d-inside

Fach- und Brancheninformationen des Schweizerischen Drogistenverbands

Dezember 2013/Januar 2014

Ressourcen schonen in der Drogerie

In Kürze

4 Aktuelles aus der Branche

Fokus

10 Nachhaltigkeit im Betrieb

Branche

6 Delegiertenversammlung 2013

9 85 Jahre Aargauischer Drogistenverband

15 Galderma Spirig feiert Schweizer Markteintritt

20 DrogerieForum: Entwicklungen und Trends in der Kosmetik

22 Lobbying-Unterricht im Bundeshaus

27 Branchentermine

Interview

16 Marc Wannhoff: General Manager Galderma Spirig Switzerland

Rubriken

25 Arbeit und Recht: Serie Burnout, Teil 4

27 Branchenkalender

29 Stellenmarkt

31 Rundheraus

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:* Lukas Fuhrer (ful); *Anzeigenverkauf:* Josef Nietlispach (jn), *inserate@drogistenverband.ch*; *Fachliche Beratung:* Julia Burgener (Wissenschaftliche Fachstelle), Andrea Ullius (Drogist HF); *Layout:* Odette Montandon; *Druck:* Neidhart + Schön AG, Zürich printed in switzerland
Titelbild: Corinne Futterlieb

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. Auflage: 6023 Ex. (notariell beglaubigt)

ANGESTELLTE DROGISTEN SUISSE d-inside ist das Medium der «Angestellte Drogisten Suisse»

Geschäftsstelle und Rechtsberatung: Regula Steinemann, Gerbergasse 26, Postfach 644, 4001 Basel, Tel. 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

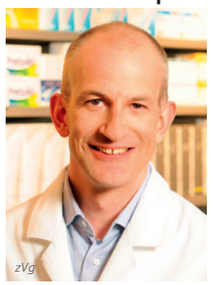
Geht Ihnen ein Lichtlein auf?
Weihnachtszeit! Alles glitzert und blinkt, Schaufenster und ganze Fussgängerzonen erstrahlen in festlicher Beleuchtung. Eine schöne Glitzerstimmung mag man jedem Geschäft wünschen, aber lauert in dem ganzen Lichterzauber nicht auch die Gefahr des Überschwangs? Für die Drogerien, die in der Öffentlichkeit als ökologisch verantwortungsbewusste Betriebe wahrgenommen werden, lohnen sich ein paar Gedanken zur Beleuchtung besonders. Die richtigen Leuchtmittel und ihr gezielter Einsatz lassen das Geschäft in einem nachhaltigen Licht erscheinen und sparen Energie und Kosten. Aber auch beim Überprüfen von Elektrogeräten, Heizung oder Lüftung kann einem ein Lichtlein aufgehen. Lesen Sie dazu unseren Fokus ab Seite 10.
Die Drogeriebranche ist geschäftig in den Winter gestartet: Am DrogerieForum loteten Experten das Potenzial von Kosmetik und Depotkosmetik in der Drogerie aus. Unter dem Namen Galderma Spirig betrat ein neuer Global Player in der Dermatologie die Bühne, der zu 100 Prozent auf den Fachhandel setzt. Und der Geschäftsführer-Nachwuchs der ESD traf sich mit Bundesrat Alain Berset zum Gedankenaustausch.
Die bevorstehenden Festtage mögen dazu dienen, sich auch mal am Geleisteten zu erfreuen. Mit meinen Wünschen zu den Feiertagen schliesse ich mich einer jungen Drogistin an, die an der Delegiertenversammlung das Wort ergriffen hat: Ihren Kolleginnen und Kollegen wünschte sie, allzeit mit Freude und Begeisterung bei ihrem Beruf zu sein.

Lukas Fuhrer
l.fuhrer@drogistenverband.ch

Der SDV publiziert zum siebten Mal die Broschüre «Die Drogerie»: Eine ergiebige Informationsquelle für alle, die sich näher mit der Drogerie beschäftigen.

Die neue SDV-Broschüre «Die Drogerie» verschafft einen umfassenden und doch leicht verständlichen Überblick über den Selbstmedikations- und den Schönheitsmarkt der Schweiz. Die Publikation wartet auch mit Ergebnissen einer repräsentativen Imagebefragung auf. Als Verkaufsort von Gesundheits- und Schönheitsprodukten ist die Drogerie demnach in der Bevölkerung bekannt und besonders für ältere Menschen attraktiv. Jede dritte befragte Person gab an, Gesundheitsprodukte «oft» oder «sehr oft» in der Drogerie zu kaufen. «Die Drogerie» legt aber auch die Organisation und die Ziele des Schweizerischen Drogistenverbandes dar und gibt Auskunft über die Entwicklung der Branche. Verbandsmitglieder erhalten die Infobroschüre im Dezember zugestellt. *red*

Fabian Vaucher präsidiert Apothekerverband



Der Schweizerische Apothekerverband hat ab 2015 einen neuen Präsidenten. Die Delegiertenversammlung vom 12. und 13. November hat den Aargauer Apotheker **Fabian Vaucher** ins höchste Amt gewählt. Vaucher tritt per 1. Januar 2015 die Nachfolge von Dominique Jordan an. **Martin Bangerter,** Zentralpräsident des SDV, gratuliert Vaucher zur Wahl: «Vorerst freuen wir uns aber auf einen weiterhin guten Austausch und gute Zusammenarbeit mit dem amtierenden Präsidenten **Dominique Jordan.**» *red*

Mundhygiene zur Krebsprävention

Humane Papillom-Viren (HPV) im Mund sollen für bis zu 80 Prozent der Krebserkrankungen im Mund- und Rachenraum verantwortlich sein. Vermutlich dienen kleine Verletzungen, etwa durch andauernde Zahnfleischentzündungen, den Viren als Eintrittspforte ins Gewebe, berichtet die «Apotheken Umschau» unter Berufung auf US-Krebsforscher. Gute Mundhygiene könne deshalb das Risiko für Mund- und Rachenkrebs senken. *pte*

Tipps zu Online- und mobilen Medien

Alltag nachhaltig gestalten

Bewusst leben und nachhaltig handeln: Zur Unterstützung gibt es im digitalen Zeitalter auch hierfür mehr als eine App. Mit der WWF-Ratgeber-App lässt sich der eigene ökologische Fussabdruck berechnen, sie liefert praktische Umwelttipps und bietet einen Geräte-Effizienzcheck. Auch zur Wahl der richtigen Leuchtmittel hält die App Tipps bereit. Für iPhones und Android Phones. *red*

Herz und Keislauf verstehen

Die Schweizerische Herzstiftung hat mit *www.swissheart-coach.ch* ein Schulungs- und Coachingprogramm rund um Herz- und Gefässkrankheiten geschaffen. Das Programm soll Patienten unterstützen, aber auch für Fachpersonen eine Hilfe bei der Begleitung von Betroffenen sein. *red*

Vorbeugen lohnt sich: Tragen Sie auf der Piste Helm, Brille, Handschuhe und Rückenschutz und wärmen Sie sich vor dem Losfahren gut auf. So verhindern Sie schlimme und teure Unfälle. Ganz einfach, oder?

Für alle, die nicht auf den Kopf gefallen sind.

Branchen Versicherung Schweiz
Irisstrasse 9, CH-8032 Zürich
Telefon 044 267 61 61
www.branchenversicherung.ch

Branchen Versicherung
Assurance des métiers
Assicurazione dei mestieri

Einfach sicher.

30 Jahre Alpinamed

Die Alpinamed AG feiert dieses Jahr den 30. Geburtstag. An einer Jubiläumsfeier mit Gästen aus Handel, Industrie und Wissenschaft sowie mit Vertretern von Behörden und Ämtern betonte Regierungsrat **Dr. Kaspar Schläpfer** die Bedeutung von mittelständischen, innovativen Unternehmen für den Wirtschaftsstandort Thurgau. Im Zusammenhang mit dem Jubiläum konnten auch die neuen, erweiterten Produktions- und Lagerräume in Romanshorn erstmals einem interessierten Publikum gezeigt werden, insbesondere der neue Trockenproduktebereich sowie das erweiterte Tanklager mit erhöhter Kapazität von 350 000 Liter. *zvg/red*

Gelungene Herbarien

Die Lehrpersonen der Fachschaft Drogisten der Allgemeinen Berufsschule Zürich (ABZ) haben im September die restlichen von über 70 sorgfältig erarbeiteten, vielfältig gestalteten Herbarien des Jahrgangs 2011/2012 begutachtet. Dank der grosszügigen Sponsoren Dixa AG, Hänseler AG, Schwabe Pharma AG und Alpinamed AG konnten 14 Lernende ein kleines Präsent entgegennehmen. Die Lehrerschaft spricht den Preisträgerinnen und Preisträgern herzliche Gratulationen aus. *zvg/red*

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

Medikamententests in Indien gestoppt

Die indische Regierung hat zwischen 2005 und 2012 bei genehmigten klinischen Studien für neue Medikamente 89 Todesfälle von Studienteilnehmern registriert. Darauf stoppte der oberste Gerichtshof 162 laufende klinische Studien von ausländischen Pharmaunternehmen. *pte*

Neue Drogeriemitglieder

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

Sektion: AG/BS/BL

Simon Eberhart, Park Drogerie, Lindenstrasse 3, 4310 Rheinfelden

Sektion: SG/TG/AR/AI

Lukas Hilfiker, Manor Sanovit, Neue Jonastr. 20, 8640 Rapperswil SG

Sektion: SR

Christian Croset, Droguerie de Villeneuve Rue du Collège 2, 1844 Villeneuve VD

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

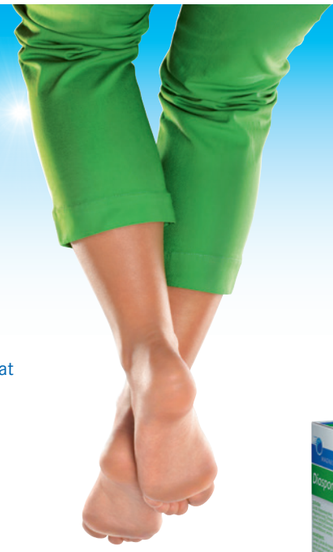
Körperfreundliches
EXPRESS Magnesium

Unterstützt die Muskelfunktion

Das neue Direktgranulat mit Magnesiumcitrat wie es als Baustein im Körper vorkommt.

- Schnell. Stark. Direkt.
- Ohne Zucker und ohne künstliche Süssstoffe
- Nur 1× täglich

Erhältlich in Apotheken und Drogerien.



Löst sich im Mund ganz ohne Wasser auf.

DG
DOETSCH GRETHER AG · BASEL

www.diasporal.ch

Als Brausetabletten und
neu auch als Trinkgranulat erhältlich.

Bangerter geht in zweite Runde

Die Delegiertenversammlung bestätigt Martin Bangerter im Amt des Zentralpräsidenten. Sowohl die Rechnung als auch das Budget für das kommende Jahr nehmen die Delegierten an. Zu reden geben die Anträge zur finanziellen Situation des SDV und zur Internetplattform vitagate.ch.

Am Freitag, 15. November, fanden sich die SDV-Delegierten im Landhaus Solothurn zur jährlichen Delegiertenversammlung ein. Der Zentralvorstand beantragte der Versammlung, die Traktanden in leicht abgeänderter Reihenfolge zu behandeln als kommuniziert. Grund dafür waren zwei Anträge der Sektion Zentralschweiz, mit denen sich der Zentralvorstand vertieft auseinandergesetzt hatte. Um Doppelspurigkeiten zu vermeiden, wurden die beiden Anträge nach den Informationen aus den Bereichen behandelt. Im statutarischen Teil verabschiedeten die 29 Delegierten das Protokoll der letztjährigen Delegiertenversammlung sowie Jahresbericht und Rechnung 2012 des SDV.

