d-inside

Fach- und Brancheninformationen des Schweizerischen Drogistenverbands

Oktober 2012

Superbrei: Bio oder aus dem Labor?

Spürbar voller Lebenskraft – PRIMAVERA Naturkosmetik

Mit PRIMAVERA bietet die ebi-vital ag ihren Kunden neu Naturkosmetik-Produkte an, welche höchsten Ansprüchen hinsichtlich der Auswahl und Verarbeitung von Rohstoffen wie auch der Nachhaltigkeit genügen. PRIMAVERA Naturkosmetika werden ausschliesslich über die Fachperson und den Fachhandel vertrieben.

Mit der Begeisterung für naturreine ätherische Öle fing alles an. 1986 wurde der Grundstein für die Firma PRIMAVERA LIFE im Allgäu gelegt. Bei der Namensgebung stand die römische Frühlingsgöttin Patin, welche die harmonisierende, belebende Kraft der Natur verkörpert. Sie dient heute als Qualitätssiegel für anspruchsvolle Naturkosmetik und reinste ätherische Öle.

Faire Bio-Qualität

90 Prozent aller verwendeten Rohstoffe stammen aus kontrolliert biologischem Anbau. PRIMAVERA unterstützt aktiv 19 biologische Anbauprojekte weltweit. Dank fixer Abnahmemengen, mehrjährigen Verträgen und fairen Preisen fördert PRIMAVERA den ökologischen Landbau und sichert zugleich Existenz und Tradition der Bauern und Kooperativen.

Balsam für Haut und Seele

PRIMAVERA verwendet ausschliesslich natürliche Rohstoffe und verzichtet gänzlich auf synthetische Zusätze, Parabene oder genetisch veränderte Pflanzen. Der Kern der PRIMAVERA-Naturkosmetik sind kostbare Öle in ihrer ganzen natürlichen Vielfalt. Dazu zählen pflegende Samen- und Basisöle ebenso wie ätherische Öle. Dank schonender Kaltpressung, der Verwendung sämtlicher Pflanzenteile und dem Einsatz ausschliesslich naturbelassener Öle bleibt das grösstmögliche Spektrum an Wirkstoffen wie Antioxidantien, Mineralstoffen und Vitaminen erhalten. Das Geheimnis der Wirksamkeit liegt zudem in den Synergien der Leitpflanzen, die oft nur in Kombination die besonderen Bedürfnisse der Haut unterstützen.

Das PRIMAVERA Sortiment

Das PRIMAVERA-Sortiment besteht aus 45 Produkten. Es deckt alle Bedürfnisse in der Gesichts- und Körperpflege ab und ist gleichzeitig gut überschaubar.

PRIMAVERA GESICHTSPFLEGE

FEUCHTIGKEITSPFLEGE Neroli Cassis
für normale bis trockene Haut

REVITALPFLEGE Rose Granatapfel
für reife Haut

BALANCEPFLEGE Salbei Traube
für Mischhaut und Haut mit öliger Tendenz

SENSITIVPFLEGE Kamille Borretsch
für sensible Haut

PRIMAVERA KÖRPERPFLEGE

VITALPFLEGE Ingwer Limette
wirkt stimmungsaufhellend und macht gute Laune

ENTSPANNUNGSPFLEGE Lavendel Vanille
wirkt beruhigend und entspannt

REGENERATIONSPFLEGE Rose Sanddorn
wirkt ausgleichend und verwöhnt

AKTIVPFLEGE Wacholder Zypresse
wirkt belebend und aktiviert

Nachhaltigkeit und Umweltschutz

PRIMAVERA legt grössten Wert auf Nachhaltigkeit und Umweltschutz. Dies zeigt sich beispielhaft durch die eindrückliche Ökobilanz des im Jahr 2010 erbauten Geschäftsgebäudes. Es ist das erste dieser Grösse in Deutschland, bei dem nachhaltiges Bauen mit energetischen Prinzipien konsequent Anwendung finden. Um die Ressourcen der Erde zu schonen, sind bei PRIMAVERA die Verpackungen auf ein Minimum reduziert ohne dabei die praktische Anwendung aus den Augen zu verlieren.

NaTrue Zertifizierung
PRIMAVERA hat sein komplettes Naturkosmetik-Sortiment mit NaTrue zertifiziert. Mit einem Anteil von über zwei Drittel des Gesamtsortiments auf der höchsten und zweithöchsten Zertifizierungsstufe nimmt PRIMAVERA eine führende Position im Bereich der Biokosmetik und Naturkosmetik mit Bioanteil ein.

Tierschutz
PRIMAVERA ist Mitglied des Internationalen Herstellerverbands gegen Tierversuche in der Kosmetik und befolgt damit die strengsten Tierschutzrichtlinien überhaupt.

ebi-vital ag

In Kürze
4 Aktuelles aus der Branche

Branche
5 ESD: Gestalten Sie Ihre Zukunft
6 Mitgefühl bringt höheren Umsatz
10 Fehler machen erlaubt
20 ESD: Ausbildung 2013—2015
21 Dromenta-Jubiläum: Bankett und Bingo
23 Delegiertenversammlung 2012
25 Burgerstein: Tut seit 40 Jahren gut
28 Ornaris: Dem Trend auf der Spur

Fokus
12 Superbrei mit Spezialeffekt

Interview
16 Isabella Mosca: Erfinderin mit grossem Hut

Rubriken
4 Rundmail
9 Arbeit und Recht
26 Partner
29 Stellenmarkt

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:* Nadja Mühlemann (nm)/Leitung, Manuel Fischer (mf), *Anzeigenverkauf:* Heinrich Gasser (ad interim), inserate@drogistenverband.ch; *Fachliche Beratung:* Julia Burgener (Wissenschaftliche Fachstelle), Andrea Ullius (Drogist HF); *Layout:* Odette Montandon

Druck: Swissprinters Zürich AG, Schlieren printed in switzerland
Titelbild: panthermedia.net

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

Kompetent, sicher, preiswert

Wenn Sie diese Zeilen lesen, wird der Bundesrat aller Voraussicht nach die Botschaft zur Revision des Heilmittelgesetzes (2. Etappe) an das Parlament überwiesen haben. Das heisst, dass die Motion zur einheitlichen Regelung der Selbstmedikation eine weitere Hürde genommen hat. Darin wird bekanntlich die Zusammenlegung der Abgabekategorien C und D zu einer einzigen Selbstmedikationsliste gefordert. Gleichzeitig geht es um die erleichterte Abgabe von rezeptpflichtigen Arzneimitteln der Liste B. An einer der kommenden Sessionen werden National- und Ständerat je separat die einzelnen Gesetzesartikel beraten, allfällige Anpassungen vornehmen und bei positivem Ausgang das revidierte Heilmittelgesetz verabschieden. Aufgrund der Resultate des Vernehmlassungsverfahrens vom Frühling 2010 blicken wir diesen Debatten in den eidgenössischen Räten zuversichtlich entgegen.

Das Ziel dieses langjährigen politischen Prozesses ist klar. Die Forderungen, die Nationalrat Roland F. Borer (SVP) 2005 mit der parlamentarischen Initiative «Einheitliche Regelung der Selbstmedikation» postulierte, sind unverändert: Der Zugang zur Selbstmedikation soll für die Bevölkerung deutlich vereinfacht werden. Dabei bleiben die hohen Sicherheitsanforderungen an die Heilmittelabgabe gewährleistet. Es ist wichtig, dass in der Selbstmedikation auch in Zukunft Heilmittel nur nach einer Fachberatung in einer Drogerie oder Apotheke abgegeben werden dürfen. Dies im Sinne der Patientensicherheit.

Elisabeth Huber

Rundmail

Was Mitglieder der Drogeriebranche schon immer voneinander wissen wollten. Die Spielregel: Wer gefragt wird und offen antwortet, darf eine neue Frage an eine andere Person richten.

Gewagt gefragt

«Welche Punkte sind für Sie zentral bei der Umsetzung zur Revision der ESD?»

Maja Steingruber, Dropa Drogerie Romanshorn. Sie unterrichtet in den überbetrieblichen Kursen in der Sektion Ostschweiz und leitet die Koordination des Careum-Lehrmittels.

Gewagt geantwortet

Nach erfolgreicher Einführung der neuen BiVo für die Grundbildung zur Drogistin EFZ oder zum Drogisten EFZ wird nun der neue Rahmenlehrplan für die höhere Fachausbildung in Neuchâtel (ESD) erstellt. Die zentralen Punkte sind:

1. Sicherstellung der notwendigen Ausbildung als Grundlage für die Heilmittelverkaufsrechte der gesamten OTC-Liste (bereits heute der Fall)
2. Sicherstellung einer zeitgerechten unternehmerischen Ausbildung, damit die Grundlage für die Wirtschaftlichkeit in den Drogerien gelegt ist
3. Förderung der individuellen Handlungskompetenz durch gezielte Schulung der Teilkompetenzen und Vernetzung der einzelnen Disziplinen
4. Sicherstellung der Stellvertreterregelung in den Drogerien

Das gewünschte Resultat sind junge, motivierte dipl. Drogistinnen HF/ Drogisten HF, die gewillt sind, die Branche durch Führung einer eigenen Drogerie in eine erfolgreiche Zukunft zu leiten! Die ESD konnte diese Reformen teilweise bereits in den letzten Jahren erfolgreich einführen und ist stets bestrebt, den Zeitgeist (z. B. Naturheilverfahren, HaSpe-Labor) in den Unterricht mit einzubeziehen.

Beat Günther, Direktor Höhere Fachschule für Drogistinnen und Drogisten (ESD)

So gehts weiter

Die nächste Frage geht an Martin Riesen, dipl. Drogist HF und Inhaber zweier Drogerien. Beat Günther möchte von ihm wissen:

«Welche Erwartungen haben Sie an die jungen dipl. Drogistinen HF/ Drogisten HF in Bezug auf die Zukunftssicherung der Drogeriebranche?»

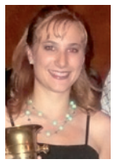
Martin Riesens Antwort lesen Sie im *d-inside* November 2012.

Sesselwechsel bei Zeller

Heinz Bosshard wurde Ende September 2012 nach über siebenjähriger Tätigkeit bei der Max Zeller Söhne AG pensioniert. Er trug massgeblich zur Entwicklung der OTC- und Medical-Linie bei. Ab Oktober 2012 übernimmt **Dr. Anne-Katrin Neumann** die Gesamtleitung des Schweizer Geschäftes. Sie leitet bereits seit Anfang 2012 die Linien Zeller Medical und Madaus. Zusätzlich wird das Team durch eine neue Verkaufsleitung OTC ergänzt werden. *pte*

40 Jahre Burgerstein: Jubiläumsspende für Winterhilfe

Anfangs September feierte die Antistress AG, Herstellerin von Burgerstein Produkten, ihr 40 Jahr-Jubiläum. Seit der Firmengründung 1972 durch **Dr. Lothar Burgerstein** und seinen Sohn **Uli** ist das Unternehmen stetig gewachsen und zählt heute zu den führenden Herstellern von Mikronährstoff-Präparaten in der Schweiz. Als Dankeschön spendet Burgerstein im Namen ihrer treuen Kundschaft 40 000 Franken an die Winterhilfe Schweiz. Damit können Gesundheitskosten in Not geratener Menschen beglichen werden. Die Aktion ist an die Verkaufsdisplay-Promotion von Burgerstein CELA gekoppelt. Pro verkauftes Produkt werden CHF 2.– gespendet. Das Display, bestückt mit 12 Burgerstein CELA sowie Flyern, kann bei ebi-pharm AG bestellt werden. *www.burgerstein.ch/de/jubilaeum*



Korrigendum

Vermutlich ist es Ihnen aufgefallen: In der letzten Ausgabe von *d-inside* 09/12 ist der Redaktion im Artikel «Prüfung bestanden!» auf Seite 25 ein Fehler unterlaufen. Die Lehrabgängerin **Marina Ribeli** hat mit einer Bestnote 5,68 abgeschlossen (Bild oben), **Simona Iliev** erreichte die Note 5,47. Wir entschuldigen uns für die Bildverwechslung und gratulieren den Drogistinnen zum erfolgreichen Lehrabschluss. *Red.*

Gestalten Sie Ihre Zukunft

Nachfolgeregelung und Unternehmenskauf in der Drogerie-Branche

Am 15. November 2012 findet an der ESD das Seminar für die Nachfolgeregelung und den Unternehmenskauf in der Drogerie statt. Grundlageninformationen wechseln sich ab mit verschiedenen Workshops. Eine umfassende Dokumentation dient zur individuellen Vertiefung. Mit dabei sein werden auch sämtliche Studentinnen und Studenten des zweiten Studienjahres, was einen regen Informations- und Gedankenaustausch zwischen Anbietern und Interessenten ermöglicht.

