

**Die ersten Sonnenstrahlen des Jahres machen Lust auf mehr ... ●● Geschäftsfeld Tiermedizin - die Apotheke und das liebe Vieh ●● 'mi' Spielplan zur Fußball-WM - ein wertiges Give-away ●● Neuer Reiseveranstalter - KKH-Allianz ●● Tena-Aktion zum Men-Sortiment. - Doch zunächst, sehr geehrte Damen und Herren, eine weichenstellende Entscheidung:**

## **Ja, zu Renovierung oder Umbau einer Apotheke!**

Wie zahlreiche 'mi'-Partner erfahren konnten, ist Ihr 'mi'-Chefredakteur sehr viel in Sachen Apotheke/Pharmazie unterwegs. Dabei sieht man nicht nur Industriebetriebe und Großhandlungen, sondern zuerst ganz viele Apotheken. Allen gemeinsam ist das rote 'A', doch dahinter verbirgt sich eine Vielfalt, die größer kaum sein kann: **Die gerade erst frisch gegründete oder aktuell renovierte Offizin, eine Vielzahl, die durchaus noch dem Zeitgeist entsprechen, aber auch die eine oder andere Offizin, die eine Renovierung nötig hätte.** Damit soll kein Kollege mies gemacht werden. Die Intention von 'markt intern' ist heute, Ihnen Mut zu machen, den überfälligen Umbau bzw. die Renovierung endlich anzugehen.

Beim Besuch älterer Ladenlokale beginnen die Inhaber das Gespräch manches Mal selbst mit „*ich weiß, da wäre mal eine Renovierung fällig.*“ Auf die Frage, warum dies nicht angegangen wird, kommen oft große **Bedenken** zum Vorschein. Es mangelt an der **Vorstellungskraft**, wie die Offizin letztendlich schöner und vor allem attraktiver für die Kunden gestaltet werden kann. Dann schwingt eine **Portion Respekt vor dem Aufwand** mit. Wie soll das Geschäft weiterlaufen, sind **Umsatzeinbrüche** zu fürchten? Wird alles **gutgehen**?



'markt intern' möchte eine Lanze für die Attraktivitätssteigerung Ihrer Offizin brechen. Ganz besonders deshalb, **weil Sie mit einer nach neuesten Erkenntnissen gestalteten Freiwahl, Sichtwahl und durchdachten HV-Tischen letztendlich über Jahre hinweg mehr Rendite erzielen können!** Der Gedanke steckte schon lange in den Köpfen Ihrer Redakteure - bevor der Kontakt zu **Dipl. Ing. Innenarchitektin Renate Hawig**, die sich auf Einrichtungskonzepte für Apotheken spezialisiert hat, den Stein ins Rollen brachte. Renate Hawig betreut ihre Kunden vor, während und nach der Einrichtungs- oder Umbauphase. Nach einem Blick auf die Referenzliste hat 'markt intern' sich die **Kaiserswerther Löwen-Apotheke** ausgewählt. Papier ist geduldig, Prospekte sind bunt - wir schauen, typisch 'mi', vor Ort nach.

Ihre Kollegen **Till** und **Wulf Rathke** betreiben ihre Offizin im Düsseldorfer Norden, in einem Ortsteil, der als wohlhabend bezeichnet werden darf. **Von der Eingangstür sehen wir einen sehr langen Raum**, die HV-Tische linker Hand, die rechte Seite beginnt mit der hochwertigen Kosmetik, die nicht ohne Beratung verkauft werden soll. **Von dort bis zum hinteren Bereich, den Zahnpflegeprodukten bis hin zur elektrischen Zahnbürste, wird das Auge durch die Beleuchtung so geführt, daß die Kunden ganz unbewußt in den hinteren Bereich gezogen werden.** Über Geschmack läßt sich bekanntlich streiten, deshalb nutzt es Ihnen nicht viel, wenn die Gestaltung der Löwen-Apotheke in Kaiserswerth Ihrem Chefredakteur ausgezeichnet gefallen hat. Viel wichtiger: **Den Kunden muß die Offizin gefallen.** Till Rathke erklärt später, daß er und sein Vater die Umsätze genau verfolgen und nach dem Umbau eine positive Entwicklung verzeichnen können. Nicht nur der **Pro-Kopf-Umsatz** ist gestiegen, weil mehr Ware präsentiert werden kann, auch die **Kundenfrequenz** stieg, weil es einladender aussieht. **Das ist eine klare Ansage!**

Rathke und Hawig erklären nun, in welchem Zeitraum und wie der Umbau ablief. Die Löwen-Apotheke war eine der ersten, in der es einen Kommissionierautomaten gab. Dieser war 1997 angeschafft worden, mittlerweile komplett an seine Grenzen gestoßen. Auch diese Umbaumaßnahme hatte Renate Hawig bereits begleitet. Klar war, daß das bestehende Einrichtungskonzept erweitert werden sollte. Der Kommissionierer sollte in die ungenutzten Räume im Keller wandern.