Rechnung und Bilanz

Der SDV schliesst das Geschäftsjahr 2012 mit einem Verlust von 74 080 Franken ab. **Jürg Rolli**, Verantwortlicher Ressourcen und Services im Zentralvorstand des SDV, erörterte die nach wie vor schwierige Situation auf dem Anzeigenmarkt, die sich negativ auf das Mediengeschäft des SDV auswirke. So habe der Schweizerische Gewerbeverband errechnet, dass der Schweizer Medienmarkt in den vergangenen fünf Jahren um ein Volumen von rund 540 Millionen Franken geschrumpft sei. «Diese Entwicklung prägt auch unsere Erfolgsrechnung», meinte Jürg Rolli. Dennoch hat der SDV im Geschäftsjahr 2012 keine Rückstellungen in Anspruch genommen. In der Bilanz führt der Verband Aktiven von rund 4,8 Millionen Franken, davon sind 51 Prozent Eigenmittel, was Finanzchef Rolli als solide Basis bezeichnete. Auf Empfehlung des Präsidenten der Geschäftsprüfungskommission, **Heinz Rothenberger**, genehmigten die Delegierten die Rechnung 2012.

Neu- und Wiederwahlen

Nach seiner ersten Legislatur stand am 15. November SDV-Zentralpräsident **Martin Bangerter** zur Wiederwahl. In einem kurzen Rückblick zerstreute SDV-Vizepräsident **Bernhard Kunz** Bedenken zu Bangerters Doppelmandat als Zentralpräsident und Geschäftsführer, die es bei seiner Wahl vor vier Jahren gegeben hatte: «Befürchtungen zu Klumpenrisiko oder mangelnder Gewaltentrennung sind nicht eingetroffen. Vielmehr profitieren der Vorstand und der gesamte Verband von der guten Vernetzung, die Martin Bangerter in 14 Jahren als Geschäftsführer aufgebaut hat.» Unter Applaus folgten die Delegierten der Empfehlung des Vorstands und wählten Martin Bangerter einstimmig für eine weitere Amtszeit als Präsidenten. Martin Bangerter bedankte sich für das Vertrauen und versicherte, sein grösstes Anliegen werde auch in den kommenden Jahren sein, die Drogerien erfolgreich im Gesundheits- und Schönheitsmarkt zu positionieren.

Die Delegierten bestätigten ausserdem **Severin Frei** für eine weitere Amtszeit in der Prüfungskommission der ESD. In die Geschäftsprüfungskommission wählten sie **Beat Renfer**, seit acht Jahren Delegierter des Kantonal-Bernischen Drogistenverbandes. Renfer ersetzt **Philipp Dietschi**, der nach seiner ersten Legislatur aus der Kommission zurücktritt und in Basel als Chefprüfungsexperte amtet. Für eine zweite Legislatur in der Geschäftsprüfungskommission wurde **Urs Nussbaumer** wiedergewählt. Zudem bestätigten die Delegierten die Revisionsstelle «DieWirtschaftsprüfer.ch AG», vertreten durch den verantwortlichen Revisor **Beat Schönmann**.

Ehrenmitglieder ernannt

Die Delegiertenversammlung ernannte **Maja Fabich-Stutz** und **Erich Müller** zu SDV-Ehrenmitgliedern. Maja Fabich-Stutz ist Inhaberin der Drogerie Stutz in Sarmenstorf und präsidiert den Aargauischen Drogistenverband. ›

1 Die Delegierten sprachen dem Zentralpräsidenten Martin Bangerter das Vertrauen aus und wählten ihn für weitere vier Jahre.

2 Erich Müller bedankte sich bei den Delegierten für die Ernennung zum SDV-Ehrenmitglied. Für die Zukunft ermutigte er insbesondere die jungen Drogistinnen und Drogisten: «An der Spitze hat es immer Platz.»

3 Sie liebe ihren Beruf, und dies nun schon seit 35 Jahren, sagte SDV-Ehrenmitglied Maja Fabich-Stutz zum Dank für die Auszeichnung. «Deshalb ist es für mich selbstverständlich, mich für den Berufsstand einzusetzen.»

4 Die Stimmenzählerinnen waren nicht übermässig gefordert: Die meisten Geschäfte verabschiedete die Versammlung mit deutlichem Mehr.

5+6 Im Anschluss an die Delegiertenversammlung gab es in diesem Jahr kein Nachmittagsprogramm. So nutzten die Delegierten den reichhaltigen Stehlunch zum Gedankenaustausch.

7 Die Anträge zur Finanzstrategie des SDV und zum Internetportal vitagate.ch wurden intensiv verhandelt.

1 2 3 4 5 6 7

Fotos: Corinne Futterlieb

Corinne Futterlieb

Martin Bangerter führte durch die Argumentation zu den beiden Anträgen. Die Delegierten folgten schliesslich der Empfehlung des Vorstands und lehnten beide Anträge ab.

«Eine Frau mit Herz und Kopf, die sich mit Volldampf für die Drogerien einsetzt», nannte sie Bangerter, eine «Netzwerkerin und Unternehmerin aus Überzeugung.» Erich Müller, Inhaber der Drogerie Brunaupark AG und der Naturathek Sihlcity in Zürich, würdigte Bangerter als Vorkämpfer der Heilmittelpolitik. Müller war von 1993 bis 2003 im Zentralvorstand des SDV, den er zuletzt auch präsidierte, und ist Gründungsmitglied der Dromenta-Gruppe.

Änderung im ESD-Schulreglement

Seit drei Jahren erstellen die ESD-Studierenden vermehrt Projektarbeiten, beispielsweise in den Bereichen Galeniklabor oder Marketing. Im Schulreglement sollen diesbezüglich neu die gleichen Regelungen gelten wie für die Diplomarbeiten. Unter anderem bedeutet dies, dass Repetenten diese Arbeiten nur wiederholen müssen, wenn sie sie mit ungenügender Note abgeschlossen haben. Die Delegierten stimmten den Anpassungen zu.

Marketingaktivitäten gestrichen

Der Zentralvorstand hat beschlossen, die Marketingaktivitäten «besser gsund», «Pickel, Stress und Herzschmerz» sowie «Wehweh und Bobo» nicht weiterzuführen. Dies erläuterte **Heinrich Gasser**, Leiter Kommunikation des SDV, an der Delegiertenversammlung. Trotz vieler positiver Feedbacks von Drogerien, vor allem aber auch von Gesundheitsorganisationen und Behörden, seien die Aktivitäten bei den Drogerien insgesamt auf zu wenig Resonanz gestossen. «Eine Schwierigkeit bei den Imageaktivitäten war, ein einheitliches Image der Drogerien zu kommunizieren, da diese so unterschiedlich positioniert sind», meinte Gasser. Mit dem Wegfall dieser Image-Aktivitäten spart der Verband Personal und Kosten ein.

Gute Kunde gab es zu den SDV-Radiobeiträgen «Zwei Minuten für Ihre Gesundheit»: Auf 15 Lokalsendern erreicht der SDV inzwischen 322 500 Hörerinnen und Hörer pro Woche. Laut einer unabhängigen Hörerbefragung hat sich das Image der Drogerien bei den Radiohörern seit dem Start der Ausstrahlung verbessert.

Zwei Anträge abgelehnt

Die Sektion Zentralschweiz hatte zwei Anträge an die Delegiertenversammlung eingereicht. Antrag eins betraf den Wunsch nach einer Strategie, damit die Erfolgsrechnung mittelfristig wieder positive Resultate zeigt, allerdings ohne Erhöhung der Mitgliederbeiträge. Der Zentralvorstand war bemüht, der Versammlung aufzuzeigen, dass die im Antrag eingebrachten Forderungen mit der laufenden Strategie bereits mehrheitlich umgesetzt sind. Er legte detailliert seine aktuelle Strategie und die bereits eingeleiteten Massnahmen dar, um trotz schwierigem Umfeld im Anzeigenmarkt wieder zu einer gesünderen Rendite zu finden und die hohe Kommunikationsleistung und die aktuelle Reichweite der SDV-Medien zu gewährleisten. Entscheidend werde das erste Quartal 2014 sein, sagte Zentralpräsident Martin Bangerter. Je nachdem, wie sich das Geschäft bis dann entwickelt, werde der Zentralvorstand der Generalversammlung oder der Delegiertenversammlung 2014 Vorschläge für Anpassungenunterbreiten. Die Delegierten lehnten den Antrag ab.

Der zweite Antrag betraf die Umbenennung der Gesundheitsplattform *vitagate.ch* in *drogerie.ch*. Der Zentralvorstand legte dar, dass *vitagate.ch* als Gesundheitsplattform aus Sicht der User mehr Aufmerksamkeit erzeugt und mehr Möglichkeiten für die Zusammenarbeit mit verschiedenen Partnern erlaubt als eine reine Drogerieplattform. Derzeit besuchen zu Spitzenzeiten 80 000 Interessierte die Seite und verweilen rund sechs Minuten auf *vitagate.ch* (im Durchschnitt sind es rund 65 000 Besucher pro Monat). Mit einem Namenswechsel würde der SDV zudem seine langfristig aufgebaute Reputation bei Google verlieren, wo inzwischen Inhalte von *vitagate.ch* weit oben in den Suchergebnissen erscheinen. Der Antrag hatte konsultativen Charakter, da für das Gesundheitsportal der Verwaltungsrat der *vitagate ag* zuständig ist. Die Delegierten lehnten den Antrag ab.

Budget 2014

Das Budget für das kommende Jahr rechnet mit einem Verlust von rund 84 000 Franken. Für **Jürg Rolli**, Verantwortlicher Ressourcen und Services, ist das in Anbetracht der aktuellen Situation in den Märkten kein erfreuliches, aber ein realistisches und vertretbares Ergebnis. Die Delegiertenversammlung folgte der Empfehlung des Vorstands und genehmigte das Budget.

Lukas Fuhrer

Seit 85 Jahren gut vernetzt

Am 22. Februar 1928 gründeten Aargauer Drogisten ihre kantonale Sektion des Schweizerischen Drogistenverbandes. Die Nachfolgerinnen und Nachfolger der Gründerväter feierten am 10. November das 85-Jahr-Jubiläum ihres Berufsverbandes.

Sonntag, 10. November, ein regnerischer, kalter Morgen. Ein guter Tag, um sich noch mal umzudrehen und die Welt draussen zu lassen. Aber nicht für die Drogistinnen und Drogisten der SDV-Sektion Aargau. Sie sind der Einladung ihrer Präsidentin **Maja Fabich-Stutz** in die Schnüzi-Schür in Fischbach-Göslikon gefolgt und feiern gemeinsam das 85-Jahr-Jubiläum ihres Verbandes. «Sie sind alle wegen Maja gekommen», verrät eine Drogistin, und spricht nicht nur auf ihre Berufskolleginnen und -kollegen an, sondern auch auf die hochkarätigen Gäste aus der Politik. Tatsächlich scheint die Präsidentin des Aargauischen Drogistenverbandes (ADV) gut vernetzt zu sein: Im Saal und an ihrem Tisch sitzen die Aargauer Grossratspräsidentin, eine Regierungsrätin, zwei Nationalrätinnen und eine Ständerätin.