Zielsetzungen
Die Teilnehmer/-innen
› kennen die grundsätzlichen Instrumente zur Unternehmensbewertung
› kennen das Angebot verschiedener Leistungserbringer aus der Branche.
› kennen die steuerrelevanten Aspekte eines Drogerie-Verkaufs.
› profitieren von den gemachten Erfahrungen von zwei Kauf-/Verkaufsparteien (ausgewählte Gäste).
› haben die Möglichkeit, potenzielle Verkäufer/Käufer direkt zu kontaktieren.

Datum
15. November 2012, 09.00 – 17.00 Uhr, ESD, Evole 41, 2000 Neuenburg

Referenten
› Peter Hadorn, dipl. Drogist, freier Berater
› Peter Heinzer, dipl. Drogist, Adroplan AG
› Bruno Kühni, dipl. Drogist, Galexis AG
› Nicole Schöni, Teuhänderin mit eidg. Fachausweis, BDO Bisura
› Beat Günther, dipl. Drogist, Direktor ESD

Kosten
CHF 400; SDV-Mitgliedern werden CHF 200 in Rechnung gestellt, da sich der SDV zur Hälfte an den Seminarkosten beteiligt (exkl. Mwst.); Verpflegung und Unterlagen inbegriffen

Auskünfte
Frau Claudia Meier, 032 328 50 36, c.meier@drogistenverband.ch

Anmeldung
spätestens bis am 28.10.12 unter: *https://teampro.drogoserver.ch/index.html* (kostenlos) oder telefonisch bei C. Meier (Bearbeitungsgebühr CHF 10)

Für das Seminar werden vier Punkte gut geschrieben.

Mehr Mitgefühl bringt markant höheren Umsatz

Einfühlungsvermögen und die hohe Kunst des richtigen Fragenstellens führen zu den Bedürfnissen der Kunden. Gelangt die Drogistin auf dieses Terrain, öffnen sich Chancen für den richtigen Produktemix, ohne von Zusatzverkäufen reden zu müssen.

Die Kunst des langatmigen und lustvollen Überzeugens und Feilschens wie auf einem Basar weckt Reiseerinnerungen; Zeitknappheit und Wortkargheit im Gespräch mit Kunden sind eher Situationen aus dem Schweizer Fachhandel, die spontan abrufbar sind. Hierzulande braucht es offenbar mehr Mut, um Kunden oder Gäste direkt anzusprechen. «Bei vielen meiner Kursteilnehmer ist das Wort ‹Verkauf› negativ besetzt», sagt **Urs Etter**, selbstständiger Verkaufs- und Verhaltenstrainer, der schon zahlreiche Seminare in verschiedenen Branchen, auch für den Gesundheitsfachhandel, durchführte. Beratung sei nicht zweckfrei, sondern der gelungene Verkaufsabschluss für beide Seiten das Ziel und dies moralisch nicht verwerflich.

Etter hat jeweils die Aufgabe, die Einstellung der Kursteilnehmer zu wandeln und schlechthin die Lust am Verkaufen zu wecken. Er schildert die Szene, wie ein Gespräch suboptimal verlaufen kann: «Der Kunde wünscht das Produkt X gegen Erkältungen. Die Angestellte fragt nach der Packungsgrösse. Der Kunde entscheidet sich für die kleinere Packung. Ein eiliger Kunde wird die formelle Frage ‹Darf es sonst noch etwas sein?› mit einem mürrischen ‹Nein, ich brauche sonst nichts mehr› quittieren. Anschliessend verlässt er das Lokal blitzartig.» Etter interpretiert dies als reinen Auslieferungskauf.

Unausgesprochene Bedürfnisse

Damit vergebe sich der Fachhandel Chancen und könne so seine Beratungs- und Fachkompetenz nicht ausspielen. Etters Mission: «Im Verkauf braucht es die Entdeckerfreude, potenziellen Kunden die richtigen Fragen zu stellen.» Ein von den Kunden erwähnter Bedarf führe durch geschicktes Fragen zu einem nicht geäusserten Bedürfnis: Das Problem «Erkältung», das es schnell zu beseitigen gilt, verdecke den Sachverhalt, dass der Kunde oder die Kundin zusätzliche Wünsche verspürt. Vielleicht fühlt er oder sie sich ja auch etwas müde oder hat aufgrund der sich anbahnenden Erkältung Probleme mit dem Einschlafen. Das gilt es fragend herauszufinden. Nun kann die Drogistin ihre Fachkompetenz verkäuferisch einsetzen, Tipps geben, die das zusätzliche oder echte Bedürfnis noch gezielter abdecken. So empfiehlt sie dem Kunden ein weiteres Produkt und erklärt ihm beispielsweise, dass ätherische Öle eines Erkältungsbades die Atemwege befreien, was sich auf das Wohlbefinden positiv auswirkt.

Verkauf ist Leidenschaft

«Verkauf ist eine Passion», sagt **Markus Arnold**, Inhaber der Dropa-Drogerie in Grenchen. Gerade bei saisonalen Gesundheitsproblemen wie bei einer Erkältung müsse man sich in die individuelle Situation jedes Einzelnen hineinversetzen: «Die Kunden sollen spüren, dass man ihnen Mitgefühl entgegenbringt.» Damit sei auch die optimale Ausgangslage für ein gutes Geschäft geschaffen. Eine umfassende Beratung führe immer zu Tipps, wie Kunden in ihrer individuellen Situation die Lebensqualität verbessern können. Damit sei die Chance gross, dass im Verkaufsgespräch über verschiedene Produkte und deren Anwendung gesprochen werde. Fühle sich der Kunde gut aufgehoben, wähle er die Option für ein optimales Paket von Produkten, denn im Gespräch wird ihm deren sachgerechte Anwendung gleich auch noch erläutert. Subtiles Vorgehen ist Erfolg versprechend: Gratistipps, wie der Kunde die Erkältung sonst noch bekämpfen könnte, etwa durch das Trinken heissen Kräutertees, verwandeln sich in ein zusätzliches Angebot, wenn der Vorrat an Hausmitteln knapp geworden ist. «Die schöne Theorie der Bedürfnisanalyse lässt sich natürlich nicht immer umsetzen», fährt Arnold fort: «Bei unglaublich gestressten Kunden, die den gewünschten Markenartikel sofort mitnehmen wollen, versagen die Beratungskünste.»

> «Damit sich die Belegschaft vom personifizierten Automatenverkauf distanziert, braucht es die entsprechende Unternehmenskultur.»

Zusatzverkäufe führen zu hoher Kundenzufriedenheit, festigen die Kundenbindung und sind erst noch ertragswirksam – eine Win-win-Situation für alle Beteiligten im Verkaufsgeschehen.

Kommunikation schulen

Drogistinnen und Drogisten mögen den Begriff Zusatzverkauf nicht, da sie sich nicht in die Krämerecke stellen lassen. «Ich spreche nie von Zusatzverkäufen», bestätigt **Maja Fabich**, Inhaberin der Drogerie Stutz in Sarmenstorf. Damit werde suggeriert, dass Kunden etwas angedreht werde, das sie gar nicht brauchen. Fabich ergänzt: «Die Probleme sind manchmal komplex. Im Verkaufsgespräch benutze ich genau die Worte der Kunden, um Lösungen zu suchen und anzubieten.»

Schwierig sei es nun, eingeschliffene Verhaltensweisen oder gedankliche Dispositionen in der Verkaufssituation zu verändern: «Einstellungen wie ‹Ich will doch nicht aufdringlich sein› oder ‹Armes Kerlchen, geben wir das, was er braucht› sind manchmal wie einprogrammiert», sagt Etter. Das ständige sich Neuorientieren in die Befindlichkeit ganz verschiedener Kunden und deren Sorgen und Lebenswelten fordert hohe Flexibilität, viel Einfühlungsvermögen und Imagination. Die kommunikativen Herausforderungen im Fachhandel würden allgemein unterschätzt. Etter beobachtet auch, dass viele im Fachhandel den Fehler begehen, eine lange Liste von Produkteigenschaften aufzusagen. «Ein allseits bekanntes Beispiel sind junge Verkäufer in einem PC-Shop, die vor lauter Detailwissen zu RAM und Grafikkarte vergessen, den eigentlichen Kundennutzen zu nennen, nämlich dass mit dem Gerät innert drei Sekunden eine Website aufrufbar ist», erläutert Etter. Dasselbe gelte für Haushalts-, Gesundheits- und Schönheitsprodukte. Das Wissen um die Zusammensetzung der ätherischen Öle schaffe zwar Vertrauen ins Fachwissen. Die Kunst bei der Beratung sei es, eine Brücke zur einfach nachvollziehbaren Anwendung zu schlagen – auch mittels emotionaler Botschaften.

Vor allem ein Führungsthema

«Der emotionale Verkauf ist eine Überlebensstrategie des Fachhandels», sagt Etter. «Damit sich die Belegschaft vom personifizierten Automatenverkauf distanziert, braucht es die entsprechende Unternehmenskultur. Verkauf ist eben auch Führungsthema. Die jüngeren Mitarbeitenden orientieren sich am Chef, der eine Vorbildfunktion hat.» Hierbei scheinen kreative Vorgehensweisen ihre Wirkung nicht zu verfehlen. «Ich schule mein Personal anhand von Fallbeispielen», sagt Fabich. Ausgehend von typischen Kundenanliegen fordert sie Auszubildende auf, ein Warenpaket zu präsentieren; dieses wird in einem Debriefing von der Chefin kritisch geprüft. Die Lernenden wiederholen dieselbe Übung mit einer Angestellten des Geschäfts. Die sogenannten Warenpaket-Übungen dienen in erster Linie dazu, rasch Vertrauen in die Fachkompetenz des Personals zu gewinnen.

Fabich organisierte ausserdem einen Betriebsausflug ins neue Berner Einkaufszentrum Westside. Jeder der Angestellten erhielt 100 Franken und kaufte bei Fachgeschäften ein und liess sich beraten. «Dies garantiert mir jeweils eine sehr bunte Auswahl von Einkaufserlebnissen, die wir anschliessend im Team bei einem gemütlichen Essen besprechen», so Fabich. «Auch ausgebildete Drogistinnen und Drogisten erleben somit die Sicht des Kunden. An vielen kleinen Details aus Verkaufssituationen kann man nur lernen.»

Etter ermuntert zu dieser Schulung der konkreten Art. Verhaltensänderung könne nur über eine längere Zeitdauer fruchten. Sinn und Zweck einer Weiterbildung im Verkauf müsse der Geschäftsinhaber oder die Inhaberin dem Personal erläutern. Das Gelernte soll nicht in Absichtserklärungen versanden. Jeder soll sich ein konkretes und realisierbares Ziel setzen: Ich berate pro Tag zwei zusätzliche Kunden in idealer Weise, sodass mir der Verkauf eines optimalen Produktemixes gelingt.

Manuel Fischer

Jetzt NEU GHS-Etiketten

Lieferbar ab Ende März 2012

E. ANWANDER & CIE.AG
CH-4104 Oberwil
Tel. 061 338 33 33
Fax 061 338 33 11
info@anwa.ch
www.anwa.ch

Votre d-inside actuel!

Retrouvez la version intégrale en français de *d-inside* en format pdf sur:

http://d-inside.drogo-server.ch/inside_f.pdf

Erhältlich in Ihrer Apotheke oder Drogerie – Gesundheit braucht Beratung.

Besonderheiten des Lehrvertrags

Das Lehrverhältnis basiert auf einem lernförderlichen Arbeitsklima zwischen Arbeitgeber, auszubildender Fachkraft und der lernenden Person. Die Leitplanken aus Rechten und Pflichten bildet der Lehrvertrag.

Trotz begrifflicher Änderungen ist der Sinn und Zweck des Lehrvertrags geblieben: Ein zeitlich befristeter Arbeitsvertrag (vgl. Art. 344 f. OR) mit der Besonderheit, dass nicht die entgeltliche Arbeitsleistung, sondern die Ausbildung massgebender Vertragsinhalt darstellt; die Arbeit dient als Mittel zur Ausbildung. Nur: Welche Arbeiten umfasst die Ausbildung, welche Pflichten treffen die Lehrlinge im Speziellen, welche Rechte und Möglichkeiten hat der Arbeitgeber?