*„Ich biete immer sehr individuelle Lösungen an, habe kein Musterbuch, sondern lediglich eine Zahl von Referenzen. Handwerker können von mir mitgebracht werden, aber jeder Apothekenleiter kann auch die am Ort tätigen*

Ihr direkter Draht ...



**02 11 / 66 98 - 153**

Fax: 02 11 / 66 98 - 188

e-mail: [apotheker@markt-intern.de](mailto:apotheker@markt-intern.de)

...für das vertrauliche Gespräch

**markt intern** Apotheke/Pharmazie. - Redaktion Verlagsgruppe: Herausgeber Dipl.-Ing. Günter Weber; Verlagsdirektoren Bwt.(VWA) André Bayer, Olaf Weber; Redaktionsdirektoren Dipl.-Kfm. Uwe Kremer, Heidi Scheuner; Abteilungsleiter Rechtsanwalt Georg Clemens, Dipl.-Kfm. Christoph Diehl, Rechtsanwalt Lorenz Huck, Dipl.-Kfm. Karl-Heinz Klein, Dipl.-Vwt. Hans-Jürgen Lenz, Dipl.-Vwt. Stephan Schenk, Rechtsanwalt Gerrit Weber; Chef vom Dienst Bwt.(VWA) André Bayer.

**markt intern** Verlag GmbH, Grafenberger Allee 30, D-40237 Düsseldorf, Telefon 02 11-66 98-0, Telefax 02 11-66 65 83, [www.markt-intern.de](http://www.markt-intern.de). Geschäftsführer Hans Bayer, Dipl.-Ing. Günter Weber; Prokuristen Bwt.(VWA) André Bayer, Dipl.-Kfm. Uwe Kremer, Olaf Weber; Justitiar Rechtsanwalt Dr. Gregor Kuntze-Kaufhold. Gerichtsstand Düsseldorf. Vervielfältigung nur mit schriftlicher Genehmigung des Verlages. Druck: Theodor Gruda GmbH, Breite Straße 20, 40670 Meerbusch. Anzeigen, bezahlte Beilagen sowie Provisionen werden zur Wahrung der Unabhängigkeit nicht angenommen. ISSN 1431-3405

Unternehmen berücksichtigen. Für mich beginnt eine Einrichtung immer damit, daß ich mich eine ganze Weile in die Apotheke hineinsetze und zuschaue“, erklärt Renate Hawig.

Dabei erkennt sie, wie sich die Mitarbeiter und die Kunden im Ladenlokal bewegen, was sie zur Kenntnis nehmen und was nicht, aber auch was störend wirkt. Natürlich spricht sie sehr ausführlich mit dem **Inhaber, lernt dessen Intention und die Absichten, die hinter der Renovierung stecken, kennen**. Die Planung erfolgt gemeinsam. Beginnend beim **+ Grundriß** geht es über die **+ Details** (Perspektiven, Materialien, Design und Sortimentsverteilung) über die **+ Einholung der Angebote** der beteiligten Gewerke bis hin zur **+ Entscheidung**, für die der Apothekeninhaber möglicherweise noch die **+ Gespräche mit Bank und Steuerberater** führt.

„Am Rosenmontag hab' ich den Auftrag unterschrieben, am 15. Juni haben wir angefangen und waren, wohlgemerkt im laufenden Betrieb, Ende August fertig. Sogar noch ein wenig früher, als geplant“, blickt Till Rathke auf seine überaus positiven Erfahrungen zurück. Die minutiöse Planung mit der Auslagerung der Ware über den Abbau der Schubsäulen, Deckenbrüche über Elektroinstallation, Klimaanlage bis hin zum Transport der HV-Tische, die während der Umbau-Arbeiten auf Rollen saßen. Beruhigend, daß in jeder Phase noch Zeitpuffer eingeplant waren. Und das Ergebnis, das kann sich wirklich sehen lassen!