«Die Drogerie ist ein unerlässlicher Partner»

«Mit Maja Fabich-Stutz haben Sie an der Spitze Ihres Berufsverbandes eine pragmatische, weitsichtige Präsidentin. Ich selber bezeichne sie gerne als meine persönliche Drogistin», erklärt Regierungsrätin **Susanne Hochuli** in ihrer Festansprache. Die Vorsteherin des Departements Gesundheit und Soziales tauscht sich regelmässig mit dem Drogistenverband aus. Das entspricht der kantonalen Gesundheitsstrategie, die eine «integrierte Versorgung» anstrebt. «Das heisst, dass alle Leistungserbringer in den Dialog eingebunden sind, also auch die Drogerien, obwohl ihre Leistungen nicht kassenpflichtig sind», so Susanne Hochuli. «Im Zentrum steht dabei immer der Mensch. Wir wollen seine Eigenverantwortung in der Gesunderhaltung fördern, und dabei ist die Drogerie mit ihrem niederschwelligen Angebot ein unerlässlicher Partner.» Für die gute Zusammenarbeit bedankt sich Susanne Hochuli schliesslich im Namen der gesamten Aargauer Regierung.

«Das Gute liegt direkt vor der Haustür»

Auch Nationalrätin **Sylvia Flückiger** pflegt regen Kontakt zu den Aargauer Drogistinnen und Drogisten. In der Wirtschaftskommission bringt sie deren Interessen ins nationale Parlament ein. Mit der ADV-Präsidentin Maja Fabich-Stutz verbindet die Nationalrätin das Engagement im Aargauischen Gewerbeverband, dem sie als Vizepräsidentin vorsteht. «Die Drogerien spielen eine wichtige Rolle in der lokalen Gewerbelandschaft, mit ihrem Gesundheitswissen und ihren guten Produkten», sagt Sylvia Flückiger am Jubiläumsbrunch. Gerade für die Weihnachtszeit wünscht sie sich, dass die Bevölkerung dieses Angebot auch nutzt und zum Einkaufen nicht ins nahe Ausland fährt: «Mit den Drogerien liegt das Gute ja direkt vor der Haustür. Man wechselt dort noch freundliche Worte und verlässt das Geschäft schliesslich mit einem liebevoll gestalteten Päckli», schildert Sylvia Flückiger ihre eigenen Erfahrungen.

Lukas Fuhrer

Zum Jubiläum des Aargauischen Drogistenverbandes ein Gruppenbild mit prominenten Gästen (v. l.): Hinten: Fabian Vaucher, Nationalrätin Ruth Humbel, Regierungsrätin Susanne Hochuli, Martin Bangerter. Vorne: Ständerätin Christine Egerszegi, Grossratspräsidentin Vreni Friker-Kaspar, Gastgeberin Maja Fabich-Stutz und Nationalrätin Sylvia Flückiger.

Als Dank etwas zurückgeben

Während dem sonntäglichen Brunch empfängt Maja Fabich-Stutz weitere Gratulanten: **Jean-Claude Clémençon** überbringt Glückwünsche des Thinktanks DrogerieForum und des Grossisten Galenica, SDV-Zentralpräsident **Martin Bangerter** und Geschäftsleitungsmitglied **Elisabeth Huber** gratulieren im Namen des Schweizerischen Drogistenverbandes, und **Fabian Vaucher** beglückwünscht den ADV als Präsident des Aargauischen Apothekerverbandes.

«Es geht darum, als Dank allen etwas zurückzugeben, die mit uns zusammenarbeiten», sagt Maja Fabich-Stutz zum Jubiläumsanlass. Besonders bedankt sich die ADV-Präsidentin bei den Drogistinnen und Drogisten ihrer Sektion, «die täglich an der Front stehen». Diese lassen es sich wiederum nicht nehmen, ihre «Powerfrau» Maja mit einem Geschenk und einem grossen Applaus zu ehren.

Lukas Fuhrer

Alles im grünen Bereich

Naturkosmetik, biologisch abbaubare Reinigungsmittel und Biokost: Die Drogerie wird als Ort wahrgenommen, an dem ein waches Bewusstsein für einen schonenden Umgang mit der Umwelt herrscht. Aber kommt der ökologische Gedanke auch bei der Betriebsführung zum Tragen?

Drogerien geniessen den Ruf, über ein grosses Sortiment an naturbelassener Kosmetik, biologischer Kost und anderen ökologischen Produkten zu verfügen. Heutzutage ist das ein wichtiges Verkaufsargument. Schliesslich berichten die Medien immer wieder über Skandale um schädliche Zusatzstoffe in Nahrungsmitteln, allergieauslösende Kosmetika oder gefährliche Chemikalien in Putzmitteln. Da schätzt der Kunde unbedenkliche Produkte, erst recht, wenn er beim Verkauf auch noch kompetent beraten wird. Wenn nicht nur die Produkte Nachhaltigkeit und ökologische Verträglichkeit ausstrahlen, sondern der ganze Laden, dann ist das aus Marketingsicht Gold wert. Die Kunden sehen auf den ersten Blick, dass Nachhaltigkeit nicht nur verkauft, sondern auch gelebt wird. So kann sich beispielsweise eine gelungene Shopbeleuchtung inspirierend und umsatzfördernd auswirken. Wer ein paar Grundsätze beachtet, kann die Energieeffizienz steigern und einen Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung der Wirtschaft leisten. Und nicht nur das: Wer Strom spart, spart auch Geld.

LED-Technik am effizientesten

Gerade im Detailhandel zählt die Beleuchtung oft zu den grössten Energieverbrauchern. **Oliver Grasser**, Leiter Energieberatung Geschäftskunden beim Elektrizitätswerk der Stadt Zürich (EWZ), rät zum Einsatz effizienter Leuchtmittel: «Dazu gehören LED-Lampen, Leuchtstoffröhren, Kompaktleuchtstofflampen und Halogen-Metalldampf-Entladungslampen.» Klassische Glühbirnen, Halogenspots oder Kopfspiegellampen sind also wegen schlechter Energiebilanz zu ersetzen. Grundsätzlich empfiehlt Oliver Grasser Ladenbesitzern, bei der Leuchtmittelwahl auf folgende drei Aspekte zu achten: Art der Leuchtmittel, Beleuchtungsstärke und Lichtsteuerung.

Was das konkret bedeutet:

1. Verzichten Sie möglichst auf Kunstlicht und nutzen Sie wann immer möglich Tageslicht.
2. Ist eine Beleuchtung zwingend, lohnt es sich, in die beste Technik zu investieren, zum Beispiel LED-Lampen oder Leuchtstoffröhren.
3. Achten Sie auf korrekten Betrieb der Lampen und nutzen Sie Möglichkeiten wie Zeitschaltung, Dimmer oder Präsenzmelder.
4. Durch die Leitungen sollte zumindest ein Anteil Ökostrom fliessen.

Individueller Strommix

Die meisten Elektrizitätsversorgungsunternehmen in der Schweiz bieten ihren Kunden Energie an, die mit Rücksicht auf die Natur produziert wird. Ökostrom aus Wasserkraft, Wind- und Sonnenenergie, Biomasse oder Geothermie schont die Vorkommen an fossilen Energieträgern. «Jeder Strombezüger kann sich seine Stromqualität selbst zusammenstellen und damit entscheiden, wie viel Ökostrom durch die eigenen Leitungen fliesst», sagt Energieberater Grasser. Den optimalen Strommix gebe es nicht, das sei von den individuellen Interessen abhängig und auch eine finanzielle Frage. Denn der Ökostrom ist meist ein wenig teurer. «Bei der Produktion stehen eben ökologische Kriterien im Zentrum, um auch Natur, Landschaft und Tiere in der Umgebung zu respektieren», begründet Grasser vom Elektrizitätswerk der Stadt Zürich den Aufpreis. Will ein Geschäftsführer seine Drogerie als nachhaltiges Unternehmen positionieren, greift er also vorerst etwas tiefer in die Tasche. Doch mit Einsparungen beim Energieverbrauch lässt sich diese Investition mehr als wettmachen. ›

Die Beleuchtung im Geschäft muss heute kein Energiefresser mehr sein: Mit der Wahl der richtigen Leuchtmittel und dem überlegten Einsatz der Lichtquellen lässt sich die Energieeffizienz steigern – und das Portemonnaie schonen.

Corinne Futterlieb

Lichtleistung dem Umgebungslicht anpassen

Auch ausserhalb der Öffnungszeiten brennt in vielen Geschäften Licht. Oft ist die ganze Laden- und Schaufensterbeleuchtung eingeschaltet, damit die Produkte gut sichtbar und schön präsentiert sind. Sobald das Geschäft geschlossen ist, reiche in der Regel eine gezielte Beleuchtung des Schaufensters und der wichtigen Blickfänger, um die Aufmerksamkeit der Passanten zu gewinnen, meint Oliver Grasser. Der Energieexperte empfiehlt, unbedingt eine Nachtschaltung in die Lichtsteuerung zu integrieren. «Je weniger Licht in der Nacht eingeschaltet ist, desto geringer die Energiekosten.» Moderne Lichtsteuerungen verändern zudem die Lichtleistung während des Tages. Anders als in der Nacht, wo wegen der dunklen Umgebung eine schwache Lichtleistung genügt, muss die künstliche Beleuchtung am Tag gegen die Tageshelligkeit ankämpfen.
Um die Ware im Schaufenster Tag und Nacht optimal zu präsentieren, können ein Dämmerungsschalter und eine Zeitschaltuhr eingesetzt werden. Leuchtreklamen schliesslich empfiehlt der Fachmann möglichst nur bei Dunkelheit einzuschalten: «Sie weisen in der Regel einen sehr grossen Energieverbrauch auf.»

Lüftung und Klimaanlage regelmässig warten

Oliver Grasser macht darauf aufmerksam, dass viele Lüftungen alt sind und nicht mehr den heutigen Anforderungen genügen. Eine Abklärung bezüglich Luftmenge, Betriebszeiten und Temperaturen könne sich lohnen.
«Die Regelung der Lüftungsanlage sollte über einen oder mehrere Raumfühler erfolgen», erklärt Grasser. So könne der Energieverbrauch auf ein Minimum beschränkt werden. Sowohl Lüftungs- als auch Kälteanlagen benötigen eine regelmässige Wartung, um verstopften Filtern und Luftgittern vorzubeugen. Bei Klimageräten ist Vorsicht geboten. «Sie sind sehr energieintensiv und damit wahre Strom- und Geldfresser. Deshalb sollten Sie Klimageräte – sofern wirklich notwendig – nur sehr sparsam einsetzen und durch eine Fachperson installieren lassen.»
Ist man mit seinem Geschäft eingemietet, sind dem nachhaltigen Handeln durch den Grundausbau gewisse Grenzen gesetzt, beispielsweise beim eingebauten Heizsystem. «Aber auch die vorhandenen Geräte können ressourcenschonend betrieben werden. Beispielsweis bringt es schon viel, den Raumthermostaten korrekt einzustellen.» Bei Anschaffungen von Haushalt- und Kleinapparaten rät Grasser, einen Blick auf die Energieetikette zu werfen. Seit 2002 werden alle Geräte in die Kategorien A bis G eingeteilt, Grasser empfiehlt Geräte der Kategorien A bis A+++.

Die wichtigsten Energiespartipps

Energieberater Oliver Grasser rät zu einem sparsamen Umgang mit Strom, um Geldbeutel und Umwelt zu schonen. Und so einfach gehts:

1. **Stromverbrauch:** Untersuchen Sie alle Steckdosen und identifizieren Sie die Verbrauchsgeräte. So können Sie die Laufzeiten (Nacht, Standby) überprüfen und allenfalls neu einstellen. Einfache Verbrauchsmessungen mittels Messgeräten – bei der Gemeinde oder beim Elektrizitätswerk erhältlich – sind bei allen Geräten möglich.
2. **Beleuchtung:** Wird der Laden umgestellt oder von einem Vormieter inklusive Lichtsystem übernommen, kann dies zu wenig effektiven Lichtlösungen führen. Wenden Sie sich an eine Fachperson beim Energie- oder Produktanbieter oder Planer und lassen Sie sich beraten.
3. **Klima:** Stellen Sie die Temperatur in den Räumen – sei dies im Geschäft, im Lager oder im Büro – korrekt ein. Eine um ein Grad Celsius kühlere Raumtemperatur senkt den Energieverbrauch um bis zu sechs Prozent.
4. **Türluftschleier:** Gebläse oberhalb der Türen legen einen Luftschleier vor die Tür, um so dem Wärmeverlust bei geöffneter Tür vorzubeugen. Deshalb sollten Sie bei der Schiebetür unbedingt auf eine korrekte Winter- respektive Sommereinstellung achten. Verzichten Sie auf elektrisch beheizte Türluftschleier.