Unterschied zum Arbeitsvertrag

Der Lehrvertrag unterscheidet sich vom Arbeitsvertrag und charakterisiert sich durch folgende Elemente:

- Ausbildungszweck
- Befristung bis zum Ablauf der Lehrzeit
- Ausbildungspflicht des Arbeitgebers
- Arbeitsbefreiung für Berufsschulbesuch und Teilnahme an den Lehrabschlussprüfungen

Form und Inhalt des Lehrvertrags

Der Vertrag muss zwingend schriftlich abgeschlossen, von der kantonalen Behörde genehmigt werden und folgende Punkte umfassen:

- Art und Dauer der beruflichen Bildung
- Lohn
- Probezeit (nicht weniger als einen Monat und mit Ausnahmen – nicht länger als 3 Monate)

Wird dies nicht eingehalten, wäre der Vertrag eigentlich nichtig. Da dies einschneidende Konsequenzen mit sich brächte, hält Art. 14 Abs. 6 BBG nun fest, dass auch bei formungültigem oder nicht genehmigtem Lehrvertrag das Lehrverhältnis sich nach dem Berufsbildungsgesetz richtet. Das Rechtsverhältnis wird bis zum Zeitpunkt, wo sich eine Seite davon lösen will, als gültiges behandelt.

Ausbildung ist Hauptpflicht

Hauptpflicht des Arbeitgebers ist die Ausbildung. Dabei sind dem Lehrling jene Arbeiten aufzuerlegen, welche der Ausbildung in seinem Fach dienen; sie müssen also mit dem zu erlernenden Beruf zusammenhängen (vgl. Art. 345a Abs. 4 OR). Wird der Lehrling also dauernd auf Botengänge geschickt bzw. dazu verpflichtet, die Drogerieräume zu reinigen und Akten zu kopieren, so widerspricht dies seinem Recht darauf, eine gute Ausbildung zu geniessen. Die ihm aufgetragenen Arbeiten müssen mit dem Lehrberuf übereinstimmen. Dominieren Hilfsarbeiten, so steht dem Lehrling das Recht zu, sich dagegen zur Wehr zu setzen.

Lehrvertrag kündigen

Hiess es früher Lehrling und Lehrmeister, so spricht man heute in Anlehnung an das neue Berufsbildungsgesetz von der lernenden Person und dem Anbieter der Bildung in beruflicher Praxis. Aus wichtigen Gründen kann das Lehrverhältnis von beiden Seiten beendet werden. Unter welchen Bedingungen dies möglich ist und worauf es rechtlich ankommt, lesen Sie in der nächsten Ausgabe *d-inside* November 2012.

ANGESTELLTE DROGISTEN SUISSE

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

«Fehler machen ist erlaubt»

Ohne Umschweife auf den Punkt kommen. Klare und deutliche Sätze sprechen. Das Rundfunk-Handwerk will gelernt sein. Zwei Drogisten berichten von ihren Erlebnissen mit den wöchentlichen Radiosendungen der Schweizer Drogerien.

Corinne Futterlieb

Für Drogistinnen und Drogisten sind die Radiosendungen eine Gelegenheit, sich auf neue und erfrischende Art der Kundschaft zu präsentieren.

Öffentlich auftreten vor unsichtbarem Publikum: eine prickelnde oder eher eine unangenehme Erfahrung? Für die meisten von uns wohl ein Sprung ins kalte Wasser. Die Rede ist von der ersten Staffel der Gesundheitssendungen, die der SDV zusammen mit der Online-Krankenkasse KPT als Co-Sponsor auf vierzehn Radiostationen ausstrahlte. Bereits 50 Drogisten liehen ihre Stimme für die Sendung «Zwei Minuten für unsere Gesundheit», ein Medienprojekt, das nun in den siebten Monat kommt.

So selten kommt es zwar nicht vor, dass man aus beruflichen oder anderen Gründen vor Publikum ein kürzeres oder längeres Referat halten darf oder muss. Auch freiwilliges Engagement in Politik, Kultur und Sport kann dazu führen, seine Ansichten und Positionen vor einer grösseren Zuhörerschaft darzulegen. «Manche haben das Talent und die Lust dazu, den meisten Menschen ist so ein Auftritt aber eher unangenehm», sagt der erfahrene Radiomann **André Schnider**, der für den SDV die Sendungen produziert. «Vor Publikum zu reden, ist generell nicht einfach. Kommt dazu, dass man meist einen vorbereiteten Text hat, der aber so natürlich wie möglich erzählt werden soll.» Auf ihre rhetorischen Erfahrungen in Beruf und Alltag angesprochen, berichten die angefragten Drogistinnen und Drogisten Unterschiedliches.

Nadia Minder, Inhaberin der Bahnhof-Drogerie Worb, sagt, dass sie zu verschiedenen Themen Vorträge organisiere und diese im Fachgeschäft auch selber halte. Die erfahrene Drogistin war früher auch an der Berufsschule als Fachlehrerin tätig. «Ich habe eigentlich keine Probleme, vor Publikum frei zu sprechen», sagt Minder, die auch als Vizepräsidentin der SDV-Sektion Bern zum Wort greifen muss. Dennoch war für sie die Ausgangslage mit vorgefertigten Texten etwas Ungewohntes. Sie hätte sich auch ein offenes Interview vorstellen können, um so ihr Fachwissen zur Geltung zu bringen.

Patrick Buchs von der Falken-Drogerie in St. Gallen sagt von sich, dass ihm das öffentliche Sprechen vor bekanntem Publikum angenehmer sei. Gleichwohl wollte er sein persönliches Radioexperiment wagen. Ähnlich wie seine Berufskollegin in Worb hatte er dieselbe Motivation: «Wenn es dem Image der Branche nützt, dann will ich meinen Beitrag dazu leisten. Ein ausschlaggebendes Argument fürs Mitmachen war sicherlich auch der absehbare Zeitaufwand.» Dass der mobile Radiojournalist mit seiner technischen Ausrüstung für Aufnahmen gleich vorbeikommt, wird von den stark im Alltagsgeschäft engagierten Chefs geschätzt.

Kurz und bündig

Die Art und Weise, wie im Radio Botschaften verbreitet werden müssen, war für die Probanden ebenfalls Neuland. Dazu André Schnider: «Die Beiträge können aus der Sicht eines versierten Drogisten etwas ‹flach› erscheinen. Manch einer fühlte sich richtiggehend unterschätzt. ‹Aber ich weiss doch viel mehr›, oder ‹Meine Fachkompetenz kommt nicht zum Tragen›, waren oft gehörte Reaktionen.» Schnider weiss um die Wirkungsweise der verschiedenen Medien. Die eingehende Beratung durch den Drogisten im Fachgeschäft vergleicht er mit dem Lesen einer Qualitätszeitung. Hingegen müssten das Radio oder die Pendlerzeitung die Leute in kürzester Zeit auf ein Thema lenken. «Die Hörer in kürzester Zeit so weit bringen, dass sie zuhören», sei der erste Schritt. Einige fühlen sich angesprochen, über ein Thema mehr zu erfahren. Diese liessen sich dann in der Drogerie beraten, wo die Fachfrau oder der Fachmann mit Rat und Tat zur Verfügung steht. Zudem sei zu bedenken, dass selbst ein normaler Kundenkontakt nur kurz dauere. Der Kunde sollte ja einen Kaufanreiz bekommen. «So gesehen ähneln sich Radiobeiträge und Kundenerstgespräche in der Drogerie wiederum», so Schnider. Das Ziel aller Sendungen bleibe dabei immer dasselbe: «Die Drogisten sollen für manche Lebenslagen auf sympathische Art als kompetente Ansprechpartner in Erscheinung treten.»

Zwei Minuten für Ihre Gesundheit

Geduld, Gestik, Haltung

Und wie war der Exkurs ins Radiohandwerk? Die freundliche Assistenz durch Radioreporter André Schnider schätzte beispielsweise Patrick Buchs: «Beim Radiomachen darf man getrost Fehler machen. Es wird so lange wiederholt, bis alles klappt.» Ganz ohne Hausaufgaben ging es nicht. Die Drogisten wurden nämlich gebeten, vor dem Aufnahmetermin die in Schriftdeutsch verfassten Texte in ihre lokale Mundart zu übersetzen. Im Vorfeld des Besuchs hätte er zwar die Sätze schon einmal laut vorgesprochen, sagt Buchs. Als es dann ernst galt, wies ihn Schnider an, mit der richtigen Gestik und Körperhaltung ein besseres Resultat zu erzielen.

Sowohl Nadia Minder als auch Patrick Buchs beurteilen die Radioerfahrung als bereichernd. Gelobt wurde die Geduld des Radioprofis, der auch gerne die Rolle eines geduldigen Sprechcoachs übernahm. Beide sagen, dass sie davon in ihrem privaten und beruflichen Umfeld profitieren werden.

Manuel Fischer

SANTAVERDE

100 % Wirkstoffe.
0 % Wasser.

Seit 25 Jahren bauen wir auf unserer Finca in Andalusien Aloe Vera Pflanzen kontrolliert biologisch an und stellen reine Naturkosmetik daraus her. Aus dem Wissensschatz rund um den Anbau und die Verarbeitung der Aloe Vera entstand als Quintessenz das einzigartige Santaverde Rezepturprinzip: Hauptbestandteil jedes Santaverde Produktes sind anstelle des üblichen Wassers reine Pflanzensäfte aus eigenem Anbau, die besonders wertvoll und wirksam für die Hautpflege sind.

Erhältlich bei Bio Partner Schweiz AG.
www.biopartner.ch

www.santaverde.ch

Babykost mit Spezialeffekt

Angereicherte Lebensmittel liegen im Trend. Sogar im Babybrei sorgen Zusatzstoffe dafür, dass die Kleinen gut verdauen, nicht mehr spucken und sich besser entwickeln.

Gesättigte Märkte, sinkende Umsätze und stagnierende Geburtenraten: Produktneuheiten sind für Hersteller von Kindernahrung existenziell. Immer mehr Superbreie mit Spezialeffekten drängen in die Regale: «Angereichert mit Vitaminen, Probiotika, Spurenelementen und Ballaststoffen. 100 Prozent Geschmack. Nur das Beste für die Entwicklung Ihres Kindes.» Die Werbung tönt sehr gesund. Funktionelles Essen wird aber meist im Labor entwickelt und vom Bundesamt für Gesundheit (BAG) definiert als «Lebensmittel mit einem spezifischen Zusatznutzen, der über den ernährungsphysiologischen Nutzen der darin enthaltenen Nährstoffe hinausgeht». Babynahrung soll nicht nur satt machen, sondern die Entwicklung fördern, und zwar vom ersten Schoppen an. Allerdings verweisen die Hersteller auf ihren Websites stets auch auf die Weltgesundheitsorganisation (WHO), die das ausschliessliche Stillen des Kindes für die Dauer von sechs Monaten empfiehlt. Das schafft Glaubwürdigkeit. «Stillen», so die WHO, «ist für Babys die beste und preiswerteste Ernährungsform und zugleich ein guter Schutz gegen Krankheiten.»

Muttermilch als Vorbild für den Ersatz

Was Muttermilch so wertvoll macht sind langkettige, mehrfach ungesättigte Fettsäuren, natürliche Milchsäurekulturen, Ballaststoffe und Schutzstoffe wie Antikörper, Antioxidantien oder Lactoferrin. Jenen Müttern, die nicht stillen können oder wollen, bieten die Hersteller Muttermilchersatz an, der laut Herstellerangaben bei Hipp «möglichst nahe an das natürliche Vorbild» herankommen soll. Die Inhaltsstoffe der Muttermilch werden dem Produkt industriell zugefügt. Ist ein solches Produkt unbedenklich? **Marianne Botta Diener**, Ernährungswissenschaftlerin und ETH-Lebensmittelingenieurin und Mutter von acht Kinder meint: «Natürlich ist Stillen besser, aber mittlerweile gibt es hochwertige Ersatzpräparate.» **Nicole Merlin**, Betriebsleiterin der Neumarkt Apotheke Drogerie in Zürich-Altstetten, bekräftigt: «Die Zusätze für Ersatzpräparate erfüllen strenge gesetzliche Anforderungen. Vor der Beimischung muss die Sicherheit dokumentiert und der Nutzen für den Säugling nachgewiesen sein.» Funktioneller Babybrei fällt unter die Kategorie bewilligungspflichtiger Speziallebensmittel, die gemäss BAG aufgrund ihrer Zusammensetzung oder ihrer besonderen Herstellungsart für eine besondere Ernährung bestimmt sind. Bevor ein solches Produkt in den Verkauf kommt, wird es hinsichtlich des Gesundheits- und Täuschungsschutzes geprüft. Lebensmittel sind keine Heilmittel und dürfen nicht mit einer Heilwirkung beworben werden. Damit will der Gesetzgeber verhindern, dass Konsumenten irregeführt werden oder gar gesundheitlichen Schaden davontragen. Zulässig sind einzig Hinweise über Natur und Funktion essenzieller Stoffe. Ein Beispiel: «Calcium ist ein wichtiger Bestandteil von Knochen und Zähnen.»