**Sollen Sie sich nun gleich in die Arme eines Einrichtungsplaners stürzen? Mitnichten.** Doch schauen Sie sich, gerade wenn Sie Ihre Offizin schon viele Jahre in der bestehenden Form betreiben, einmal um. 'Wie du kommst gegangen, so du wirst empfangen' gilt im übertragenen Sinne auch für die Wahrnehmung Ihrer Offizin in den Augen der Kunden. „Oberste Priorität ist auch bei der Einrichtung“, so erklärt Till Rathke beiläufig, „alles was ich mache, mache ich richtig.“ Vielleicht rechnet sich die Fertigung von Salben nicht, auch die Abgabe von Kompressionsstrümpfen macht nicht wirklich 'Spaß'. Doch das gehört einfach zum Leistungsspektrum einer Apotheke. Aus dem gesamten Spektrum sollten Sie die Leistungen auswählen, die Ihrem Umfeld bzw. Ihrer Kundenzielgruppe und Ihren persönlichen Fähigkeiten am besten entsprechen.

Für die Umsetzung dieser Ziele können Sie sich eines professionellen Planers bedienen. Und ruhig mehrere Angebote einholen. Solch eine Umgestaltung ist natürlich nicht ohne größere Investition zu stemmen - eine Investition in Ihre Zukunft. Und noch etwas haben wir gehört, von den wirklich Betroffenen, den Kunden: „Hatten Sie vorher schon diese tollen Kosmetikmarken?“ [Ja, hatten wir.] „Hier ist es jetzt so hell und angenehm.“ [Stimmt: Licht und Klimaanlage wurden überarbeitet.]

## Tiermedizin: Die Apotheke und das liebe Vieh

Impfstoffe für Nutztiere oder Arzneimittel für die Vierbeiner und den Kleintierbereich scheinen gute Erträge zu versprechen. Im vergangenen Jahr gab es viele Meldungen der Industrie-Unternehmen, die Zukäufe bei der Tiermedizin anpeilten oder bereits melden konnten. **Boehringer Ingelheim, Bayer** und **Sanofi** lauteten die Namen in den Wirtschaftszeitungen im September und Oktober des abgelaufenen Jahres. Wenn es in diesem Bereich möglich ist, dem Konkurrenzdruck durch die Generika zu entkommen, wäre dies möglicherweise nicht nur für die Industrie, sondern auch für eine Offizin-Apotheke eine Möglichkeit, wertige Umsätze zu erzielen.

Schauen Sie sich aktuell um, dann bemerken Sie eine große Zahl von Heimtiermärkten, die reichlich beworben werden und flächenmäßig wachsen. **Die Hersteller von Tiernahrung und diversem Zubehör scheinen ebenfalls gute Geschäfte zu machen - TV-Werbung ist schließlich nicht umsonst zu haben. Bei der Tiermedizin sehen wir allerdings das Dispensierrecht der Tierärzte. Natürlich möchten diese keinen Wettbewerb, sehen die Abgabe durch die Apotheken äußerst kritisch.** Aktuell müssen Sie davon ausgehen, daß 76 % aller Tierarzneimittel von den Tierärzten abgegeben werden, weitere 14 % gehen über einen speziellen Veterinär-Großhandel zu Kunden, die Sie als Apotheker nicht ansprechen können. Den Rest teilen sich aktuell Apotheken und Zoofachhandlungen. Sie müssen dann noch einmal zwischen Medikamenten und Pflegeprodukten unterscheiden, die jeweils die Hälfte des verbleibenden Stücks vom Umsatzkuchen ausmachen. Der Tierarzneimittelmarkt hatte in Deutschland im Jahr 2008 ein Volumen von rund 660 Mio €, war um 5,4 % gewachsen. 10 % davon sind ein erkleckliches Sümmchen, ein schönes Zusatzgeschäft für Apotheken, die sich diesem Bereich widmen möchten.

Derzeit sind die Apotheker noch nicht so die rechten Ansprechpartner für die Tierbesitzer unter den Kunden. Dabei haben Sie einen entscheidenden Vorteil: **Ein Großteil der Tierbesitzer ist Ihnen bereits bekannt, weil diese meist im**



**höheren Alter (> 60) sind und deshalb mit eigenen Anliegen in die Offizin kommen.**

Ob nun Streit mit den Ärzten vorprogrammiert ist oder nicht, so unterstützt doch manches der 24 im **Bundesverband für Tiergesundheit (BfT)** organisierten Unternehmen auch die Apotheken. **Sandra Böckenkamp, Produktmanagement Tiergesundheit Bayer Vital/Leverkusen**, erklärt explizit:

„Die Apotheken sind zu Ansprechpartnern für die Kunden in Sachen Tiergesundheit geworden. Wir unterstützen Apotheken aktiv mit Beratungstips, Checklisten und Infobroschüren.“

Die Leverkusener setzen zum Thema Tiergesundheit keinen Außendienst ein, haben allerdings bereits Apotheken schriftlich oder fernmündlich mit dem Thema angesprochen, bieten Tagesseminare und Online-Schulungen an.

