweiz suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung zur Verstärkung unserer Aussendienst- und Schulungsaktivitäten einen fachkundigen, kommunikativen und dynamischen

dipl. Drogist HF (w/m) – 50 %

Ihre Aufgaben: Sie halten Fachreferate, führen Produktschulungen durch und nehmen bei Bedarf an Messen/Kongressen teil. In enger Zusammenarbeit mit dem Verkaufsteam betreuen Sie unsere Fachhandelspartner und erreichen dadurch eine nachhaltige Kundenbindung im Markt. Administrative Arbeiten im Büro gehören ebenfalls zu Ihrem Aufgabengebiet.

Was Sie mitbringen: Idealerweise verfügen Sie über eine abgeschlossene Ausbildung als dipl. Drogist HF sowie eine Weiterbildung im Bereich Marketing/Verkauf. Sie sind eine kommunikative, proaktive Persönlichkeit und bringen mindestens 3 Jahre Erfahrung im Bereich der Kundenbetreuung OTC mit. Sie sprechen sowohl Deutsch als auch Französisch fließend und scheuen sich nicht, Fachreferate vor grösserem Publikum zu halten.

Wir bieten Ihnen: Auf Sie wartet eine vielseitige Tätigkeit in einem dynamischen und sich verändernden Markt. Flexible Arbeitszeiten und moderne Arbeitsbedingungen ergänzen das Angebot.

Ein motiviertes Team wartet auf Sie. Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.

Bitte senden Sie Ihre **vollständigen Bewerbungsunterlagen** an Herbert Schwabl, h.schwabl@padma.ch oder PADMA AG, Wiesenstrasse 5, 8603 Schwerzenbach

Wir suchen die

Drogistin mit Estée Lauder- und Christian Dior-Biss

Haben Sie Freude und Flair für Kosmetik und können sich in einer Drogerie-Apotheke wohlfühlen?

Auch ein unverbrauchtes Nachwuchstalente ist gerne willkommen. Senden Sie uns Ihre Bewerbungsunterlagen per Mail, oder rufen Sie uns an!

Es erwartet Sie eine abwechslungsreiche und spannende Tätigkeit mit einer treuen Passanten-, wie Stammkundschaft.



Erich Müller, 079 222 24 10 oder 044 462 07 00

Mail: mue@bluewin.ch

Drogistin

Basel RailCity

Die Apotheken Drogerien Dr. Bähler sind ein modernes Dienstleistungsunternehmen in den Bereichen Gesundheit, Schönheit und Wohlbefinden. Das Familienunternehmen verfügt über eine langjährige pharmazeutische Tradition.

Für unsere Bahnhof Apotheke Drogerie Basel suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung eine/n initiative/n

Dipl. Drogistin HF (100%)

Ihre Hauptaufgaben:

- Leitung der Drogerieabteilung
- Teamleader/in Drogerie und Parfümerie
- Personaladministration
- Mitarbeit im Apothekenbereich

Ihr Profil:

- Kommunikative, aufgeschlossene Persönlichkeit
- Freude am Kundenkontakt
- Berufserfahrung in grossem Team
- Sehr gute Propharma und EDV Kenntnisse
- Erfahrung im OTC und Rx Bereich

Unser Angebot:

- Interessante, vielfältige Aufgaben
- Unterstützung im administrativen Bereich durch zentrale Logistik, Category Management und externe Buchhaltung
- 5 Wochen Ferien, flexible Arbeitszeiten

Herr Andreas Schürmann, Betriebsleiter und Herr Claudio Petró, Drogist HF freuen sich über Ihren Anruf und geben Ihnen gerne ergänzende Auskünfte zu dieser attraktiven Führungsposition. Ihre schriftlichen Unterlagen senden Sie bitte an:

BAHNHOF
APOTHEKE DROGERIE



Bahnhof Basel SBB, 4051 Basel, Telefon 061 283 30 55
E-Mail: a.schuermann@achillea.ch

Weitere Stellenangebote: www.achillea.ch

Gut vernetzte Drogerien =
spannende Arbeitsplätze!

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

Für unsere swidro Drogerie in Buchs SG, im sonnigen Rheintal, suchen wir per **1. März 2012** oder nach Vereinbarung eine/n engagierte/n

Dipl. Drogist/in HF zur Geschäftsführung

Die Drogerie liegt in einem MM-Center, besitzt rund 100m² Verkaufsfläche und ist mit Pro Pharma ausgerüstet. Als Mitglied von Beauty Alliance führen wir die Depots von Estée Lauder, Clinique, Kanebo, Eucerin und Alessandro. In den letzten zwei Jahren wurden die Bereiche Naturheilmittel und Hausspezialitäten stark ausgebaut und forciert.