Mehrfachverglasung ist ein Muss

Peter Nützi, Geschäftsführer der Ladenbau Nützi AG, rät allen Drogerieinhabern, auf eine gute Isolierung Wert zu legen. «Vor allem bei Schaufenstern kann viel Wärme verloren gehen. Ich sehe immer wieder Geschäfte, die noch keine Mehrfachverglasung haben.» Eine solche hält Nützi aus energetischer Sicht für ein Muss.
Auch bei Schiebetüren geht viel Wärme – oder im Sommer kühle Luft – verloren. Hier empfiehlt Peter Nützi eine gute Abdichtung. Besonders bei einer Geschäftsübernahme sei es wichtig, zu prüfen, ob die Tür noch dicht abschliesse. «Besonders Drogerien in der Nähe von Stadtzentren oder in Shoppingcentern setzen vermehrt auf einen modernen Look beim Ladenbau», so Nützis Erfahrung. Die logische Folge: Der Wunsch nach viel Glas und Metall. Wolle ein Ladenbesitzer jedoch eine ökologische Geschäftsphilosophie verfolgen, empfiehlt der Ladenbauer beständiges Massivholz oder Spanplatten und Naturstein aus der Region. Kunststoff und Metall sollten eher zurückhaltend eingesetzt werden. Um Farbe ins Geschäft zu bringen, verwendet Nützis Firma Wasserlack anstelle des üblicherweise eingesetzten Nitrolacks. «Wasserlack enthält deutlich weniger Schadstoffe und ist von der Haltbarkeit und Qualität her genauso gut.» Nützi rät, grundsätzlich hellere Materialien im Laden zu verwenden, dadurch kann bei der Beleuchtung gespart werden.

Vier ökologische Bereiche in der Drogerie

- **Energieeffizienz:** Ist das Beleuchtungskonzept auf dem neuesten Stand und entsprechend den Bedürfnissen stromsparend eingestellt? Wie sieht es mit der Heizung und Lüftung aus?
- **Nachhaltigkeit:** Müssen zum Beispiel Lampen oder Regale öfters ausgewechselt werden, oder wurde auf langlebiges und damit ressourcenschonendes Material gesetzt?
- **Natürlichkeit:** Wurden beim Ladenbau natürliche Materialien verwendet, zum Beispiel Naturstein und Holz?
- **Regionalität:** Kommen Strom und Baumaterialien aus der Region?

Zusatzinhalte entdecken!
LED-Systeme versprechen kreatives Lichtdesign, Energieeffizienz und Wirtschaftlichkeit.
Lesen Sie den d-inside**-Artikel «In neuem Licht erstrahlen».**

Corinne Futterlieb

Nachhaltigkeit ist auch ein Verkaufsargument. Investitionen in die ökologische Verträglichkeit können sich also doppelt bezahlt machen.

> «Leuchtreklamen weisen in der Regel einen sehr grossen Energieverbrauch auf.»
> *Oliver Grasser, Leiter Energieberatung Geschäftskunden beim Elektrizitätswerk der Stadt Zürich*

Gutes Branchenimage

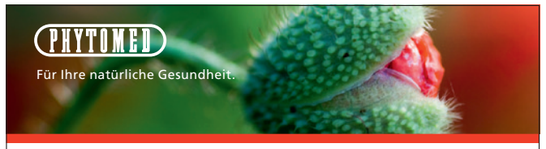
Gewisse Standards hinsichtlich Ökologie in der Drogerie werden durch *DrogoThek*, das Qualitätssicherungssystem des SDV für die Drogerie-Branche, sichergestellt: So werden bei der Beleuchtung LED-Lampen, Stromsparlampen, automatische Stromsparsteckdosen und Stromschienen empfohlen. *DrogoThek* schlägt als Dienstleistung in der Drogerie aber auch einen Nachfüllservice für Produkte zur Körperpflege, Technika und Putzmittel vor. Gerade diese Dienstleistung trägt schon seit Jahren dazu bei, dass die Drogerien in der Öffentlichkeit tatsächlich als ökologisch verantwortungsvolle Betriebe wahrgenommen werden.

Anania Hostettler

Brauchen Sie Unterstützung?

Wertvolle Kontakte für eine persönliche Beratung oder weitere Informationen zur Ökologie in der Drogerie:

- Energieberatung EWZ (auch ausserhalb des Versorgungsgebietes): Telefon 058 319 47 00
- Beratungsstelle des eigenen Energieanbieters
- Testen Sie Ihren Betrieb auf Energieeffizienz: *www.ewz-detailhandelcheck.ch*
- Energieeffiziente Geräte: *www.topten.ch*
- Energieförderbeiträge: *www.energiefranken.ch*
- Rund um Ökostrom: *www.naturmade.ch*



2014 – aktuelle neue Weiterbildungsangebote

Sammeln Sie Ihre Drogistensternpunkte, zum Beispiel in folgenden Themenbereichen:

- Asiatische Medizin
- Homöopathie
- Paracelsusmedizin
- Pflanzenwelten – Menschenwelten
- Psychologie
- Psychosomatik
- Schröpfen

u.v.m.

PHYTOMED

PHYTOMED AG, Tschamerie, CH-3415 Hasle bei Burgdorf
Telefon +41 34 460 22 11, Fax +41 34 461 41 63
www.phytomed.ch, info@phytomed.ch

Der NEUE UNGUATOR® Q

Geeignet für Dosen 20–500 g.

Skalierbare Qualität

- Automatische Skalierung eines validierten Rührprogramms auf andere Krukengrössen
- Zeitersparnis- keine umständliche Berechnungen
- Konstante Qualität

Reproduzierbare Qualität

- Herstellungsparameter können durch ID-Nummer einfach nachvollzogen werden
- ID-Nummer ermöglicht konstant qualitativ hochwertige Ergebnisse
- Steigerung der Kundenzufriedenheit

QMS-Zertifizierung

- Geeignet durch hygienisch einwandfreie Qualität
- Vereinfachte Dokumentation durch ID-Nummer
- Höchste Ansprüche konsequent umgesetzt

E. ANWANDER & CIE. AG
CH-4104 Oberwil

Tel. 061 338 33 33
Fax 061 338 33 11

info@anwa.ch
www.anwa.ch

Valverde® Schlaf forte

Ein pflanzliches Arzneimittel bei Ein- und Durchschlafstörungen

Die ideale Empfehlung bei:

- Ein- und Durchschlafstörungen
- Unruhigem Schlaf
- Rein pflanzlich: Eine hochdosierte Kombination aus Baldrian und Hopfen

In der Regel 1 Filmtablette täglich!

Valverde® Schlaf forte Filmtabletten: Wirkstoffe: Trockenextrakte aus Baldrianwurzeln und Hopfenzapfen. **Dosierung:** Zum Einnehmen, Erwachsene und Jugendliche ab 12 Jahren: 1 x täglich 1 Filmtablette (bei Bedarf 1 ½ Filmtabletten), Kinder ab 6 Jahren: 1 x täglich ½ Filmtablette. **Anwendungseinschränkungen:** Überempfindlichkeit gegen Inhaltsstoffe. **Unerwünschte Wirkungen:** sehr selten Hautreaktionen aufgrund der Hilfsstoffe. Abgabekategorie: D. **Weitere Informationen:** www.swissmedicinfo.ch. Stand der Information: März 2010.

Sidroga AG
4310 Rheinfelden

VALVERDE®
Pflanzliche Arzneimittel.

Neue Chancen auf dem Weltmarkt

Mit Galderma Spirig betritt ein neuer Global Player die Schweizer Pharmabühne. Durch den Zusammenschluss der Spirig Pharma AG und der Galderma AG entsteht einer der weltweit führenden Dermatologiekonzerne.

Im solothurnischen Egerkingen liegt die Heimat der Schweizer Vertriebsgesellschaft eines neuen Weltmarktführers in der Dermatologie. Am Donnerstag, 31. Oktober, feierten dort die Spirig Pharma AG und die Lausanner Galderma SA ihren Zusammenschluss und den Schweizer Markteintritt unter dem neuen Namen Galderma Spirig. Am langjährigen Standort der Spirig AG enthüllten **Humberto C. Antunes**, VR-Präsident und CEO von Galderma, **Marc Wannhoff**, General Manager Galderma Spirig Switzerland, und die Solothurner Regierungsrätin **Esther Gassler** das neue Firmenlogo.

Marc Wannhoff, General Manager von Galderma Spirig Schweiz (l.), Regierungsrätin Esther Gassler und Galderma-CEO Humberto C. Antunes enthüllen das neue Firmenlogo – und freuen sich für den Standort Solothurn.

Standort Egerkingen wird ausgebaut

Es sei eine Wunschhochzeit, die heute gefeiert werde, sagte Galderma-CEO Humberto C. Antunes, treibende Kraft hinter dem Firmenzusammenschluss: «Galderma profitiert vom einmaligen Wissen von Spirig im Retail- und OTC-Geschäft. Gleichzeitig erhalten die bekannten Spirig-Marken wie Daylong oder Excipial dank der globalen Präsenz von Galderma neue Marktchancen in der ganzen Welt.» Seit dem vergangenen Frühjahr haben die beiden Partner in Egerkingen den Schweizer Markteintritt vorbereitet. Heute ist hier der Hauptsitz von Galderma Spirig, von wo aus nicht nur die Schweiz, sondern auch die internationalen OTC-Produkte betreut werden. Währenddessen wird das weltweite Geschäft unter dem Namen Galderma vom Konzernsitz in Lausanne aus betrieben. Somit werde der Standort Egerkingen nicht nur fortgeführt, sondern ausgebaut, betont General Manager Marc Wannhoff. Im Verlauf des Jahres seien in Egerkingen bereits 42 neue Stellen entstanden.

Dass sich Galderma zum Standort bekennt, freut die Solothurner Regierung. Dies versicherte Frau Landammann Esther Gassler an der Markteintrittsfeier. Durch den Zusammenschluss von Galderma und Spirig, seit 1969 in Egerkingen ansässig, ist der drittgrösste Pharmakonzern der Schweiz entstanden. Weltweit werden die dermatologischen Produkte von Galderma in über 70 Ländern vertrieben. Aus Standortsicht ebenfalls erfreulich: Der Name Spirig bleibt in Form von «Galderma Spirig» im Schweizer Markt erhalten.

20 Prozent des Umsatzes für Forschung

Galderma Spirig hat ehrgeizige Ziele. In den nächsten drei Jahren will das Unternehmen den Umsatz in der Schweiz von heute rund 40 Millionen mehr als verdoppeln, erläuterte Marc Wannhoff. Dazu brauche es Wachstum in allen drei Geschäftsbereichen: bei den verschreibungspflichtigen Medikamenten, in der Selbstmedikation und in der ästhetischen und korrigierenden Medizin. Für Innovationen auf diesen Gebieten arbeitet Galderma Spirig eng mit der Forschung zusammen. Rund 20 Prozent des Umsatzes investiert das Mutterhaus Galderma in die Forschung und Entwicklung neuer Produkte. Diese findet zum Teil «in-house» statt, aber auch an den Universitäten. «Spirig und Galderma haben als führende Unternehmen im Markt der Therapien von Hautkrankheiten schon immer viel zur Innovation beigetragen», meinte **Prof. Lars E. French**, Direktor der Dermatologischen Klinik am Universitätsspital Zürich an der Feier vom 31. Oktober. Rund 2000 Hautkrankheiten seien heute bekannt, so French, und dank der intensiven Forschung existierten inzwischen für viele effiziente, zielgerichtete Therapien.