Zusatzstoffe in Babynahrung – was ist erlaubt?

«Vitamine, Mineralstoffe, Omega-Fettsäuren und so weiter werden aus physiologischen Gründen zugesetzt, da sie für den Aufbau und Unterhalt des menschlichen Körpers notwendig sind», so **Mark Stauber**, Experte für Zusatzstoffe beim BAG, «diese Ingredienzen werden nicht als Zusatzstoffe beurteilt und geregelt.» Industriell hergestellte Nahrung für Babys bis zwölf Monate muss grundsätzlich frei von Zusatzstoffen sein, weil der Verdauungsapparat von Säuglingen noch nicht vollständig ausgebildet ist. Die Ausnahme:

Immer mehr Babys essen Spezialnahrung aus dem Labor der Hersteller.

istockphoto.com

Corinne Futterlieb

Babybrei wird häufig mit Fischöl angereichert.

Verdickungsmittel, Emulgatoren, Farbstoffe, Aromen, Konservierungsmittel, Süssstoffe und Geschmacksverstärker. «Sie sind dann erlaubt, wenn sie aus technologischen Gründen absolut notwendig sind», erklärt Stauber. Ohne Emulgator würde eine Säuglingsmilch flockig werden oder scheiden. Für Babynahrung aus der EU sind dieselben Zusatzstoffe zulässig wie in der Schweiz.

> «Konsumenten verlangen stets das Neueste in der Babykost.»
>
> *Daniel Bärlocher, Bimbosan AG*

Zusatzstoffe machen Lebensmittel oft geschmacksintensiver, ansehnlicher, haltbarer. «Grundsätzlich werden sie nur zugelassen, wenn die vorgeschlagene Dosis gesundheitlich unbedenklich ist», erklärt Mark Stauber. Zwar bewilligt das Lebensmittelgesetz ausschliesslich Stoffe, für die eine gute Verträglichkeit nachgewiesen werden kann. Doch besonders verträglich wirkt die Zusatzstoffliste besonders für jene Konsumenten nicht, denen eine rein natürliche Ernährung am Herzen liegt, ganz besonders für ihren Säugling.

Die Philosophie der Hersteller

«Wir verzichten wenn möglich auf chemische Verarbeitungs- und Konservierungsstoffe im ganzen Babykostsortiment», betont Holle-Geschäftsführer **Peter Kropf**. «Unsere Babynahrung soll so natürlich wie möglich sein.» Bioqualität ist die Mindestanforderung für Holle-Produkte. Über 80 Prozent des Sortiments tragen das Demeter-Label. Viele Gläschen sind ausserdem glutenfrei und allergenarm. Peter Kropf ist der Auffassung, dass Babys künstliche Vitaminzugaben nicht brauchen. «Für die Säuglingsmilchen ist eine Vitaminisierung jedoch gesetzlich vorgeschrieben.» Auch die Anpassung der Mineraliengehalte und Spurenelemente sei in diesen Produkten nötig, damit die rechtlichen Vorgaben eingehalten würden. Der Geschäftsführer führt ein weiteres Beispiel an: «Getreide ist von Natur aus reich an Vitamin B1. Dennoch muss den Getreidebreien dieses Vitamin zugefügt werden, da die natürlichen Gehalte nicht ausreichen, um den gesetzlichen Mindestgehalt zu erfüllen.» Manche Inhaltsstoffe gilt es allerdings zu reduzieren: Die Zugabe von Zucker und Salz sei besonders in der Babynahrung zu meiden und «im ersten Lebensjahr nicht nötig», sagt Marianne Botta Diener. Peter Kropf betont, dass Holle-Produkte nicht gesüsst würden. «Im Obstgläschen ist nur so viel Zucker enthalten, wie die Früchte von Natur aus aufweisen.» Salzzugaben in der Nahrung können den Stoffwechsel eines Säuglings unnötig belasten. Peter Kropf erklärt weshalb: «Weil die Nieren der Säuglinge im ersten Lebensjahr noch nicht voll ausgereift sind, ist die Ausscheidung von überschüssigen Mineralstoffen und Salzen erschwert.»

Tradition und Wissenschaft

Der Schweizer Familienbetrieb Bimbosan, der «nach Möglichkeit biologische Rohstoffe verwendet», mengt aus gesetzlichen Gründen einigen Nahrungsmitteln Vitamine bei. Selbst bei den Bioprodukten. Geschäftsführer **Daniel Bärlocher** präzisiert: «Unsere biologischen Breie und Schoppenzusätze enthalten mit Ausnahme von Vitamin B1 keine künstlichen Vitamine. Die restlichen Vitamine stammen natürlicherweise aus den Getreiden wie Hirse oder Dinkel.» Einigen Bimbosan-Produkten werden zusätzlich Omega-3- und -6-Fettsäuren zugefügt. Warum? «Die Konsumenten verlangen das Neueste in der Babyernährung», begründet Bärlocher dieses Angebot. Bioqualität vom Bauernhof und künstliche Vitamine aus dem Labor – ein Widerspruch? «Es ist technisch unmöglich, den gesetzlich geforderten Vitamingehalt mit natürlichen Vitaminen zu decken. Pro Kilo Milch müssten vier bis fünf Kilo Preiselbeeren zugegeben werden, um den vorgeschriebenen Vitamin-B1-Gehalt natürlich zu erreichen», erklärt der Bimbosan-Geschäftsführer. Botta Diener nennt einen weiteren Grund: «Durch das Sterilisieren gehen Vitamine verloren. Es macht Sinn, diese zu ersetzen.»

Kritische Konsumenten prüfen vor dem Kauf von Lebensmitteln, ob und wie viel Zucker sich darin befindet, gerade bei Nahrung für Babys. Daniel Bärlocher stellt eine grosse Nachfrage nach zuckerfreien Produkten fest. «Zuckerhaltige Produkte werden je länger, je weniger verlangt.» Dabei gehe vergessen, dass auch Muttermilch im Schnitt rund sieben Prozent Milchzucker enthalte. Doch die wenigsten Konsumenten kennen sich mit den Zuckerarten aus. «Ohne Kristallzucker» heisst nicht «zuckerfrei». Häufig ist Fruktose oder Saccharose (eine elegante Umschreibung für Haushaltzucker) enthalten. Marianne Botta Diener empfiehlt unsicheren Eltern, vorzukosten. «Was richtig süss schmeckt, sollte man dem Kind nicht füttern. Es gewöhnt sich an den Zucker und verlangt immer stärker gesüsste Lebensmittel.»

Erfahrungen von Drogisten: Innovationen und Speziallösungen

Allergenarm, verdauungsfördernd oder mit Fischöl angereichert: Welche Erfahrungen machen Drogistinnen und Drogisten mit Produktneuheiten in der Babynahrung? **Markus Kressig**, Drogist HF, Naturheilpraktiker und Inhaber der Kressig Drogerie in Bad Ragaz: «Wir sind auf Innovationen angewiesen.» In seiner Drogerie stark gefragt sei ein mit Omega-3- und -6-Fettsäuren angereichertes Milchpulver. «Und die Kunden lieben naturbelassene Produkte in Bio- oder Demeterqualität. Natürlichkeit hat Vorrang vor der Laborküche», wie Kressig sagt.

Nach Speziallösungen fragen häufig Eltern von Kindern, die spucken oder Verdauungsbeschwerden haben. In diesen Fällen hält sich Markus Kressig an die Verschreibung der Kinderärzte. Bei Veranlagung zu Allergien rät er zu HA-Milchen, allerdings streiten sich hier die Experten. Marianne Botta Diener äussert sich zurückhaltend: «Mütter, die nicht stillen, sollten sich bezüglich HA-Milchen mit dem Kinderarzt absprechen.»

In der Sadro Saanenland Drogerie bei **Kurt Diebold** in Gstaad werden HA-Produkte kaum mehr nachgefragt, ansonsten macht der diplomierte Drogist ähnliche Erfahrungen wie Berufskollege Markus Kressig. Anders bei Nicole Merlin von der Neumarkt Apotheke-Drogerie in Zürich-Altstetten: «Eltern kommen oft mit einer konkreten Frage zu einem Produkt zu uns. Es ist äusserst selten, dass nach Zusätzen und Qualitäten gefragt wird.» Für Mütter oder Väter, die generelle Fragen zu gesunder Ernährung ihres Säuglings haben, sollten Drogistinnen und Drogisten individuelle Beratung anbieten. Im Gespräch lässt sich klären, welche Vorteile beispielsweise mit Omega-Fettsäuren, Nukleotiden oder Pro- und Präbiotika angereicherte Produkte in der Ernährung des Babys haben.

Claudia Merki

Gut zu wissen

Bereiten Sie sich auf die Fragen Ihrer Kunden vor: **Spezialnahrung für Babys** steht auch im *Drogistenstern* vom Oktober im Zentrum.

Erfinderin mit grossem Hut

Isabella Mosca bietet ihrer Kundschaft neben den klassischen OTC-Produkten auch innovative, regionale Hausspezialitäten an. d-inside befragte die Drogistin HF zu ihrem bewegten Alltag als Geschäftsinhaberin, kreative Produzentin, Mutter und Vertreterin für politische Belange der Branche.

Sie sind Inhaberin von drei Drogeriegeschäften im Engadin. Was unterscheidet die Filialen voneinander, was verbindet sie?
Isabella Mosca: Gemeinsam ist ihnen sicherlich der Tourismus. Das ist grundsätzlich ein Vorteil. Die meisten Kunden haben Zeit, sind in den Ferien gut gelaunt, sind entspannt und nehmen gerne Beratungen an. Diese Atmosphäre ist geschäftsfördernd. Der Geldbeutel sitzt bei manchen vielleicht lockerer als im gespannten Arbeitsalltag. Wenn das Wetter für einen Ausflug nicht genug gut ist, reicht es fürs Shopping. Viele möchten auch etwas Besonderes aus der Region für Angehörige und Freunde mitbringen; wir bieten deswegen Hausspezialitäten an. Vielfach entsteht dadurch auch eine längerfristige Bindung, sodass Kunden uns aus anderen Bedürfnissen erneut besuchen und wir beratend tätig werden können. Die beiden Geschäfte in St. Moritz und Samedan unterscheiden sich von demjenigen in Scuol, dass Erstere in noch stärkerem Mass vom Tourismus profitieren.

Gibt es auch Sorgen, welche Sie mit anderen Gewerbetreibenden der Region teilen?
Natürlich ist man auch dem ungünstigen Euro-Franken-Kurs ausgeliefert, der dazu führt, dass weniger ausländische Touristen aus dem EU-Raum zu uns kommen. Da kann man noch so einen guten Job machen, der Trend lässt sich nicht beeinflussen.

Wie fangen Sie denn die typische Saisonalität des Tourismus im Geschäftsgang auf? Arbeiten Sie mit saisonal Beschäftigten?
Nur in St. Moritz ist dies der Fall. Dort arbeitet eine Angestellte nur im Winterhalbjahr, im Sommer führt sie ein Bergrestaurant. Die anderen Drogistinnen arbeiten das ganze Jahr hindurch in meinen Geschäften.

Sie sind weit über die Branche mit Ihrer regionalen Hausspezialitätenlinie bekannt geworden. Vor allem der «Steinbockspray» schaffte es in die Boulevardpresse. Wie kam es von der ersten Idee zur Realisierung?
2004 begann ich mit der Alpenrose als Hausspezialität. Während einer Wanderung kam mir die Idee, die ganze Kraft und Schönheit der Bergwelt in ein Produkt zu verpacken. Ich stellte noch vor Ort die Alpenrose-Essenz mit frischem Quellwasser her.
Nach der Rückkehr fuhr ich fort, an der Linie zu arbeiten. Galenisch kam ich schnell zu einem überzeugenden Resultat. Schwieriger war es, die richtige Verpackung zu wählen oder einen Grafiker zu finden, der die gleichen Vorstellungen hatte wie ich. Von der ersten Idee bis zur ersten Vermarktung dauerte es wohl ein Jahr.