Wir bieten Ihnen einen modernen Arbeitsplatz mit einem eingespielten, motivierten Team und interessante Arbeitsbedingungen.

Sind Sie bereit eine spannende Herausforderung anzupacken, so nehmen Sie mit uns Kontakt auf oder senden Ihre Bewerbung an:

swidro Drogerie Buchs
Churerstrasse 12
9470 Buchs SG

Heinz Rothenberger
079 303 07 11
rothenberger@swidro.ch



Gesund einkaufen, gesund leben!

Für unsere **Reform-Drogerie** im **Westside Center in Bern**, suchen wir per **Mitte Januar 2012** oder nach Vereinbarung eine/einen

Filialeiterin/Filialeiter Drogistin/ Drogisten HF (100%)

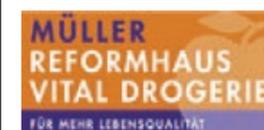
...die/der mit Freude und Kompetenz unsere Kunden begeistert.

Ihr Herz schlägt für eine gesunde natürliche Ernährung und Naturheilmittel! Sie sind eine engagierte, offene und kontaktfreudige Persönlichkeit, die gerne Verantwortung übernimmt. Zudem verfügen Sie über hohe Sozial- und Fachkompetenz sowie Eigeninitiative. Ihre Stärke ist Ihre Mitarbeiter zu motivieren und zu führen.

Wenn Sie in einem positiven Umfeld Ihre Qualitäten und Ihr Engagement einbringen möchten, dann freut sich Stefan Rot auf Ihre Bewerbungsunterlagen.

Herzlich willkommen!

MÜLLER Reformhaus Vital AG



Industriestrasse 30
8604 Volketswil
Telefon 044 947 50 50
stellen@reformhaus.ch

Für unsere Quartierdrogerie in Winterthur suchen wir per 01. Februar 2012 ein/e

Drogist/in 30% (und Ferienaushilfe)

- Sie haben gute Kenntnisse in Phytotherapie, Spagyrik, Schüsslersalzen und Freude an der Naturheilkunde
- Sie sind selbständiges Arbeiten gewohnt und flexibel
- Sie arbeiten gerne in einem kleinen und jungen Team

Dann sind Sie bei uns genau richtig! Zögern Sie nicht und stellen Sie uns Ihre Bewerbung zu. Für weitere Auskünfte bitte Urs Fink verlangen.



Für unsere moderne Drogerie mit breitem Sortiment suchen wir per 3. Januar 2012 oder nach Vereinbarung

eine/n **DrogistIn 80-100%**

Sind Sie interessiert an Naturheilmitteln (insbesondere Homöopathie, Spagyrik, Schüsslersalze, Blütenessenzen, Aromatherapie, Naturkosmetik und Reform) und arbeiten Sie gerne in einem motivierten, humorvollen Team?

Dann rufen Sie uns an oder senden Sie Ihre Bewerbung: Drogerie Moser, Frau Brigitte Amatter



Drogist/in 100%

Wir suchen per 1. März oder nach Vereinbarung eine aufgestellte und motivierte Persönlichkeit als Ergänzung für unser Team.

Sie legen Wert auf eine kompetente und zuvorkommende Kundenberatung mit den Möglichkeiten unseres breiten Sortiments an Naturheilmitteln und Hausspezialitäten.

Bei uns erwartet Sie neben einer modernen Infrastruktur und einem aktiven Team auch stetige Weiterbildungsmöglichkeiten.

Wir freuen uns auf die Zustellung Ihrer Bewerbungsunterlagen.



Arkopharma, Marktführer in Europa im Bereich der Phytotherapie, sucht für die Region Deutschschweiz eine/n

Aussendienstmitarbeiter/in 100%

Entretien en Français et sélections uniquement sur dossiers envoyés en français.

Téléphone 022 300 13 81
cyril.aubert@arkodiffusion.ch
oder
www.d-flash.ch

Per März 2012 suchen wir eine/einen

Drogist/in HF (100%)

als Geschäftsführer/in in unserer Filiale in Dielsdorf

Sie lieben es Verantwortung zu übernehmen, haben eine grosse Eigeninitiative und immer wieder neue Ideen. Sie integrieren sich gerne im Dorf- und Gewerbeleben und legen viel Wert auf eine ständige Weiterbildung Ihres Teams.