Kinderreiche Ehe

Die «Ehe» der beiden Schweizer Dermatologieunternehmen verspricht, kinderreich zu werden: Bereits jetzt umfasst das Portfolio von Galderma Spirig für den Schweizer Markt 30 Produkte, weitere stehen kurz vor der Einführung. Die Palette reicht von Medikamenten zur Behandlung von Akne, Nagelpilz, Pigmentstörungen und Hautkrebs über medizinische Lösungen gegen Hautalterung bis zu Sonnenschutz- und Hautpflegeprodukten.

Lukas Fuhrer

› Lesen Sie das Interview mit Marc Wannhoff auf Seite 16.

«Die Konsumenten sollen unsere Produkte erklärt bekommen»

Galderma Spirig heisst die neue Nummer eins im Schweizer Dermatologiemarkt. An der Feier zum Markteintritt äusserte sich General Manager Marc Wannhoff zu den Folgen des Zusammenschlusses und zu den Zukunftsplänen des Marktleaders.

Marc Wannhoff, Sie haben sich ehrgeizige Ziele gesteckt mit der Galderma Spirig. In den nächsten drei Jahren wollen Sie den Umsatz mehr als verdoppeln. Wie soll das gehen?
Marc Wannhoff: Das ist sicher nur möglich, indem wir nicht isoliert mit einzelnen Produkten im Markt wachsen, sondern in allen drei Geschäftsbereichen starkes Wachstum erzielen. Wir sind zwar exklusiv in der Dermatologie positioniert, hier jedoch breit aufgestellt mit verschreibungspflichtigen Medikamenten, OTC-Arzneimitteln und Kosmetika und schliesslich mit ästhetischer Dermatologie. Im letztgenannten Bereich ist das Wachstum überproportional, da es relativ gesehen noch ein kleiner Markt ist. Aber die drei Bereiche haben für uns alle gleich viel Bedeutung. Zum Wachstum werden zu einem guten Teil auch neue Produkte beitragen, die wir bereits lanciert haben oder die in den nächsten Monaten auf den Markt kommen.

Der Zusammenschluss von Spirig Pharma AG und Galderma SA ist auf dem Papier ja schon letzten Winter erfolgt. Was ist seither hier in Egerkingen geschehen?
Wir haben in Egerkingen eine Schweizer Marktorganisation aufgebaut für Galderma Spirig, dazu eine globale Organisation für den OTC-Bereich. Das heisst, wir leiten das globale Marketing hier von Egerkingen aus. Und drittens haben wir die Produktion ausgebaut, da wir zukünftig noch mehr Produkte hier herstellen wollen. Per Ende Jahr werden wir dadurch am Standort Egerkingen 42 neue Stellen geschaffen haben.

Reichen die Kapazitäten denn aus für das anvisierte Wachstum?
In der Produktion stossen wir tatsächlich an die Kapazitätsgrenze, ebenso bei den Lagerstätten für die Rohstoffe. Da machen wir uns aktuell Gedanken, wie wir diese Herausforderungen angehen.

Ziehen Sie auch in Betracht, Teile der Produktion auszulagern?
Nein, das ist eine bewusste Entscheidung, dass wir nicht in Indien oder China produzieren wollen, sondern Schweizer Produkte in der Schweiz herstellen. Die Daylong-Produktion bleibt also hier in Egerkingen und wird demnächst für die internationalen Märkte ausgebaut.

Seit September sind Sie General Manager für die Schweiz, davor hatten Sie dieselbe Funktion für Deutschland inne. Hatten Sie schon Gelegenheit, sich in den Schweizer Fachhandel einzufühlen?
Ja, gerade heute Vormittag, vor der Feier, habe ich in Bern fünf verschiedene Drogerie- und Apothekenformate besucht, weil es mir wichtig ist, den Schweizer Markt wieder besser kennenzulernen. Ich war ja vor meiner Zeit bei Galderma Spirig bereits drei Jahre als Geschäftsführer für eine andere Pharmafirma in der Schweiz tätig. Aber natürlich hat es seither auch Entwicklungen gegeben, und die schaue ich mir zurzeit an.

Die Drogerie in der hiesigen Variante gibt es in Deutschland nicht, sie ist sozusagen eine Schweizer Spezialität. Wie erleben Sie die Drogerie als Partner?
Die Drogerie ist für uns ein ganz wichtiger Vertriebskanal, schon allein durch die Spirig-Marken Daylong und Excipial. Wir überlegen gerade auch, ob es in unserem Portfolio nicht auch Produkte gibt, die wir in die Liste D reklassifizieren können, um sie für Drogerien zugänglich zu machen.

An welche Produktekategorien denken Sie da?
Zum Beispiel im Bereich Nagelpilz, der ist nach unseren Erfahrungen noch stark unterrepräsentiert. Und dies, obwohl jeder Zehnte darunter leidet, über 65 ist es sogar jeder Zweite. Bisher kommen hauptsächlich Medizinprodukte zum Einsatz, wir möchten aber für diese aus medizinischer Sicht ernsthafte Indikation auch wirksame Arzneimittel einsetzen. Wenn wir es schaffen, die medizinische Therapie auch im Drogeriekanal anbieten zu können, wäre das ein schöner Erfolg.

›

Corinne Futterlieb

Marc Wannhoff ist seit September 2013 als General Manager für die Geschäfte von Galderma Spirig in der Schweiz und in Österreich zuständig. Davor leitete der gebürtige Deutsche während fünf Jahren einen Konzern der Galderma-Gruppe in Deutschland und Österreich. Mit Galderma Spirig strebt Wannhoff drei Ziele an: Das Unternehmen soll für die Schweizer Werte Qualität, Verlässlichkeit und Konstanz stehen. Für die Mitarbeitenden soll es ein attraktiver und sozial handelnder Arbeitgeber sein. Und die Marktposition soll so ausgebaut werden, «dass jeder potenzielle Kunde, ob Arzt, Apotheker, Drogist, Patient oder Konsument bei der Therapie einer Hauterkrankung oder bei der medizinischen Pflege seiner Haut zuallererst an Galderma Spirig denkt».

Corinne Futterlieb

Galderma ist ein Tochterunternehmen von Nestlé, also auch eine Schweizer Firma. Ist die Swissness wichtig für das Geschäft?
Absolut. Hier tun sich zwei Schweizer Firmen zusammen, die für Schweizer Werte einstehen wie Qualität, Verlässlichkeit und Konstanz. Dass wir uns auch der Tradition von Spirig verpflichtet fühlen, zeigt unser Bekenntnis zum Standort Egerkingen. Das werden wir auch in unserer Verkaufsstrategie kommunizieren, und wir gehen davon aus, dass unsere Kunden das honorieren. Auch unsere globale Anzeigenkampagne setzt auf Swissness, auf dem Plakat hinter mir sehen Sie Schweizer Natur und das Schweizerkreuz.

Galderma Spirig setzt für alle Produkte weiterhin ausschliesslich auf den Fachhandel. Was ist der Grund für die Fachkanaltreue?
Als ethisches Pharmaunternehmen haben wir den Anspruch, dass die Konsumenten und Patienten die Produkte beim Verkauf erklärt bekommen. Das ist aus unserer Sicht nur im Vertriebskanal Fachhandel möglich.

Die Sonnenschutzlinie Daylong ist ein Zugpferd von Spirig. Im Frühling hat die Marke einen umfassenden Relaunch erlebt, hat sie das gut überstanden?
Es war natürlich ein grosser Schritt für die Marke. Aber wir erhalten viel Feedback, und nach der Umgewöhnungsphase scheint es jetzt, dass der modernere Auftritt von Daylong sehr positiv aufgenommen wird. Ich habe es heute Morgen gerade selber gesehen, in der Drogerie oder in der Apotheke erzeugt das neue Design wirklich ein positives, modernes, frisches Bild. Wir sind also sehr zufrieden, dass wir das gemacht haben. Wir sehen im Moment sogar, dass die Daylong-Verkäufe steigen.

Zum Ärger des Fachhandels sind ja Produkte bei Ottos Warenposten aufgetaucht. Spirig hat versucht, die Händler zu eruieren, ist das abschliessend gelungen?
Da kann ich Ihnen aus erster Hand berichten, da ich als Geschäftsführer für Deutschland mit diesem Fall konfrontiert war. Wir haben uns das genau angeschaut, weil es ganz und gar nicht in unserem Interesse ist, dass unsere Produkte über diesen Kanal vertrieben werden. Es ist aber leider nicht auf Detailebene zu sehen, wie die Produkte genau in den Markt kommen. Weil die Ware wahrscheinlich einen Umweg über die EU gemacht hat, ist es so, dass wir uns auch an die EU-Richtlinien gegen die Behinderung von Wettbewerb halten müssen. Dies gibt uns leider einen nur sehr engen Handlungsrahmen, welchen wir aber voll ausschöpfen, um unsere Produkte exklusiv über den Fachhandel zu vertreiben. Vom Produktevolumen her hat das Ganze aber auch nicht die Grössenordnung, die man den Reaktionen nach vermuten könnte.

Der Kosmetikmarkt in Europa war in den vergangenen Jahren rückläufig, die boomenden Märkte sind China, Indien, Brasilien. Was heisst das für Galderma Spirig?
Unser Schwerpunktmarkt für 2014 ist Lateinamerika. Schon die Galderma SA ist in diesen Märkten stark gewachsen, und nun wollen wir die Spirig-Produkte über die bestehenden Galderma-Organisationsstrukturen in Lateinamerika anbieten. Das war übrigens auch ein Grund für Galderma, Spirig zu akquirieren: Die Spirig-Produkte sind ausserhalb Europas praktisch gar nicht vertreten, sind aber von herausragender Qualität, und deshalb glauben wir, mit ihnen auch weltweit erfolgreich zu sein.

Und was wünschen Sie sich für das Geschäft in der Schweiz?
Ich denke, dass wir bereits mit unserem bestehenden Produktportfolio, das mit dem Zusammenschluss noch breiter geworden ist, einzigartiges Potenzial haben. Wenn ich in Drogerien und Apotheken gehe, dann sehe ich noch kein Geschäft, das den Bereich der medizinisch-therapeutischen Dermatologie wirklich abdeckt. Galderma Spirig hat in der Schweiz über 30 Produkte, die ausschliesslich in der Dermatologie angesiedelt sind, und diese sind im Fachhandel noch nicht annähernd so präsent, wie es aus meiner Sicht von den Produkteleistungen her der Fall sein sollte.

Interview: Lukas Fuhrer

Galderma Spirig

Die Galderma Spirig mit Hauptsitz in Egerkingen trat am 31. Oktober 2013 offiziell in den Schweizer Markt ein. Das Unternehmen entstand aus dem Zusammenschluss der Spirig Pharma AG und der Galderma SA und beschäftigt 240 Mitarbeitende.

Facts Spirig Pharma AG
- 1948 als Einzelfirma Apotheke zum Kreuz in Olten gegründet
- 1974 Umwandlung in eine Aktiengesellschaft
- Wird führendes Dermatologieunternehmen der Schweiz
- Beliefert ausschliesslich den Fachhandel

Facts Galderma SA
- 1981 als Joint-Venture von Nestlé und L`Oréal gegründet
- Hauptsitz in Lausanne
- Über 4500 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter
- Vertreibt Produkte in 70 Ländern

Die Wirkung macht den Unterschied.

Warenmuster im Briefkasten kommen immer gut an. Ein Streuwurf ist ideal zur schnellen Bekanntmachung von Neuheiten oder zur Absatzförderung. Ihr Produkt wird so für den Empfänger direkt erlebbar.