Sie erweitern Ihre Spezialitätenlinie laufend. Es gibt Naturheilprodukte wie Murmeltieröl oder Hirschtalg zu kaufen. Wie kommen Sie zu den tierischen Rohstoffen?
Im Jagdkanton Graubünden liegt der Gedanke nicht fern, solche Produkte zu kreieren. Ich nahm Kontakt mit den Jägern und einer Metzgerei auf, die in der Lage war, dieses Öl in sauberer Qualität zu gewinnen, denn sobald es trüb ist, riecht es unangenehm intensiv. Wir brauchen davon jedes Jahr einige Liter, die wir für die Murmeltiersalbe verwenden. Bei der Hirschtalgcreme braucht es ebenfalls einige Kilogramm dieses Materials. Natürlich nehmen wir nur die Rohstoffe der Tiere, die während der Jagdsaison erlegt werden. Es sterben somit keine Tiere speziell für unsere Hausspezialitäten.

Läuft die Linie der Hausspezialitäten nach Ihren Erwartungen? Gibt es auch Stolpersteine bei der Realisierung von Ideen?
Sie läuft weit über meinen Erwartungen. Es ist ein Bereich, der sich mit jedem Produkt weiterentwickelt und immer noch stark wächst. Es kommen immer neue Kunden hinzu, bestehende kaufen wieder. Ich bin auch in regelmässigem Kontakt mit Hotels, die mit meinen Naturprodukten arbeiten wollen, obwohl ich die nie direkt angefragt habe. ›

Corinne Futterlieb

Isabella Mosca kam über zwei Schnupperlehren zum Drogistenberuf. Nach dem Besuch der Höheren Fachschule in Neuenburg liebäugelte sie zuerst mit einer Karriere im Marketing. Gute Beziehungen und die Liebe zur Heimat stimmten sie um. Dank der Geschäftseröffnung durch Isabella Mosca kam der Hauptort des Unterengadins, Scuol, wieder zu einer Drogerie; dies nach mehrjährigem Unterbruch. Dem Wunsch nach regionaler Verankerung im Tal ist es zu verdanken, dass die Engadinerin auch die Geschäfte in St. Moritz und Samedan übernehmen konnte. Ihr Engagement für die Berufsbildung sieht sie auch als einen Beitrag zur Stärkung der Bergregion. An den drei Standorten sind inklusive Lernende 20 Personen beschäftigt.

Vitamin D3

unentbehrlich für jeden Lebensabschnitt

50% der Bevölkerung leidet an einem Vitamin D Mangel[1)]

Zur Vorbeugung und Behandlung von Vitamin-D Mangelerkrankungen

Zus: 1 Tropfen enthält 667 I.E. (16.7µg) Cholecalciferolum in öliger Basis (mittelkettige Triglyceride aus Kokosnuss- und Palmöl, nicht allergen). **Ind:** Prophylaxe und Therapie der Rachitis, Osteomalazie, Vitamin-D-Mangel. **Dos:** Rachitis-Prophylaxe: 1 Tropfen/Tag, Rachitis-Therapie: 2-8 Tropfen, Osteomalzie: 2-8 Tropfen täglich. **KI:** Hypercalcämie, Hypercalciurie, kalziumhaltige Nierensteine, Sarcoidose, Pseudohypoparathyeroidismus. **IA:** Phenytoin und Barbiturate, Thyazid-Diuretika, Herzglykoside. **UW:** in Folge von Überdosierungen. **VK:** D. Ausführliche Angaben entnehmen Sie bitte dem Arzneimittelkompendium.

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

WILD Dr. Wild & Co. AG, 4132 Muttenz

www.wild-pharma.com

«Wenn wir es schaffen, alle am selben Strick zu ziehen und gemeinsam als Branche vorwärtsgehen, werden wir auch in Zukunft stark sein.»

Corinne Futterlieb

Hotelmanager suchen immer wieder nach Produkten, die sie für ihren Wellnessbereich den Gästen anbieten möchten. Regionalität ist Trend. Ein Hotel im Oberengadin setzte eine hochpreisige Kosmetiklinie ab und entschied sich stattdessen für eines meiner Produkte. Stolpersteine gibt es durchaus: So kann es geschehen, dass ein Verpackungslieferant einen bestimmten Typ von Dosen nicht mehr liefert. Die Suche nach einem geeigneten neuen Behältnis ist nicht immer so einfach.

Da brauchen Sie gar keine Werbung für Ihre Produkte?
Ich verfasse PR-Texte, die jeweils in einer Regionalzeitung regelmässig erscheinen. Der Erfolg dieser Arbeit ist messbar. Es kommen aber auch die Redaktionen auf mich zu, die zum Themenspecial «Jagd» einen speziellen Beitrag schreiben wollen. Das ist für mich Gratiswerbung, ebenso die Berichte in diversen Tageszeitungen, Radios und Fernsehsendungen zum «potenten» Steinbockspray.

Sie sind eine innovative Drogistin, Inhaberin dreier Geschäfte, zudem Hausfrau und Mutter, haben zudem eine Funktion im Berufsverband. Wie bringen Sie das alles unter einen Hut?
Ich habe eben einen grossen Hut (lacht). Es braucht sicherlich eine minutiöse Organisation. Ich habe in allen drei Geschäften Geschäftsführerinnen, was mich sehr entlastet. So kann ich doch genügend Zeit für meine Kinder reservieren. Der Vater meiner Kinder ist ebenfalls selbstständig erwerbend. Dennoch gelang es immer, sie ohne Fremdbetreuung zu erziehen. Ich mache mir Wochenpläne, an die ich mich strikt halte.
Es braucht auch die Bereitschaft, Kompromisse zwischen Beruf und Familie einzugehen. An schulfreien Nachmittagen versuche ich wenn immer möglich, zu Hause zu sein.

Sie sind seit Frühling ad interim im Zentralvorstand des SDV und stellen sich für eine Wahl für die Funktion «Politik und Branche» zur Verfügung. Was ist Ihre Motivation?
Ich bin wirklich mit Herzblut in meinem Beruf tätig, und wenn ich einen kleinen Beitrag leisten kann, dass die Rahmenbedingungen für uns Drogistinnen und Drogisten möglichst optimal sind, mache ich das gerne. Wichtig ist mir auch, dass die Kommunikation zwischen den zentralen Organen des SDV und der Basis gut funktioniert. Bei allen möglichen Differenzen müssen wir Drogisten dafür sorgen, dass wir alle im gleichen Boot sitzen. Natürlich ist für mich die neue Tätigkeit auch eine interessante Horizonterweiterung, um zu sehen, was auf nationaler Ebene in der Gesundheitspolitik diskutiert wird.

Wie schätzen Sie die Zukunftsperspektiven der Branche ein? Sind Sie optimistisch?
Ich bin grundsätzlich optimistisch, was die Branche betrifft. Die Menschen werden immer ein echtes Bedürfnis nach Beratung zu Gesundheit und Wohlbefinden haben. Wir Drogisten haben diese Kompetenz über viele Jahre aufgebaut und laufend verbessert. Unser Berufsverband sorgt dafür, dass die Rahmenbedingungen sowie die Ausbildung möglichst optimal auf die Zukunft ausgerichtet sind, dass Netzwerke gepflegt werden und sich jeder einzelne Drogist auf das Alltagsgeschäft und seinen Standort konzentrieren kann. Wenn wir es schaffen, alle am selben Strick zu ziehen und gemeinsam als Branche vorwärtsgehen, werden wir auch in Zukunft stark sein und auch von Wirtschaft und Politik als Gesundheits- und Schönheitsspezialisten wahrgenommen. *Manuel Fischer*

Schönheit und Kraft aus den Bergen

Für ihre Hausspezialitäten findet Isabella Mosca nicht nur die Rohstoffe, sondern auch die Geschichten dazu quasi vor ihrer Haustüre. So bringt sie einem breiteren Publikum altbewährte Volksmittel der Bergregionen näher. In der Schweiz und im Tirol wurde das Fett des Murmeltiers seit Jahrhunderten als Einreibemittel gegen Rheuma und Arthrose verwendet. Die Wissenschaft kommt meist später: Erst 1988 wurde in einer Studie nachgewiesen, dass das Murmeltierfett Kortison in kleinen, natürlichen Dosen enthält. Auch die Hirschtalgcreme ist ein altbewährtes Hautpflegemittel bei stark beanspruchter Haut.
Bemerkenswert: Sowohl die Alpenrose-Körperpflegelinie als auch die Produkte mit Zutaten aus Wildtieren des Engadins präsentieren sich in einem einheitlichen Verpackungsdesign. *www.drogaria-mosca.ch*

ESD-Cycle de formation 2013–15
Des perspectives pour l'avenir

Journée d'information
Lundi **5 novembre 2012**, 14h00–17h00.
Toutes les personnes intéressées sont les bienvenues.

Branches soumises à l'examen
Connaissance des médicaments, biologie, chimie, connaissance des plantes médicinales, gestion et vente y compris calcul commercial. Pour vous préparer à l'examen d'admission, vous recevrez des exercices sur CD-ROM.
Les titulaires d'une maturité professionnelle ou gymnasiale sont dispensé(e)s de l'examen d'admission.

Journée de discussion
Nous répondrons à toutes vos questions relatives à la matière de l'examen d'admission le jeudi 14 mars 2013.

Examen d'admission
Mercredi 27 mars 2013

Début du prochain cycle
Lundi 19 août 2013

Délai d'inscription
Le délai d'inscription pour tous les candidat(e)s est fixé au **28 février 2013**.

ESD-Ausbildungszyklus 2013–15
Eine Zukunft mit Perspektiven

Informationstag
Montag, **5. November 2012**, 14.00 bis 17.00 Uhr.
Alle interessierten Personen sind herzlich willkommen.

Prüfungsfächer
Arzneimittelkunde, Biologie, Chemie, Heilpflanzenkunde, Betriebs- und Verkaufskunde inkl. kaufmännisches Rechnen.
Sie erhalten eine CD-ROM mit Übungsaufgaben zur Prüfungsvorbereitung.
Kandidatinnen und Kandidaten mit Berufmaturitätszeugnis oder gymnasialem Maturitätszeugnis sind von der Aufnahmeprüfung dispensiert.

Besprechungstag
Wir beantworten Ihre Fragen zum Prüfungsstoff am Donnerstag, 14. März 2013.

Aufnahmeprüfung
Mittwoch, 27. März 2013

Beginn des nächsten Ausbildungszyklus
Montag, 19. August 2013

Einschreibefrist
Die Einschreibefrist für sämtliche Kandidatinnen und Kandidaten ist der **28. Februar 2013**.

Prenez votre destin en main! Inscrivez-vous maintenant!

Inscription
à la journée d'information du 5 novembre 2012

Name / Nom:

Adresse / Adresse:

E-Mail / Courriel:

Vorname / Prénom:

PLZ Ort / NPA localité:

Telefon / Téléphone:

Délai d'inscription pour la journée d'information:
1 novembre 2012

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

Anmeldung
für den Informationstag vom 5. November 2012

Anmeldeschluss für den Informationstag:
1. November 2012

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

École supérieure de droguerie
Rue de l'Évole 41 2000 Neuchâtel Téléphone 032 717 46 00 Fax 032 717 46 09 cpln-esd@rpn.ch www.esd.ch

Jubiläum mit Bankett und Bingo

Speis und Trank, Geselligkeit und Glücksspiel standen im Zentrum der Jubiläumsfeier der Gruppierung Dromenta. Mehr als 200 Vertreter der Branche stiessen im Schützenhaus Thalwil auf 30 Jahre erfolgreiches Geschäften an.

Einer der Dromenta-Gründerväter: Erich Müller berichtete von den Anfängen der Gruppierung.