In Dielsdorf erwartet Sie eine moderne, helle Dorfdrogerie mit eingespielten und top motivierten Lehrlingen und Mitarbeiterinnen.

Diese Stelle als Geschäftsführer/in bietet Ihnen eine abwechslungsreiche, anspruchsvolle und erfüllende Tätigkeit.

Herr Urs Spillmann freut sich auf Ihre Bewerbung.



Dank d-bulletin frühzeitig wissen, was Ihre Kundinnen und Kunden im nächsten Drogistenstern lesen.



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

Abo bestellen: insetate@drogistenverband.ch

Neue Adresse?

Melden Sie uns, wenn Sie umgezogen sind, Ihren Arbeitsplatz gewechselt haben oder Ihr Exemplar von *d-inside* an eine andere Adresse wünschen.

Die Adressänderung sollte bis am Zehnten des Monats bei uns sein, damit Sie die nächste Ausgabe an den gewünschten Ort erhalten. Bitte Adressänderung hier mitteilen: info@drogistenverband.ch, Telefon 032 328 50 30



Booklet: «Überempfindlich»

Klein und kompakt, der aktuelle Ratgeber im *Drogistenstern*. Im Januar und Februar mit viel Wissenswertem zum Thema Hautpflege.

Drogistenstern

Was Ihre Kundinnen und Kunden im Januar und Februar lesen werden: Mit einfachen Massnahmen lassen sich Wohnräume weitgehend allergiefrei gestalten.

Fasten

Seit Jahrhunderten wird – meist aus religiösen Gründen – gefastet. Ein Professor der Religionswissenschaft erklärt, worum es dabei genau geht.

Tonikum

Tonika gerieten lange in Vergessenheit, obwohl sie seit Tausenden von Jahren in der Naturmedizin gute Dienste geleistet haben. Jetzt hat man sie wiederentdeckt.

Gesundes Frühstück

Kein Frühstück, dafür ein Znüni im Büro. Funktioniert das? Die besten Tipps für einen gesunden Start in den Tag.

Konturpflege

Was schlaffe Oberarme, Brüste, Schenkel, Hälse und Dekolletés schnell wieder schön straff macht.

Weitere Themen sind:

«Erkältung und Grippe»; «Was tun gegen Herpes?»; «Spenglersane – kurz erklärt»; «Selbstmassage» und «Fluchen und Schimpfen».

Weitere spannende Informationen finden Ihre Kundinnen und Kunden auf: www.vitagate.ch

Impressum d-inside

Offizielles Organ des Schweizerischen Drogistenverbands, Postfach 3516, 2500 Biel 3, info@drogistenverband.ch, www.drogerie.ch

Geschäftsführung: Martin Bangerter; Kommunikationsleitung: Heinrich Gasser (hrg); Redaktion: Flavia Kunz (fk)/Leitung, Vanessa Naef (vn), Ann Kugler (akr); Anzeigenverkauf: Nadia Bally (nb)/Leitung, Telefon 032 328 50 51; insetate@drogistenverband.ch; Layout: Odette Montandon; Titelbild: www.istockphoto.com; Druck: Swiss Printers AG Zürich, Schlieren **printed in switzerland**

Abonnemente: Antonella Schilirò, Telefon 032 328 50 30, a.schiliro@drogistenverband.ch; ISSN 1662-338X; Fr. 75.-/Jahr, 2. Abonnement Fr. 56.-, zuzüglich 2,5% MWSt.

ANGESTELLTE DROGISTEN SUISSE d-inside ist das Medium der «Angestellte Drogisten Suisse»: Geschäftsstelle und Rechtsberatung: Regula Steinemann, Gerbergasse 26, Postfach 644, 4001 Basel, Telefon 061 261 45 45; Mitgliederwesen und Kasse: Reto Karich; www.drogisten.org, info@drogisten.org

Vifor Pharma
Wir sind Gönner des SDV und der ESD



EMOFORM[®] *actifluor*

Lust zu beissen?

KIDS



0-5 Jahre

250 ppm F⁻

YOUNG STARS



6-12 Jahre

1'000 ppm F⁻

PROTECT



12+ Jahre

1'400 ppm F⁻



NEU

ohne:

- ★ allergene Substanzen
- Farbstoffe
- Konservierungsmittel
- künstliche Süsstoffe
- Natriumlaurylsulfat (SLS)

mit:

- Natrium- & Zinnfluorid (*actifluor*)



Dr. Wild & Co. AG, 4132 Muttenz

www.wild-pharma.com