Fakten, Erfolgsgeschichten und Inspiration: **post.ch/wirkung**

DIE POST

Düfte und Farben haben Potenzial

Kosmetikprodukte verkaufen sich weniger gut als auch schon. Das DrogerieForum, der Thinktank der Branche, lotete am 22. Oktober aus, was das für die Drogerien bedeutet.

Lukas Fuhrer

Mit einer eigenen, individuellen Strategie kann sich jede Drogerie ein Stück vom Kosmetik-Kuchen abschneiden, so der Tenor am DrogerieForm.

Warum sollten sich Hersteller von Kosmetikprodukten entschliessen, ihre Cremen, Parfums und Make-ups gerade in der Drogerie an die Frau und an den Mann zu bringen? Hat die Drogerie als Absatzkanal etwas zu bieten, was Warenhäuser und Grossverteiler nicht haben? Mit diesen Einstiegsgedanken eröffnete **Peter Hadorn** am Dienstag, 22. Oktober, das zweite DrogerieForum 2013. Im Verlauf des ganztägigen Meetings wurde klar, dass die Drogerie als Gesundheits- und Schönheitsfachhändler im Kosmetikbereich grosses Potenzial hat – dieses jedoch zum Teil nicht voll nutzt. Expertinnen und Experten veranschaulichten in ihren Fachreferaten die allgemeine Marktentwicklung, die Position der Drogerien und Drogerieketten sowie die Sicht der Kosmetik-Leistungsanbieter.

«Im Ausland gibt es nichts mit der Drogerie Vergleichbares»

Auf dem Schweizer Markt für Kosmetikprodukte zeigt der Trend derzeit nach unten. Bei der Massenkosmetik beträgt der Rückgang gegenüber 2011 ganze 8,6 Prozent, bei den Prestigeprodukten sind es 4 Prozent. Für diese Entwicklung macht **Kay-Lütje Deter-Lüken**, ehemaliger Brand Manager der Estée Lauder GmbH, verschiedene Gründe aus. Zum einen liegen die Wachstumsmärkte heute nicht in Europa, sondern in China, Indien und Brasilien. Zum anderen bremst weiterhin der starke Franken die Konjunktur, und schliesslich entgehen der Schweizer Wirtschaft jährlich rund acht Milliarden Franken durch Einkäufe im Ausland, im Internet oder in Duty-Free-Zonen. Deter-Lüken erwartet nicht, dass sich die Rahmenbedingungen in nächster Zeit merklich bessern. Dafür glaubt der Kosmetik-Fachmann an die Stärken der Drogerie, insbesondere die Kompetenz und die Motivation des Personals: «Diese Fachkompetenz im Gesundheits- und Körperpflegebereich, das ist ein absolutes Schweizer Phänomen, im Ausland gibt es nichts Vergleichbares», meint der gebürtige Deutsche. «Das dürfen Sie als Drogistinnen und Drogisten sich schon auch bewusst sein.» Für die Drogerien gelte es also, die Beratung und den Service als Wettbewerbsvorteil zu nutzen. Das darf in den Augen des Experten auch seinen Preis haben, denn heute sei es bei den meisten Konsumenten nicht das Geld, das sie einschränke, sondern die Convenience: Der Kunde möchte hier und jetzt das zu ihm passende Produkt.

Motivierte Mitarbeiter sind matchentscheidend

In seiner Drogerie-Parfümerie in Sursee arbeitet **Raphael Wyss** nur mit Marken, in die er Vertrauen hat. Die individuelle, stimmige Zusammensetzung des Sortiments ist für den Drogisten ein wichtiger Erfolgsfaktor. Dazu kommt die Leidenschaft: «Es braucht ein Team von Leuten, die sagen: ‹Ich lebe Parfümerie›», erklärt Wyss am DrogerieForum. Um die Passion für Düfte und Farben immer frisch zu halten, soll das Team regelmässig trainieren können. Die Mitarbeiterinnen von Raphael Wyss besuchen jährlich mehrere Schulungen von Partnern, Schmink-Trendseminare sowie Verkaufs- und Motivationskurse. Dass gut ausgebildete, motivierte Mitarbeiter für die Drogerie matchentscheidend sind, bestätigt Kay-Lütje Deter-Lüken. Der Kosmetik-Fachmann zitiert einen Test, in dem «Markenbotschafterinnen»,

> «Für Erfolg mit Parfümerie braucht es ein Team von Leuten, die sagen: ‹Ich lebe Parfümerie›.»
> *Raphael Wyss, Inhaber Drogerie-Parfümerie Wyss, Sursee*

die auf einem bestimmten Depotprodukt bestens ausgebildet sind, die höchsten Pro-Kopf-Verkäufe nicht im Discounter, nicht in der Drogeriekette, sondern in der Einzeldrogerie erzielten.

Einkaufen wird zum Erlebnis

In den Fachreferaten fällt immer wieder ein Begriff: Strategie. «Ich erlebe viele Geschäfte als konzeptlos, sowohl im Einzelhandel als auch bei Ketten», sagt etwa **Andreas Amann**, Geschäftsführer der Beauty Alliance Schweiz AG. Und hier setzt Amanns Arbeit an: Beauty Alliance unterstützt und berät Drogerien beim Erarbeiten ihrer individuellen Konzepte für das Kosmetikgeschäft. Ab einer gewissen Grösse des Sortiments müsse man die Kosmetikabteilung eigentlich als «Geschäft im Geschäft» betrachten, findet Amann, weshalb er die Unterstützung durch Profis bei der richtigen Positionierung für unabdingbar hält.

> «Die Chancen für aktives Verkaufen sind derzeit so gross wie nie.»
> *Andreas Amann, Beauty Alliance*

Auch Detailhandelsexperte **Hanspeter Weber** sieht in der Marktpositionierung einen zentralen Erfolgsfaktor. Sich zu positionieren, bedeutet für Weber, sich an eine Zielgruppe zu richten. «Für alle da zu sein, ist ein netter Gedanke, aber es funktioniert nicht.» Vielmehr müsse die einzelne Drogerie als Unternehmen zu einer Marke werden, einem wiedererkennbaren Brand, der ein bestimmtes Kundensegment anspricht. Als Beispiel für dieses Konzept nennt Weber Nespresso-Verkaufsstellen, wo sich die Kunden mit dem Übertreten der Ladenschwelle mitten in einer Welt aus Kaffeekapseln wiederfinden. So werde das Einkaufen zum Erlebnis, was sich Weber unbedingt auch für die Drogerien wünscht.

> «Das Sortiment ist das Blut des Detailhändlers.»
> *Hanspeter Weber, Detailhandelsexperte*

Make-up und Hair Care im Trend

In der offenen Diskussionsrunde, mit der das DrogerieForum jeweils schliesst, klangen die Chancen der Drogerien im Kosmetikbereich noch einmal an: das fundierte Fachwissen, die Erfahrung im Beraten, kompetenter Service, ein gut sortiertes Angebot. Mit diesen Stärken haben die Drogerien im letzten Jahr rund 320 Millionen Franken im Kosmetikbereich umgesetzt, das ist gut ein Drittel des schweizerischen Kosmetika-Gesamtumsatzes von 920 Millionen. Wenn die Marktzeichen auch nicht auf Wachstum stehen: Innovationen werden gemäss den Experten dennoch nicht ausbleiben. Interessante Produkte sehen sie insbesondere in den Sparten Make-up, Hair Care und Functional Body Care auf die Drogistinnen und Drogisten zukommen.

Lukas Fuhrer

Der Thinktank DrogerieForum

Das DrogerieForum wurde 1996 ins Leben gerufen, als der ehemalige Drogerie-Grossist Amidro in der Galenica-Gruppe aufging. Bis 2008 stand beim DrogerieForum inhaltlich ein detaillierter Informationsaustausch mit Workshops zur Branchenentwicklung im Vordergrund. 2009 einigten sich der SDV und die Galenica auf eine paritätische Trägerschaft und entwickelten das DrogerieForum zum Thinktank der Drogeriebranche. Mitglieder sind 50 führende Unternehmerinnen und Unternehmer sowie Meinungsbildner aus dem Drogerieumfeld. An jährlich zwei Meetings nimmt sich der Thinktank aktuelle Themen vor, für die er Spezialisten und Fachexperten beizieht. Das Forum ermöglicht den Mitgliedern eine fundierte Meinungsbildung zu strategischen Fragen. Das erworbene Wissen komme durch die Mitglieder des Forums in vielfältiger Form zum Tragen und beeinflusse die Entwicklung der Drogeriebranche positiv, meint **Peter Hadorn**, seit 2002 Leiter des DrogerieForums. Als Co-Präsidenten walten derzeit **Martin Bangerter**, Zentralpräsident des SDV, und **Jean-Claude Clémençon**, Leiter Logistics bei Galenica.

Drogisten und Lobbyisten unter der Bundeshauskuppel

Lobbyisten tragen die Interessen der Drogistinnen und Drogisten ins nationale Parlament. Studierende der ESD erhielten einen Einblick in diese Prozesse – und Besuch eines Bundesrats.

Lobbying wird oft als negativ besetzter Begriff verwendet – und verstanden. Als Synonym für unlautere Beeinflussung, Vetternwirtschaft oder gar Korruption. Per Definition bedeutet Lobbying allerdings ganz neutral «Interessenvertretung» und ist als solche ein unverzichtbarer Bestandteil des demokratischen Politsystems. Interessenvertreter aus den verschiedensten Gesellschaftsbereichen tragen ihre Anliegen an die Parlamentarierinnen und Parlamentarier heran, damit ihnen diese in den Kommissionen und schliesslich in den Gesamträten Gehör verschaffen. Wie dies im Detail funktioniert, erlebten die Studentinnen und Studenten der ESD-Klassen 1A und 1B am Dienstag, 29. Oktober, am Ort des Geschehens: Im Bundeshaus hielten **Martin Bangerter**, Zentralpräsident des SDV, und **Elisabeth Huber,** Beauftragte Politik und Branche, den Unterricht in Gesamtunternehmensführung (GUF) zum Thema Lobbying. Empfangen wurden die Studierenden im Parlamentsgebäude von Nationalrat und SDV-Ehrenmitglied **Jürg Stahl,** der in der Kommission für soziale Sicherheit und Gesundheit einsitzt und ein wichtiger Ansprechpartner des Schweizerischen Drogistenverbands ist.

Lobbying zur rechten Zeit

Jürg Stahl führte die Studentenschar in das Fraktionszimmer der SVP, über dessen Glasdach imposant die Bundeshauskuppel thront. Der eidg. dipl. Drogist mit einem Diplom für General Management für KMU sitzt seit 14 Jahren im Nationalrat. Sein wichtigstes Geschäft aus Drogistensicht ist derzeit die Revision des Heilmittelgesetzes. Den eindrücklichen Aktenstapel hat Jürg Stahl mitgebracht, um zu illustrieren, wie umfassend die Gesetzesvorlage ist. Bereits seit 2005 wird die Revision in seiner Kommission und im Nationalrat behandelt. Als offizieller Interessenvertreter des SDV pflege er besonders mit dem Zentralpräsidenten Martin Bangerter einen regen Austausch, sagte Stahl. «Wir haben ein gemeinsames Ziel: Im Parlament die Anliegen des Drogistenverbandes einbringen.»

Im GUF-Unterricht arbeitete Martin Bangerter ein paar Lehrsätze für gelungenes Lobbying heraus. So sei beispielsweise entscheidend, zu welchem Zeitpunkt man ein Anliegen einbringe. Dies müsse in einer Phase geschehen, in der das Parlament oder eine Kommission das Thema auch tatsächlich behandle, so Bangerter, sonst schaffe man sich bei den Parlamentariern keinen Goodwill. Für erfolgreiches Lobbying gelte also: «So früh wie möglich, an so vielen Stellen wie nötig, aber zur richtigen Zeit.»