Dem Aufruf zum Fest folgten sie alle: Aktionäre, Marketingleute und Geschäftsführer zahlreicher Lieferanten, Vertreter anderer Gruppierungen, die Fachpresse und viele mehr mit guten Kontakten zum Gesundheitsfachhandel.
Roman Buchs, der jetzige Verwaltungsratspräsident der Dromenta AG, erinnerte das Publikum an die bescheidenen Anfänge. Wenige Drogerien taten sich 1982 zu einer Einkaufsgemeinschaft zusammen. Dromenta hat sich von der einfachen Gesellschaft zu einer Aktiengesellschaft weiterentwickelt, deren Geschäftsstelle für ihre Mitglieder zahlreiche Dienstleistungen erbringt. Heute zählt die Vereinigung nicht weniger als 60 Mitglieder.
Erich Müller, einer der Gründerväter und ehemaliger Zentralpräsident des Drogistenverbands, erzählte dem anwesenden Publikum aus dem Nähkästchen. Rückblickend hätten sie doch zumindest in den Anfängen «gemütliche Jahre» gehabt, meinte er. Wer dabei sein wollte, konnte der Geselligkeit nicht abgeneigt sein; vor oder nach Sitzungen musste «etwas Anständiges» gegessen werden.

Fulminantes Wachstum
Anfänglich habe er sich gegen den Aufbau von Strukturen und Institutionen gewehrt. Doch das fulminante Wachstum der Gruppe und die laufenden Geschäftserfordernisse hätten ihn schliesslich umgestimmt. Ein wichtiger Meilenstein war die Ausrichtung zahlreicher Drogerien zu Beratungszentren der Naturheilkunde, den Naturatheken. Das Dromenta-Geschäftsmodell zeichnet sich aber auch durch Konstanz aus: Im Unterschied zu anderen Vereinigungen wandelte sich die Gruppierung nie zu einer Kette mit Filialen, sondern blieb eine Vereinigung unabhängiger Geschäftsinhaberinnen und -inhaber.
Viel Zeit war nicht, um die Vergangenheit aufleben zu lassen. Stattdessen freuten sich die Besucher auf Überraschungsgast **Beat Schlatter**. Der Kabarettist und Schauspieler führte die Anwesenden durch ein unterhaltendes Bingo-Spiel mit skurrilen und extravaganten Preisen.

Manuel Fischer

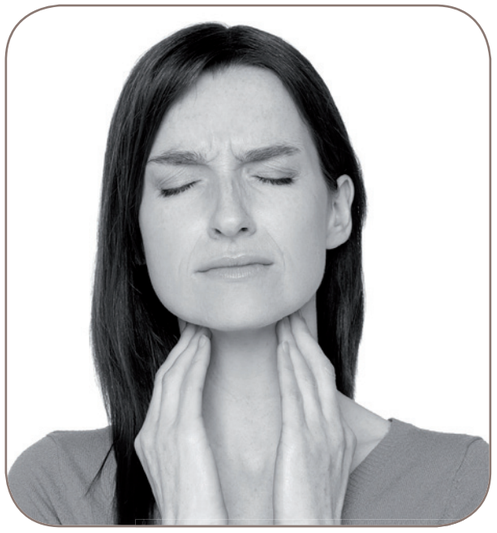
E. Nützi Söhne AG
Tel. 062 926 13 23
Fax 062 926 11 26
info@nuetziag.ch
www.nuetziag.ch

e.nützi

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

Rusconi Drogerie AG Hüntwangen

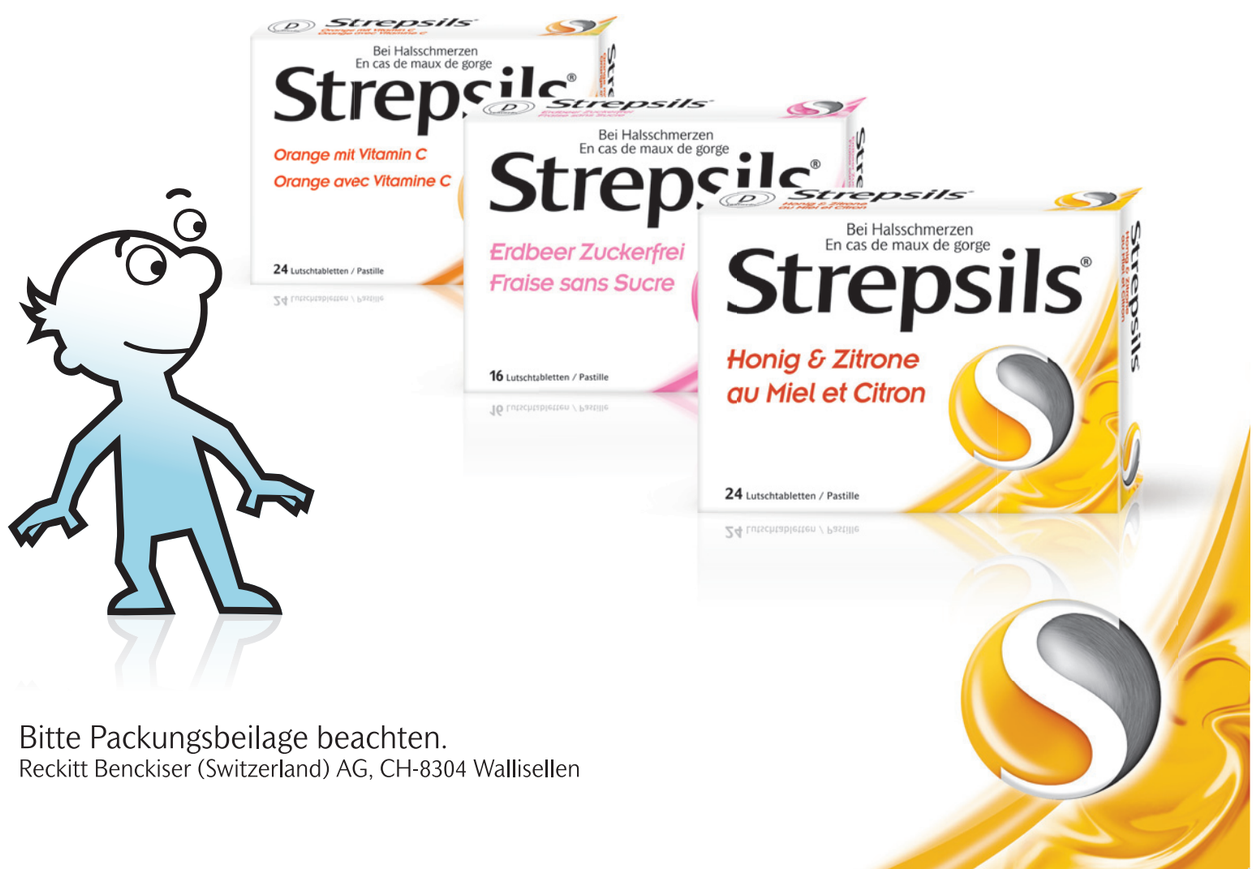
Strepsils®



HALSSCHMERZEN?

STREPSILS – EINE HILFE BEI HALSSCHMERZEN IN 3 BELIEBTEN GESCHMACKSRICHTUNGEN.

MIT ANTIBAKTERIELLER UND ANTISEPTISCHER WIRKUNG



Bitte Packungsbeilage beachten.
Reckitt Benckiser (Switzerland) AG, CH-8304 Wallisellen

Termin jetzt reservieren!

DV: Am Puls der Branche!

Die Delegierten des Schweizerischen Drogistenverbandes versammeln sich am 16. November 2012. Zum Nachmittagsprogramm mit Referaten zu aktuellen Drogeriethemen sind Vertreter der Drogerie, Industrie und Politik eingeladen.

Ab 10.00 Uhr treffen sich die Delegierten in der Fabrikhalle 12 in Bern *(www.fabrikhalle12.ch)*. Die Delegiertenversammlung (DV) ist das Legislativorgan des Verbandes, wird mindestens einmal jährlich durchgeführt und setzt sich aus den Delegierten der Sektionen zusammen. Die DV beschliesst über Vorgänge wie Rechnung, Budget, Wahlen, Grundsätze der Beruf- und Standespolitik.

Delegiertenversammlung: Statutarische Geschäfte

Eröffnung	
Wahl der Stimmenzähler	
Genehmigung der Traktandenliste	
Genehmigung des Protokolls der DV vom 11.11.2011	*Abstimmung*
Genehmigung des Jahresberichtes 2011	*Abstimmung*
Rechnung SDV 2011	
- Bericht der Revisionsstelle	*Information*
- Bericht der Geschäftsprüfungskommission	*Information*
- Genehmigung der Jahres- und Fondsrechnung 2011	*Abstimmung*
Wahlen	
- Zentralvorstand SDV	*Wahl*
- Fondation ESD	*Wahl*
- Revisionsstelle des SDV	*Wahl*
- Schulkommission ESD	*Wahl*
- Prüfungskommission ESD	*Wahl*
Anpassungen Reglement überbetriebliche Kurse	*Abstimmung*
Reglement Pflichtausbildung	*Abstimmung*
Reglement Qualitätssicherung SDV	*Abstimmung*
Anträge	
Finanzakte 2013	*Abstimmung*
Genehmigung des Budgets für 2013	*Abstimmung*
«Die Delegierten haben das Wort»	*Diskussion*

Organisatorisches

Die Delegierten werden die Unterlagen fristgerecht dreissig Tage vor der DV erhalten. **Anträge** können **bis** am **2. November** (Datum des Poststempels) **schriftlich** und begründet an den Schweizerischen Drogistenverband, Martin Bangerter, Postfach 3516, 2500 Biel 3, gerichtet werden.
Bei Abwesenheit hat ein Delegierter in Rücksprache mit seiner Sektion eine Ersatzperson zu entsenden. **Die Einladungen für unsere Gäste und alle SDV-Mitglieder werden persönlich und auf dem Postweg zugestellt.**

Programm mit 5 Referaten

Ab 13.30 Uhr versammeln sich die SDV-Mitglieder sowie die geladenen Gäste aus der Industrie, Branche und Politik. Zentralvorstand und Geschäftsleitung des SDV sowie hochrangige Experten des Bundesamts für Gesundheit (BAG) werden aktuelle Informationen vermitteln, über die Branchenzukunft sprechen und brisante Akzente setzen. Dieser Teil der Veranstaltung dauert etwa bis 17.15 Uhr. Beim anschliessenden Apéro haben Sie die Gelegenheit, sich mit der Drogeriebranche zu vernetzen und persönliche Gespräche zu führen.

Referenten und Themen

- **Einfach, praktisch – und gut für die Zukunft**
  Martin Bangerter und Isabella Mosca über die neue Struktur des Drogistenverbandes
- **Neue GHS-Kennzeichnung – Exklusiv aus erster Hand**
  Hochrangige BAG-Experten über die neue Chemikalien-Verordnung
- **Tönt gut – ist gut: Radio SDV und das Image der Drogerien**
  Heinrich Gasser über die ersten Takte Radio und Michael Matt von ValueQuest über das Image der Drogerien
- **Der Rosenkrieg und andere (Un-)Gesetzmässigkeiten**
  Elisabeth Huber zum Fall Apotheke Zur Rose und zur Revision des Heilmittelgesetzes
- **Mut allein genügt nicht**
  Martin Bangerter über die Wege der Branche in die Zukunft

Knirschende Gelenke, schmerzende und steife Finger – so kann sich die zunehmende Verschleisserscheinung des Gelenkknorpels (Arthrose) bemerkbar machen. Ab 40 Jahren leidet fast jeder an einer Abnutzung des Gelenkknorpels – oft ohne die Arthrose als solche zu erkennen.

Seit Mai 2012 steht neu Voltaren Dolo forte Emulgel bei akuten Arthrose- und Gelenkschmerzen rezeptfrei zur Verfügung. Voltaren Dolo forte Emulgel muss nur alle 12 Stunden angewendet werden und wirkt schmerzlindernd und entzündungshemmend. Somit können alltägliche Bewegungen wieder erträglicher werden.

Voltaren Dolo forte Emulgel unterstützt das Engagement der Rheumaliga Schweiz gegen Arthrose.

Mehr Informationen finden Sie unter
www.voltaren-dolo.ch

Novartis Consumer Health Schweiz AG

Lesen Sie die Packungsbeilage.

Voltaren Dolo® forte Emulgel®
WENIGER SCHMERZ, MEHR FREUDE AN BEWEGUNG

Tut seit 40 Jahren gut

Mit herzlicher Lockerheit haben Uli Burgerstein und seine Tochter Tanja mit ihren zahlreichen Gästen und ihren Mitarbeitenden auf das 40-jährige Bestehen und die Zukunft der Antistress AG angestossen.

Tanja Zimmermann - Burgerstein und Vater Uli Burgerstein. Foto: Heinrich Gasser

Als Uli Burgerstein zu seiner Rede ansetzt, verstummen die angeregten Gespräche der geladenen Gäste in der Fabrikationshalle der ehemaligen Ledergerberei in Rapperswil-Jona rasch: Alle hören zu, wie der markante Patron die 40-jährige Geschichte von Burgerstein kurz und knapp zusammenfasst. Wie er sich an seinen Vater Dr. Lothar Burgerstein erinnert, dessen erfolgreiches Wirken als Unternehmer und Jurist jäh unterbrochen wird, als er 71-jährig in Deutschland von einem Auto angefahren wird. Wie der lange Spitalaufenthalt seines Vaters diesen dazu zwingt, über den menschlichen Körper nachzudenken, und wie dieser zum Schluss kommt, dass die Ernährung für seine Genesung von entscheidender Bedeutung ist. Wie sein Vater einen engen Kontakt zu Nobelpreisträger Linus Pauling gepflegt hat, zum grossen Pauling, der den Begriff der orthomolekularen Medizin geprägt und damit den Weg zur Gesundheit neu definiert hat.

Hilfreiche Mikronährstoffe

Die Überlegungen von Lothar Burgerstein und seine Selbstversuche mit Mikronährstoffen sind ganz offensichtlich richtig: Er wird wieder gesund und gründet 1972, sechs Jahre nach seinem schweren Unfall, zusammen mit seinem Sohn Uli die Antistress AG, der jetzt, 40 Jahre später, sichtlich stolz vor den geladenen Gästen steht. Die Produktpalette wächst und wächst und die Firma ist heute längst nicht mehr nur in der Schweiz tätig.

Allem Wachstum und dem Erfolg zum Trotz: Die Werte und Überzeugungen der Firmengründer sind geblieben und werden gelebt. Wer Uli Burgerstein so reden hört, wer sich unter den am Jubiläumsapéro selbstverständlich auch anwesenden Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern umhört, spürt, dass das in der Firmenbroschüre abgedruckte Bekenntnis zu Tradition, Verankerung und Bezug zur Heimat nicht bloss leeres Gerede, sondern gelebte Wirklichkeit ist.

Heinrich Gasser

ebi-vital ag

Cystus 052 Infektblocker® – neues Aroma. Cystus 052 Infektblocker® stoppt Grippe- und Erkältungserreger. Die Lutschtablette wirkt im Mund-Rachen-Raum und dient der Vorbeugung sowie der begleitenden Behandlung von Viruserkrankungen und bakteriellen Infektionen der oberen Atemwege. Bakterien und Viren werden weitgehend gebunden und so am Eindringen in die Körperzellen gehindert. Neu auch erhältlich als Honig-Orange Halspastillen. Bitte lesen Sie die Packungsbeilage. *ebi-vital – 3038 Kirchlindach*

Goloy GmbH

Goloy 33 Eye Care Vitalize: Der ultimative Kick für makellose Augenpartien. Goloy 33 Eye Care Vitalize ist eine vitalisierende, natürliche, hoch wirksame Augen-, Mund- und Problemzonen-Crème. Die dermatologisch getestete Crème minimiert Falten, Rötungen, Augenringe und Augenschatten. Goloy 33 Eye Care Vitalize zaubert mit natürlichen Essenzen und Mineralstoffen eine einzigartige Wirkung.

Alpinamed AG

Neu: Hirsana® Derma Goldhirse-Öl-Kapseln mit Granatapfel-Extrakt machen das Beste aus Ihrer Haut! Es ist wissenschaftlich bestätigt, dass Goldhirse-Öl einen Beitrag für den Aufbau der Haut leistet. Neu gibt es von Hirsana® die Hautkapsel zum Einnehmen. Die mit Goldhirseöl, Beta-Carotin, Vitamin C und Granatapfelextrakt angereicherte Kapsel gibt gestressster Haut wieder Vitalität und Wohlbefinden zurück. Goldhirseöl für eine schöne Haut! *www.hirsana.ch*

Alcina AG

Gegen Scheidentrockenheit: Hormonfreie Creme, die Feuchtigkeit und pflegende Lipide zuführt. Mit cremetypischen Eigenschaften lindert Vagisan® FeuchtCreme die Beschwerden durch Trockenheit in der Scheide und im äusseren Intimbereich (Trockenheitsgefühl, Brennen, Juckreiz, Schmerzen beim Intimverkehr).

Spagyros AG

Spagymun®-Tropfen: Sie stärken das Immunsystem nachhaltig und fördern die Abwehr bei Neigung zu Erkältungskrankheiten, leichten Allgemeininfekten oder bei schleppend verlaufenden Infektionskrankheiten. Die überzeugende Wirkung verdankt Spagymun® des Schweizer Herstellers Spagyros der Kombination von Essenzen aus Echinacea purpurea, Echinacea angustifolia und Eupatorium perfoliatum.

Antistress AG

Burgerstein C-Berry sind fruchtige Vitamin-C Kautabletten mit natürlichem Beerenaroma und mit einem hochwertigen Konzentrat aus Acerola-Kirschen. Pro $^1/_2$ Kautablette sind 240 mg Vitamin C enthalten. Dank der einfach zu teilenden Kautablette kann Burgerstein C-Berry für die ganze Familie angewendet werden und eignet sich ideal für unterwegs.

SCHWABE Pharma AG

Umckaloabo® gibt es jetzt auch als Tabletten! Die kleinen, geschmacksneutralen Filmtabletten enthalten den Original-Umckaloabo®-Spezialextrakt EPs® 7630 und werden bei Erwachsenen und Jugendlichen ab 12 Jahren eingesetzt. Die Tabletten sind ideal geeignet für unterwegs und werden 3 x täglich mit etwas Flüssigkeit eingenommen. Umckaloabo® Filmtabletten sind mit 30 und 60 Stück ab sofort erhältlich.

Reckitt Benckiser (Switzerland) AG

Strepsils Lutschtabletten: Eine Hilfe bei Halsschmerzen in 3 beliebten Geschmacksrichtungen. Strepsils ist ein Halsschmerzmittel mit antibakterieller und antiseptischer Wirkung in Verbindung mit den Vorteilen einer Lutschtablette. Strepsils ist erhältlich in den Varianten Honig & Zitrone, Erdbeer Zuckerfrei sowie Orange mit Vitamin C.

Dem Trend auf der Spur

Wer die Ornaris besucht, reist in die Zukunft – denn hier wird entschieden, was es nächstes Jahr zu kaufen gibt: d-inside hat die Fachmesse besucht, die Aussteller interviewt und die Trends ausfindig gemacht.

zvg

Am liebsten würde man sie alle gleichzeitig in den Mund stecken, so lecker sehen sie aus: Pralinen, Früchtetörtchen und Muffins in allen Formen und Farben. Doch die auf Silbertabletts präsentierten Häppchen sind nicht zum Verzehr gedacht. Man gibt sie ins Badewasser, wo sie sich auflösen, schäumen und herrlich duften. Auch die Herren der Schöpfung müssen aufpassen: Denn in einer Bierflasche befindet sich nicht Bier, sondern Shampoo. Ein anderer Aussteller präsentiert Schlüsselanhänger, die nach frischen Blumen duften.

Trends für Weihnachten

Ein älterer Mann mit Mikrofon zieht die Aufmerksamkeit auf sich. Es ist der 73-jährige Johann Wanner, der in seinem Laden am Spalenberg (Stadt Basel) das ganze Jahr über Weihnachten feiert. Wie ein Modeschöpfer kleidet er sie ein – nicht Frauen, sondern Tannenbäume. Seine Kunden lockt er mit allerlei, von wunderbar kitschigem Biedermeier- bis zu echt versilbertem Glasschmuck. Silber ist übrigens der diesjährige Weihnachtstrend: Denn was den Leuten gefällt, erkennt Wanner an der Anzahl Nasenabdrücke am Schaufenster. Warm ums Herz wirds aber nicht nur beim Anblick seines schön geschmückten Weihnachtsbaums, sondern auch beim Anprobieren von Filzschuhen, mit denen unsere österreichischen Nachbarn die Winterzeit willkommen heissen. Sie bestehen aus feinster Merinowolle und hochwertiger Wolle von Tiroler Schafen.

«Schäbiger Schick»

Marktplatz der Ästhetik, Tummelplatz für Kinderträume, Forum für Design, Zentrum für ausgeklügelte Funktionalität und Spielweise für Geschenke aller Art: Das Sortiment der Ornaris lässt nichts zu wünschen übrig. Aber auch wer nichts kaufen will, sollte die nächste Messe im Januar nicht verpassen. Denn langweilig wirds kaum: Viele Produkte sind nicht nur schön anzusehen, sondern duften auch gut, machen Musik oder fühlen sich auf der Haut geschmeidig an. Wer für seine Drogerie nach Ideen sucht, wird an der Ornaris mit Kreativität überschüttet. Auffällig an der letzten Ausstellung in Bern war der Hang zum «Shabby Chic», der sich wie ein rotes Band durch die gesamte Messe zog und warme, familiäre Atmosphäre verbreitete. Wörtlich übersetzt bedeutet Shabby Chic zwar «schäbiger Schick», in Wahrheit ist dieser Stil aber alles andere als schäbig, sondern eine gekonnte Mischung aus elegantem Design, Flohmarkt-Schnäppchen und Selbstgemachtem. Für frischen Wind sorgten die Produkte der 55 neuen Aussteller. Unter ihnen gab es viele mit einem Flair für kunsthandwerkliche Dinge. Ein absoluter Hingucker war die Postkarte aus Holz. Ob die Innovationen wohl auf dem schwierigen Markt bestehen können? Iris Schroff, eine junge Designerin, die seit neun Jahren Wohn- und Gartendekorationen ausstellt, weiss, worauf es ankommt: «Die Leute suchen spezielle Ware. Deshalb muss man sich ständig neu erfinden und von der Konkurrenz abheben.» Wer also das Aussergewöhnliche sucht, ist an der Ornaris am richtigen Ort. *Vanessa Naef*

Die nächste Gelegenheit nutzen

«Sieben magere Jahre kommen auf uns zu», scherzte **Peter Krähenbühl**, Organisator der Fachmesse Ornaris, letztes Jahr. Doch trotz Wirtschaftskrise liessen sich die rund 500 Aussteller in elf Sektoren nicht entmutigen und zeigten sich an der 39. Ornaris vom 12. bis 15. August 2012 wieder von ihrer besten Seite: In den Hallen der Bernexpo präsentierten sie ihre Neuheiten im Konsumgüterbereich. Welche Artikel aus Wohn-, Beauty-, Floristik-, Papeterie-, Spiele-, Schmuck-, Geschenk- und Haushaltsbereich nächstes Jahr in den Warenhäusern landen, wird nicht zuletzt hier entschieden. Die Ornaris inspiriert und bietet Artikel für jeden Geschmack und jedes Budget. **Die nächste Messe findet vom 20. bis 21. Januar 2013 in Zürich statt**. *www.ornaris.ch*

WARIS AG ist Marktführer im Bereich von Informatiklösungen für **die Drogerien** in der deutschen Schweiz. Als Tochtergesellschaft der Ofac Gruppe arbeiten wir zudem eng mit Pharmatic AG zusammen und haben so auch Kontakt zu den Informatik-Teams für die Apotheken- und Detailhandelslösungen.

Von unserem Standort in Geroldswil aus, betreuen und bedienen wir unsere Kunden mit der WARIS Software, mit Hardwareinstallationen, Service und Support.

Zur Verstärkung unserer Abteilung Operations in **Geroldswil,** suchen wir eine/n:

Drogistin/Drogisten im Applikationssupport 100%

Ihre Aufgaben
_ Dank Ihrer Branchenerfahrung beraten und unterstützen Sie unsere Drogerie-Kunden am Telefon und per Fernwartung rund um die WARIS Applikationen
_ Sie helfen mit bei Inbetriebnahmen neuer Lösungen
_ Sie schulen und begleiten künftige AnwenderInnen in unserem Schulungsraum oder online
_ Sie testen neue Funktionen und Programmkorrekturen und passen bei Bedarf die Dokumentationen an
_ Sie arbeiten eng zusammen mit dem ganzen Supportteam
_ Pikettdienst gehört auch zu Ihren Tätigkeiten

Ihr Profil
_ Sie verfügen über eine abgeschlossene Lehre als Drogistin/Drogist oder bringen vergleichbare Erfahrungen mit. Zudem haben Sie möglichst ein paar Jahre Berufserfahrung
_ Sie haben gute Kenntnisse und/oder Flair für Informatik
_ Sie schätzen intensiven Kundenkontakt sehr, sind hilfsbereit und Ihre Muttersprache ist Deutsch
_ Praktische Kenntnisse der Applikationen «WARIS» wären ein grosser Vorteil
_ Sie zögern nicht, Initiative zu ergreifen und schätzen sowohl selbständiges exaktes Arbeiten wie auch das Arbeiten im und mit anderen Teams

Wir bieten Ihnen
_ Die Gelegenheit, Ihre Kenntnisse in einem für Sie neuen Gebiet einzusetzen
_ Eine abwechslungsreiche und interessante Stelle mit breitem Aufgabenspektrum
_ in einem vielfältigen und lebhaften Geschäftsumfeld
_ Attraktive Anstellungsbedingungen

Eintritt: per 1. November 2012 oder nach Vereinbarung.