Bundesrat Berset zu Besuch

Zwar will Lobbying die Interessen einer Gruppe in die Gesetzgebung bringen. Dabei aber nur an sich zu denken, bezeichnet Martin Bangerter als kurzsichtig. Es gelte vielmehr, weitere Betroffene mit einzubeziehen, schliesslich vertrete das Parlament das ganze Volk und werde kaum auf Partikularinteressen eingehen. Deshalb seien zum Beispiel bei der Revision des Heilmittelgesetzes die Gespräche mit anderen Interessengruppen und – soweit man einen gemeinsamen Nenner finde – das Abstimmen der Anliegen und Argumentationen sehr wichtig. «Dass sowohl Pharmasuisse als auch der Drogistenverband dafür einstehen, dass es in der Selbstmedikation die Beratung durch Fach- und Medizinalpersonen braucht, bestärkt entsprechende Argumentationen bei der Revision des HMG sehr», so Bangerter.

Der Höhepunkt des Tages im Bundeshaus war ein kurzer Besuch von Bundesrat **Alain Berset**. Der Gesundheitsminister zeigte sich diskussionsfreudig und stellte sich den Fragen der Studierenden. Als Dank für den anregenden Gedankenaustausch überreichten die Studentinnen und Studenten dem Bundesrat ein Päckli mit Drogerieprodukten. Der Gesundheitsminister seinerseits wünschte den Studierenden viel Freude und Erfolg bei der Ausbildung – und auch schon mal viel Glück für die nächsten Examen im Januar.

Lukas Fuhrer

Lukas Fuhrer

Die Studierenden der ESD schätzten den Gedankenaustausch mit Bundesrat Alain Berset.

Lukas Fuhrer

Gesundheitsminister Alain Berset ging ausführlich auf die Fragen der ESD-Studenten zu gesundheitspolitischen Themen ein.

Melisana AG
Die dermophil Lippencreme mit Mangobutter nährt die Lippen intensiv. Dank rückfettendem Macadamianuss- und Rapsöl die ideale Lippenpflege im Winter. Zusätzlich regeneriert Vitamin A beanspruchte Lippen. Die samtige Textur pflegt die Lippen geschmeidig zart. Als kleine, praktische Tube mit Applikator für eine einfache und tägliche Anwendung. Erhältlich ab Dezember.

Letzte Folge der Serie zum Krankheitsbild Burnout und den Auswirkungen auf das Arbeitsleben.

Schutz vor Gang aufs Sozialamt

Ein Burnout hat meist eine Arbeitsunfähigkeit von mehreren Monaten zur Folge. Nach Ablauf der vorgesehenen Lohnfortzahlungspflicht steht der Angestellte ohne Verdienst da. Hier hilft nur eine Krankentaggeldversicherung.

Lohnfortzahlung

Die Lohnfortzahlungspflicht der Arbeitgeber ist im Gesetz nur lückenhaft geregelt, weshalb bei Fehlen entsprechender Regelungen, zum Beispiel im Arbeitsvertrag oder Gesamtarbeitsvertrag, die Arbeitsgerichte verschiedene Skalen entwickelt haben (z.B. Basler Skala). Gemäss Art. 33 Gesamtarbeitsvertrag für die Drogisten beträgt die maximale Lohnfortzahlungsdauer ab dem 10. Anstellungsjahr fünf Monate, gemäss der Basler Skala sechs Monate ab dem 21. Dienstjahr. Dies bedeutet, dass bei mehrmonatiger krankheitsbedingter Absenz spätestens nach sechs Monaten kein Lohn mehr bezahlt wird. Dies kann zu massiven finanziellen Schwierigkeiten führen und Existenzängste schüren.
Eine höchst unbefriedigende Situation für alle Betroffenen. Zusätzlich erschwerend wirkt sich aus, dass viele angestellten Drogistinnen und Drogisten nur über ein geringes Einkommen verfügen (sei es, weil sie Teilzeit arbeiten, sei es, weil die Löhne allgemein eher tief sind) und daher oft keine Reserven besitzen, um längere Zeit ohne Lohn über die Runden zu kommen. So bleibt letztlich nur der Weg aufs Sozialamt, was oft als Erniedrigung erlebt wird – alles andere als förderlich bei einem Burnout.

Abschluss einer Krankentaggeldversicherung sehr wichtig

Angestellte Drogisten Suisse empfiehlt den Arbeitgebern unbedingt den Abschluss einer Krankentaggeldversicherung für alle Angestellten. Eine solche zahlt im Falle einer Erkrankung während grundsätzlich zwei Jahren in der Regel 80 % des bisherigen Verdienstes. Wie Art. 34 des GAV für die Drogistenbranche vorsieht, werden die Prämien dafür mindestens zur Hälfte vom Arbeitgeber übernommen, der Angestellte beteiligt sich also daran.

Angestellte können Vollmacht einschränken

Es ist durchaus denkbar, dass die Krankentaggeldversicherung Einblick in medizinische Unterlagen der behandelnden Ärzte/Versicherungen wünscht und dafür vom Angestellten verlangt, eine Vollmacht auszustellen. Diesen trifft eine Mitwirkungspflicht. Er besitzt aber die Möglichkeit, die Vollmacht einzuschränken für den Fall, dass diese zu weit geht, etwa indem er nur den Vertrauensarzt des Versicherers ermächtigt, sich beim behandelnden Arzt zu informieren. Damit es nicht zu einer Einstellung der Leistungen wegen einer Verletzung der Mitwirkungsrechte kommt, ist es angezeigt, mit dem Versicherer Kontakt aufzunehmen und eine für alle Seiten befriedigende Lösung zu vereinbaren.

Krankentaggelder trotz Kündigung

Erfolgt eine Kündigung (unter Einhaltung der Sperrfrist), hängt es vom Versicherungsvertrag ab, ob die Krankentaggeldversicherung weiterhin zahlt oder nicht. Für den Fall, dass der Versicherungsschutz endet, ist es wichtig, sich betreffend Übertritt in eine Einzelversicherung bei der Krankentaggeldversicherung des bisherigen Arbeitgebers zu erkundigen.

Aufruf von Angestellte Drogisten Suisse

Durch den Abschluss einer Krankentaggeldversicherung kann mit geringem Aufwand und Kosten eine deutliche Besserstellung der Mitarbeitenden bewirkt werden.
Deshalb ruft Angestellte Drogisten Suisse die Arbeitgeber auf: Versichern Sie Ihre Angestellten bei einer Krankentaggeldversicherung.

Regula Steinemann

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

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

ANGESTELLTE DROGISTEN SUISSE
www.drogisten.org

Branchentermine 2014

Die wichtigsten Veranstaltungen des kommenden Jahres speziell für die Drogeriebranche.

Schweizerischer Drogistenverband (SDV)

15. – 19.1.	45. Drogisten-Wintersporttage «DrogoBrain- & Snow-Days» im Waldhotel National in Arosa, *www.drogistenskitage.ch*
16. 4.	Frühlings-Präsidentenkonferenz in Bern
10. 9.	Herbst-Präsidentenkonferenz in Bern
14. – 17.9.	SchulungsForum in Neuchâtel
14. 11.	Delegiertenversammlung (Vormittag) und Generalversammlung (Nachmittag)

Höhere Fachschule für Drogistinnen und Drogisten (ESD)

13.3.	Besprechungstag Aufnahmeprüfung zum ESD-Prüfungsstoff
26.3.	Aufnahmeprüfung für den Zyklus 2014 – 2016
3.7.	Clôture im Schloss Neuchâtel
18.8.	Schulbeginn Schuljahr 2014 – 2015
3.11.	Informationstag Zyklus 2015 – 2017

Tagungen, Events und Messen

19. – 21.1.	Ornaris, Fachmesse für Einkäufer, Messe Zürich, *www.ornaris.ch*
30.1.	Nationale Gesundheitsförderungs-Konferenz, Kongresszentrum Beaulieu Lausanne, *www.gesundheitsfoerderung.ch*
12. – 15.2.	Vivaness, Internationale Fachmesse für Naturkosmetik, und Biofach, Weltleitmesse für Bio-Lebensmittel, Nürnberg Deutschland, *www.vivaness.de, www.biofach.de*
1. – 2.3.	Beauty Forum Swiss, Messe Zürich, *www.beauty-forum.ch*
27. – 30.3.	Mednat, Messe für Naturheilmittel, Expo Beaulieu Lausanne, *www.mednatexpo.ch*
8. – 9.4.	Corporate Health Convention, Europäische Fachmesse für betriebliche Gesundheitsförderung und Demografie, Messe Zürich, *www.corporate-health-convention.ch*
6. – 8.5.	Vitafoods Europe, Weltmesse für medizinisch wirksame Lebensmittel, Palexpo Genf, *www.vitafoods.eu.com*
17. – 20. 8.	Ornaris, Fachmesse für Einkäufer, BernExpo, *www.ornaris.ch*
17. – 21.9.	SwissSkills Bern 2014, Berufsschweizermeisterschaften, BernExpo, *www.swissskillsbern2014.ch*
17. – 20.9.	Expopharm, grösste pharmazeutische Fachmesse Europas, München, *www.expopharm.de*
21. – 24.10.	IFAS, Fachmesse für den Gesundheitsmarkt, Messe Zürich, *www.ifas-messe.ch*

ESD ÉCOLE SUPÉRIEURE DE DROGUERIE

HÖHERE FACHSCHULE FÜR DROGISTINNEN UND DROGISTEN

ESD-Cycle de formation 2014–16
Des perspectives pour l'avenir

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 13 mars 2014.

Examen d'admission
Mercredi 26 mars 2014

Début du prochain cycle
Lundi 18 août 2014

Délai d'inscription
Le délai d'inscription pour tous les candidat(e)s est fixé au **28 février 2014**.

ESD-Ausbildungszyklus 2014–16
Eine Zukunft mit Perspektiven

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, 13. März 2014.

Aufnahmeprüfung
Mittwoch, 26. März 2014

Beginn des nächsten Ausbildungszyklus
Montag, 18. August 2014

Einschreibefrist
Die Einschreibefrist für sämtliche Kandidatinnen und Kandidaten ist der **28. Februar 2014**.

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

Gesund einkaufen, gesund leben!

Für unsere **Reform-Drogerie in Locarno**, suchen wir per **sofort oder nach Vereinbarung** eine/einen

Filialleiterin / Filialleiter
Drogistin/Drogisten HF(80-100%)

...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 DROGERIE
FÜR MEHR LEBENSQUALITÄT

MÜLLER Reformhaus Vital AG
Industriestrasse 30
8604 Volketswil
Tel.: 044 947 50 40
stellen@reformhaus.ch

welldro DROGERIE

Für unsere Drogerie im Pizolcenter in Mels/Sargans suchen wir per 1. Januar 2014 oder nach Vereinbarung:

Drogistin EFZ (80-100%)

Sie sind eine gut organisierte, flexible und belastbare Persönlichkeit, Ihre Stärken liegen in der aktiven und umfassenden Kundenberatung. Sie zeigen Eigeninitiative und übernehmen gerne Verantwortung. Zu Ihrem Aufgabenbereich gehören auch das Flair für einen umfangreichen Wareneinkauf und Kontakt zu unseren Lieferanten.
Wir bieten Ihnen einen interessanten und abwechslungsreichen Arbeitsplatz in einer modernen Center-Drogerie, ein aufgestelltes junges Team und eine angenehme Kundschaft.