Interessiert? Dann senden Sie Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen an:

WARIS AG
Frau Barbara Cavazzutti
Huebwiesenstrasse 21
8954 Geroldswil
Telefon 044 747 86 00
hr@waris.ch

Flash

Der Insertionsschluss für die nächste Ausgabe ist am 2. Oktober 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 bewirbt sich:

Sektion: SO

Drogerie im Bahnhof AG, Solothurn ID 305764

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

Wir suchen per 1. Oktober 2012 oder nach Vereinbarung eine motivierte und engagierte

Drogistin
80 - 100%

IMPULS DROGERIE

SIE
- sind eine Powerfrau mit Erfahrung und Wissen
- haben ein Flair für Kosmetik
- kennen die Kosmetikdepots wie Estée Lauder, Clinique, Kanebo, Clarins, Lancôme, Eucerin usw.
- sind kompetent in der Beratung und im Verkauf
- haben Interesse an Naturheilmittel
- sind flexibel betreffend Arbeitszeiten
- haben Propharma-Kenntnisse

WIR BIETEN
- eine moderne Drogerie in einem Einkaufscenter
- fortschrittliche Anstellungsbedingungen
- Freiraum für Planung und Umsetzung
- attraktive Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten

Sind Sie interessiert und fühlen sich angesprochen? Dann freuen wir uns, Sie kennen zu lernen. Ihre schriftliche Bewerbung mit den üblichen Unterlagen richten Sie bitte an:

IMPULS DROGERIE MOSER
Christoph Moser, Bahnhofstrasse 7, 5610 Wohlen
Tel. 056 622 14 91, moser@impulsdrogerie.ch

Für unsere moderne DROPA Drogerie Apotheke
in Uetendorf BE suchen wir per 1.1.2013 oder
nach Vereinbarung eine/n

DrogistIn HF (80-100%)
als BetriebsleiterIn Drogerie

dropa GANZ SCHÖN GESUND! DROGERIE APOTHEKE

IHRE HAUPTAUFGABEN
- Leitung des Drogerie-Bereichs mit breitem Sortiment inkl. Depotkosmetik, Naturheilmittel und Hausspezialitäten
- Mitarbeiterführung und Ausbildung der Lernenden in Zusammenarbeit mit dem Betriebsleiter Apotheke
- Erfolgreiche Kundenbetreuung und Beratung im Drogerie- und Apothekenbereich
- Optimaler Einkauf und Warenbewirtschaftung
- Organisation und Koordination von Betriebsabläufen

IHR PROFIL
- Hohe Sozial- und Fachkompetenz
- Freude am persönlichen Kundenkontakt
- Engagiert und kommunikativ
- Arbeitserfahrung in einer Apotheke von Vorteil

UNSER ANGEBOT
- Eine spannende und herausfordernde Stelle
- Arbeit in einer modernen Drogerie Apotheke
- Laufende Fortbildungsmöglichkeiten
- Fortschrittliche Anstellungsbedingungen

Gerne gibt Ihnen Herr N. Penteker, Betriebsleiter Apotheke, weitere Auskünfte zu dieser attraktiven Position. Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.

Ihre Bewerbungsunterlagen senden Sie bitte an:

DR. BÄHLER DROPA AG
Frau Helene Rüedlinger
Dorfplatz 2, 3110 Münsingen

Telefon 031 724 03 07
helene.rueedlinger@baehlerdropa.ch

Wir suchen für die neue Apotheke Simplon Arena in Brig per Frühjahr 2013 oder nach Vereinbarung ein/e

dipl. Drogist/in 100%
als Mitglied der Geschäftsleitung

Ihr Aufgabengebiet – Es erwartet Sie eine interessante, vielseitige Tätigkeit, in der Sie nicht nur Ihr Fachwissen, sondern auch Ihre Fähigkeiten bezüglich Organisation und Personalführung unter Beweis stellen können.

Sie – verfügen über eine Ausbildung zur Drogistin/ zum Drogisten mit HF-Abschluss oder über mehrjährige Berufserfahrung in der Geschäftsleitung. Zu Ihren Stärken zählen Verantwortungsbewusstsein sowie selbstständiges und zielstrebiges Arbeiten. Sie bringen ein hohes Qualitätsbewusstsein und Fachwissen mit. Der offene und unkomplizierte Umgang mit Menschen liegt Ihnen im Blut und Sie sind es gewohnt Ihre Arbeit und Ihr Umfeld zu organisieren.

Unser Angebot – Eine spannende und herausfordernde Stelle mit viel Gestaltungsfreiraum in einer modernen Apotheke, Drogerie, Parfümerie, Reformhaus.

Wir freuen uns auf Ihren Anruf oder Ihre schriftliche Bewerbung. Gerne gibt Herr Dr. pharm. René Julen weitere Auskünfte.

Rhodania Apotheke, Dr. pharm. René Julen
Gliserallee 8, 3902 Brig-Glis
Tel. 027 924 55 77, julenrene@rhone.ch

Winconcept
Healthy Marketing Solutions

Winconcept umfasst ein Netz von 150 Partnerapotheken in der ganzen Schweiz und ist Teil der Retailorganisation der Galenica Gruppe (Galenicare). move and win begleitet Auftraggeber und Kandidaten respektvoll und nachhaltig. Wir suchen einen dynamischen Pharmaprofi (Dame oder Herrn) als

Leiter Winconcept

Sie sind sehr kundenorientiert und lieben komplexe Aufgaben

move and win
Executive Search, Management Consulting

Ihre Aufgabe
In dieser **Top-Position** des Pharma-Marktes dirigieren Sie ein gut eingespieltes Team. Zusammen halten Sie die Zufriedenheit der Mitglieder hoch und begeistern neue mit innovativen Dienstleistungen und attraktiven Jahresprogrammen. Dabei halten Sie engen Kontakt mit Ihren Kunden und Partnern.

Ihr Profil
Als Apotheker oder Drogist je mit Zusatzausbildung (Marketing/Verkauf) kennen Sie den Pharmamarkt und die Bedürfnisse einer Apotheke. Sie sind kommunikativ mit starkem unternehmerischem Denken. Sie sprechen Deutsch und Französisch.

Ihre Kontaktnahme
mit uns bringt Sie weiter: Dr. pharm. Hans Ruppanner. Tel. 061 260 77 01 oder hans.ruppanner@moveandwin.ch Web: www.moveandwin.ch bzw. www.winconcept.ch

durch Gesund ganzheitliche Pharmazie
ryser apotheke · kosmetik

Wir suchen per sofort oder nach Vereinbarung eine
engagierte Drogistin 80–100 %
zur Ergänzung unseres Teams in Burgdorf
Liegen Ihre Stärken in der Kundenberatung, haben Sie Freude an alternativen Heilmethoden wie auch an Kosmetik, freuen Sie sich über Kulinarisches aus der kleinen Reform-Abteilung, arbeiten Sie gerne selbständig in einem offenen, konstruktiven Arbeitsumfeld und sind gewillt sich weiterzubilden, dann zögern Sie nicht, greifen Sie bitte zu Papier und Feder um uns Ihre vollständige Bewerbung zukommen zu lassen.

Apotheke Ryser, Peter Ryser,
Lyssachstrasse 17, CH-3400 Burgdorf
Telefon 034 422 20 13 oder
peter.ryser@apotheke-ryser.ch

Fachberatung Komplementärmedizin

Drogerien / Diverses

Cherche

Balances de laboratoire de précision
occasion

Téléphone 076 295 33 91

Das findet man selten …

zu verkaufen

In der Zentralschweiz/Mittelland

2 Apotheken mit Drogerie Parfümerie

Alle Betriebe zentral gelegen, gute Standorte (Stadt und Agglomeration). Umsatzvolumen ca. 3.5 Millionen.

Tiefe Mietzinse an allen Standorten. Gutes Umfeld. Absolut hochwertige Warenlager. Sämtliche Apotheken und Drogerien mit grossem Entwicklungspotential.

Solvente Interessenten melden sich unter Chiffre V 007– 867303, an Publicitas S.A., Postfach 0048, 1752 Villars-sur-Glâne 1

Endlich
ist die
Drogerie in Ebnat-Kappel
zu verkaufen!

Nach einem Dritteljahrhundert «Joy of Job» denken wir daran, unseren top aktuellen Betrieb weiter zu geben.
Wer hat Lust, unsere lebhafte Landdrogerie zu übernehmen? Jetzt inkognito besichtigen oder mit Urs Brunnschweiler Kontakt aufnehmen.

Telefon 071 993 19 21
u.brunnschweiler@swidro.ch

Zur Verstärkung unseres Teams suchen wir

Drogistinnen/Drogisten Stv oder HF

Begeistern Sie sich für Naturheilkunde?
Haben Sie Interesse an Naturheilmitteln, Spagyrik, Aura Soma
und Blütenessenzen aus aller Welt?

Wir bieten Ihnen eine anspruchsvolle und abwechslungsreiche Tätigkeit von der Fachberatuna bis zum Grosshandel.

Chrüter-Drogerie Egger – Jörg Egger
Unterstadt 28 - 8201 Schaffhausen
Tel 052 624 50 30
egger@swissworld.com – www.chrueter-drogerie.ch

Lust auf…

…Veränderung? …neue Herausforderung? …lässiges Team? …liebe Stammkundschaft? …innovative Gruppierung? …Arbeiten in Stadtnähe (5 Min. von St.Gallen)?

Dann sind Sie bei uns genau richtig. Wir suchen auf Anfang November eine/n

Dipl. Drogist/in HF 80-100 %
als Geschäftsführer/in

Sind Sie aufgestellt, innovativ und lieben den Umgang mit der Kundschaft, dann bewerben Sie sich bei:

Oedenhof Drogerie, Katrin Keiser, Romanshornerstrasse 30, 9300 Wittenbach, 071 298 40 04, oedenhof@swidro.ch

---

IROMEDICA AG
K2r PRODUKTE AG
Haggenstrasse 45
CH-9014 St. Gallen / Schweiz

Wichtige Mitteilung

Iromedica AG, 9014 St. Gallen, Tel. +41 (0)71 274 18 00

Chargen-Rückruf
Nasivin 0,01 %, 0,025 %, 0,05% Nasentropfen
Nasivin 0,05 %, Dosierspray

St. Gallen, 03.August 2012

Präparat: Nasivin 0,01 %, 0,025 %, 0,05% Nasentropfen
Nasivin 0,05 %, Dosierspray

Zulassungsnummer: 36‘352 (Nasentropfen)
45‘138 (Dosierspray)

Wirkstoff: oxymetazolini hydrochloridum

Zulassungsinhaberin: Iromedica AG

Rückzug der Chargen: alle Chargen

Die Firma Iromedica AG zieht alle Chargen von Nasivin 0,01%, 0,025%, 0,0% Nasentropfen und Nasivin 0,05%, Dosierspray bis auf Stufe Detailhandel vom Markt zurück, weil in einer zweiten Charge von Nasivin (siehe Rückruf vom 6. Juni 2012) ein zu hoher Gehalt an aeroben, mesophilen Keimen festgestellt wurde. Als Keim wurde wiederum eine Archromobacter Species identifiziert.

Weitere Informationen entnehmen Sie bitte der Swissmedic Homepage: **http://www.swissmedic.ch/marktueberwachung.**

Panadol -S

ZAHNSCHMERZEN?
RÜCKENSCHMERZEN?
MENSTRUATIONSSCHMERZEN?
GELENKSCHMERZEN?

Lassen Sie sich in Ihrer Apotheke
oder Drogerie beraten!

Zur kurzfristigen Behandlung von Schmerzen und Fieber (z.B. Kopf-, Zahn-, Rücken-, Gelenk- oder Menstruationsschmerzen).

Bitte lesen Sie die Packungsbeilage.

gsk GlaxoSmithKline
Consumer Healthcare AG