Für unsere Drogerie im Calandapark in Chur suchen wir per 1. März 2014 oder nach Vereinbarung:

Dipl. DrogistIn HF (80-100%)

Sie sind motiviert und haben Freude die Verantwortung für ein kleines Team in einer Center-Drogerie zu übernehmen. Sie denken team-orientiert und sind bereit, Ihre Fachkenntnisse in einer kleinen Drogeriegruppe einzubringen.
Es erwarten Sie eine abwechslungsreiche Tätigkeit und ein motiviertes Team.

Fühlen Sie sich angesprochen? Wir freuen uns über Ihre schriftliche Bewerbung per Post oder Mail an:

Welldro AG
Wilfried Hugentobler
Grossfeldstrasse 63
CH-8887 Mels
Mail: w.hugentobler@welldro.ch

DAMIT ES **IHNEN** GUT GEHT

Stellen

Der Insertionsschluss für die nächste Ausgabe ist am 3. Januar 2014
Daten elektronisch an:
inserate@drogistenverband.ch

www.d-flash.ch › Anzeige

Sie suchen einen Job oder haben eine Stelle neu zu besetzen? Im Stellenmarkt werden Sie fündig. Tagesaktuelle Inserate auf: www.d-flash.ch

Drogistin EFZ gesucht

Ballenbergstiftung der Schweizer Drogisten

Die Ballenbergstiftung der Schweizer Drogisten betreibt auf dem Ballenberg eine historische Drogerie. Diese hat während den Öffnungszeiten des Museums jeweils 7 Tage die Woche offen. Für die neue Saison – April bis Oktober 2014 – suchen wir eine aufgestellte Drogistin für eine ganz besondere Aufgabe: **Betreuung der Besucher in der historischen Drogerie auf dem Ballenberg.**
Fixes Pensum von 3 bis 5 Tagen pro Woche möglich.
Auch für Wiedereinsteigerinnen geeignet.

Bei Interesse und für Fragen melden Sie sich bei:
Beni Haslebacher, DROPA Drogerie Haslebacher GmbH, Brienz, Tel. 033 951 09 77, E-Mail: dropa.haslebacher@dropa.ch

Unsere Drogistin geht in den wohlverdienten Ruhestand – unsere treue Stammkundschaft möchte aber auch weiterhin eine Topberatung.
Daher suchen wir per Anfang Januar oder nach Übereinkunft eine

Drogistin 100 %.

Sind Sie begeistert von Naturheilmitteln, arbeiten gerne im kleinen Team und sind ein Beratungstalent?

Dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbung.

drogerie steinhölzli Kirchstrasse 4 3097 Liebefeld
+ www.drogeriesteinhoelzli.ch

horizont Drogerie Marketing GmbH

Infolge Schwangerschaft suchen wir per 1.März 2014 oder nach Vereinbarung

eine/n Drogist/in 100 %

in unserer Drogerie in Wollerau.

Sie haben Freude an der Beratung und Betreuung unserer Kundinnen und Kunden, und übernehmen gerne eine verantwortungsvolle Tätigkeit.

Sind Sie interessiert? Dann freuen wir uns über Ihre Bewerbung mit den üblichen Unterlagen.

Drogerie Dobler
Hauptstrasse 24
8832 Wollerau
Telefon 043 844 43 88

drogerie p.dobler
8853 Lachen 055 / 442 13 60
8832 Wollerau 043 / 844 43 88

Drogistin/Drogist 60 – 100 %

Wir suchen per Januar 2014 oder nach Vereinbarung eine/n Drogistin/en zur Ergänzung unseres Teams.
Sie sind berufserfahren, aufgestellt, motiviert, flexibel und suchen eine neue, verantwortungsvolle Herausforderung? Dann sind Sie bei uns genau richtig!
Wir bieten Ihnen einen abwechslungsreichen Job in einer klassischen, gut funktionierenden Landdrogerie mit breitem Sortiment.

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto an Frau B. von Gunten.

DROGERIE kasser
Tösstalstrasse 97 | 8488 Turbenthal
Telefon 052 385 11 15

Gut vernetzte Drogerien = spannende Arbeitsplätze!
Wir sind Partner der swidro

swidro zusammen erfolgreich

droma Drogerie Masiello

An der Luzerner Riviera in Weggis suchen wir per 1. Februar 2014 oder nach Vereinbarung ein/-e

Drogist/-in.

Mit Ihrer natürlichen Ausstrahlung und Sinn für Zusammenarbeit bereichern Sie unser Team und unsere anspruchsvolle Kundschaft. Ihre Stärken in der Beratung liegen insbesondere im Bereich der Spagyrik und der biochemischen Mineralstoffe nach Dr. Schüssler. Wir führen ein klassisches Drogeriesortiment mit den Schwerpunkten Naturheilmittel und Vitalstoffe.

Sind Sie fit für uns? Ihre schriftliche Bewerbung senden Sie an:

Wellness-Drogerie Masiello, Marco Masiello
Luzernerstrasse 44, 6353 Weggis
weggis@droma.ch, Telefon 041 390 30 63

Wir sind ein wachsendes Unternehmen mit 30 Reformgeschäften und 6 Bioläden. Unsere Kunden stehen im Mittelpunkt und werden von engagierten Mitarbeitenden mit Freude und Kompetenz betreut und beraten. Das Angebot sowie die Nachfrage an natürlichen Produkten nehmen laufend zu. Wir sind stolz auf unser umfangreiches Naturkost- und Naturkosmetiksortiment.

Für die Sicherstellung des zentralen Einkaufs, die Beschaffung von Warengruppen sowie für die Ver- marktung unserer Marken suchen wir am Hauptsitz in Volketswil auf **1. Januar 2014 oder nach Vereinbarung** eine flexible und belastbare Persönlichkeit als

Produktmanager Naturkost/Naturkosmetik 100 %

Sie verfügen idealerweise über einen Abschluss als Drogist HF mit Weiterbildungen in den Bereichen Marketing (zwingend), Betriebswirtschaft, Lebensmittel oder Reform/Biofach. Sie bringen bereits Retail-Erfahrung in ähnlicher Funktion mit und überzeugen mit fundierten Kenntnissen im Lebensmittel- und/oder Naturkosmetikbereich. Sie stellen die Beschaffung unserer Waren sicher, verhandeln mit Geschäftspartnern, erstellen Markt- und Sortimentsanalysen und sorgen für eine optimale Positionierung unserer Produkte und unserer Marken.

Ferner sind Sie in der Lage, Trends im Ernährungsbereich zu erkennen, Informationen über Produkte und Produzenten zu beschaffen sowie Marketingaktivitäten zu planen und zu koordinieren. Sie sind versiert im Umgang mit Warenwirtschaftssystemen und besitzen sehr gute MS-Office-Anwenderkenntnisse. Sie verfügen über eine schnelle Auffassungsgabe sowie analytische Fähigkeiten und können vernetzt denken. Ausserdem sind Sie selbständiges, exaktes, strukturiertes und lösungsorientiertes Arbeiten gewohnt.

Das Team und unsere internen und externen Kunden geniessen bei Ihnen einen hohen Stellenwert und Sie haben Spass im Umgang mit unterschiedlichen Menschen. Ihre Affinität zur Kulinarik und Naturkosmetik sowie Ihre ausgeprägte Kommunikations- und Begeisterungsfähigkeit helfen Ihnen, diese abwechslungs- und anforderungsreiche Aufgabe optimal zu erfüllen.

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

Suchen Sie eine Schlüsselposition in einem dynamischen Umfeld? Wenn ja, dann freuen wir uns, Sie kennen zu lernen. Auf Ihre aussagekräftigen Bewerbungsunterlagen, inklusive aktuellem Foto, freut sich Cornelia Barbirotta, HR Services. Diskretion ist für uns eine Selbstverständlichkeit.

MÜLLER Reformhaus Vital Shop AG
Cornelia Barbirotta
Industriestrasse 30
8604 Volketswil
cornelia.barbirotta@reformhaus.ch
www.reformhaus.ch

MÜLLER REFORMHAUS VITAL SHOP
FÜR MEHR LEBENSQUALITÄT

Stellengesuche

Motivierte Wiedereinsteigerin

sucht **10 – 20 % Stelle** im Raum Zürich.

Ich bin ab sofort bereit als Drogistin zu arbeiten.
Ich freue mich auf Ihren Anruf. Telefon 079 221 70 78
oder Mail: emerita.seiler@gmail.com

Drogerien / Diverses

Drogerie zu verkaufen

Unsere Drogerie, im südlichsten Zipfel des Kantons Solothurn, steht per Ende 2014 zum Verkauf.
Landdrogerie mit vielfältigem Sortiment,
Drogothekstatus 2013, günstige Übernahmebedingungen und fairer Mietzins.

Haben Sie Interesse, dann kontaktieren Sie uns.
Drogerie H. Lenz, Hauptstrasse 32, 3254 Messen SO
031 765 54 70, h.lenz@bluewin.ch, www.drogerie-lenz.ch

horizont
Drogerie Marketing GmbH

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

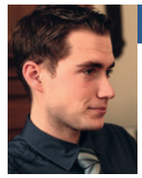
Dank *d-bulletin* frühzeitig wissen, was Ihre Kundinnen und Kunden im nächsten *Drogistenstern* lesen.

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: inserate@drogistenverband.ch

Rundheraus

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

«Christine Funke, wie haben Sie mit Ihrer medizinisch-naturwissenschaftlichen Ausbildung in Pharmazie den Zugang zu alternativen Therapieverfahren gefunden?»

Adrian Würgler, Drogist HF und Referent Stellvertreterkurse des SDV

Gewagt geantwortet

«Die schulmedizinische Sichtweise erklärte mir, dass Krankheit aus einem Mangel oder einem Übermass an chemischen Botenstoffen entsteht. Das genügte mir nicht als Antwort auf die Frage, was zu heilen vermag. Kundinnen und Kunden in der Apotheke zeigten mir auf, dass mit Homöopathie ebenfalls geheilt werden kann.
Ich habe mich infolgedessen mit alternativen Therapien auseinandergesetzt, um Heilkräfte kennenzulernen, die neben den chemischen Prozessen Heilung bewirken. Die Auseinandersetzung mit der Komplementärmedizin hat mein Verständnis von Heilprozessen enorm erweitert. Sie hilft mir heute, eine Krankheit aus ganzheitlicher Sicht zu betrachten, die neben dem Körper auch Geist und Seele mit einbezieht. Je nach Situation kann ich sie als Monotherapie oder als Ergänzung zu einer schulmedizinischen Therapie empfehlen. Diese alternativen Therapieverfahren ermöglichen es mir, Therapieempfehlungen kreativ zusammenzustellen. Sie berücksichtigen die Individualität des Kunden, und sein Kranksein ist dadurch nicht mehr nur auf chemische Botenstoffstörungen reduziert.»

Christine Funke, eidg. dipl. Apothekerin FPH und FA Phytotherapie, Dozentin Phytotherapie an der ESD

So gehts weiter

Die nächste Frage geht an Dr. sc. nat. Julia Burgener, Leiterin Wissenschaftliche Fachstelle SDV. Christine Funke möchte von ihr wissen:

«Mich interessiert, nach welchen Kriterien Informationen aus dem Internet als wissenschaftlich vertrauenswürdig eingestuft werden.»

Julia Burgeners Antwort lesen Sie im *d-inside* Februar 2014.

Bis zu 12 Stunden ununterbrochene Wirkung in jedem Stadium des Herpesausbruchs[1]

COMPEED® Herpesbläschen-Patch

Virale Phase: Wirkt wie ein Virenschutzschild und reduziert das Ansteckungsrisiko aus der Wunde heraus

Wundheilungsphase: Verdeckt das Herpesbläschen, reduziert Krustenbildung und beschleunigt den natürlichen Wundheilungsprozess der Haut

Compeed®

Nichts kann dich stoppen.

www.compeed.com

[1] Klinische Studie an 174 Personen, 2013