Für den Anfang findet 'mi' den Leitfaden zur Einschätzung des Kundenpotentials für die individuelle Apotheke „Tiergesundheit in Ihrer Apotheke - lohnt sich das?“ besonders interessant, weil er Ihnen eine kleine Marktforschung vorgibt und erste Zieldefinitionen ermöglicht. Ohne Umschweife erfahren Sie auch, daß regelmäßige Fortbildungen notwendig sind. Sie müssen das Vertrauen der Kunden gewinnen, das letztendlich über den Erfolg entscheidet.

In Deutschland gibt es rund 23 Mio Haustiere. Statistisch gesehen hat also jeder Dritte Ihrer Kunden eines. Damit hätten Sie die Möglichkeit, Pflege- und Schutzprodukte zu empfehlen. Und im Falle eines Falles auch Medikamente abzugeben. Gerade wenn die Produkte freiverkäuflich sind, können Sie sich als kompetenter Berater platzieren. Falls Sie bereits einen Zugang zur bay-as haben, können Sie sich direkt unter [www.tiergesundheit.bay-as.de](http://www.tiergesundheit.bay-as.de) einloggen. Andernfalls registrieren Sie sich einfach. Oder Sie fordern zunächst Unterlagen im Geschäftsbereich Tiergesundheit von Bayer Vital unter der Rufnummer (02 14) 305 18 20 ab.

## +++ Aktuelles aus der Apotheke - für die Apotheke

**Zwangsrabatte auf Arzneimittel:** Während die Bundesregierung mit ihren Reformplänen die Gewinne der Pharma-Industrie einzuschränken sucht, berechnen die Konzerne bereits, wie dies auf die Ertragsrechnung der deutschen Vertriebsunternehmen oder Tochtergesellschaften durchschlägt. Angesichts der Tatsache, daß die Bedeutung des deutschen Marktes für die Hersteller in den letzten zehn Jahren aufgrund deren Globalisierung eher abgenommen hat, dürften diese sich auch vor dem avisierten Einsparungspotential von mehr als 1 Mrd € beruhigt zurücklehnen. So rechnet etwa das **Handelsblatt** vor, daß **die führenden 20 Unternehmen der Branche 2009 einen Betriebsgewinn von rund 120 Mrd € einfahren konnten. Davon wurden nur 6 Mrd € in Deutschland erwirtschaftet. Das von Dr. Philipp Rösler vorgeschlagene Rabattvolumen bedroht mithin nur etwa ein Prozent der globalen Betriebsgewinne.** Für **Novo Nordisk, Roche, Novartis, Sanofi-Aventis, Bayer, AstraZeneca, GlaxoSmithKline** werden Umsatzanteile von einstelligen Prozenten im deutschen Markt ausgerechnet, so daß die Reform auf das Ergebnis der Unternehmen mit weniger als einem Prozent durchschlägt. **Bei Unternehmen wie UCB und Merck, die rund 15 % ihres Gesamtumsatzes in Deutschland erzielen, schlägt die Reform, wenn sie denn wie geplant kommt, nur mit 4,2 (UCB) oder 2,3 (Merck) Prozentpunkten auf das Ergebnis durch. Kein Wunder, daß sich der Verband Forschender Arzneimittelhersteller (VFA) mit Kommentaren weitestgehend zurückhält.** Das Handelsblatt hat am Dienstag dieser Woche den entsprechenden Artikel auch gleich einem Bericht über die Millionen-Zahlungen von US-Konzernen an Ärzte und Kliniken gegenübergestellt. Für **Pfizer** allein wurden im zweiten Halbjahr 2009 rund 35 Mio \$ für die Zahlungen an 4.500 amerikanische Mediziner registriert. Damit ist das Einsparpotential nur ganz rudimentär beschrieben: Der Konzern mußte nämlich allein im vergangenen September Zahlungen von rund 2,3 Mrd \$ leisten, weil das **US-Justizministerium** illegale Entgelte für Mediziner (sogenannte Kickback-Zahlungen) zur Absatzförderung gerügt hatte. Allein die Hälfte dieses Betrages würde alle Rabattforderungen der deutschen Politiker zum Verstummen bringen.



★★★

**Spielplan zur Fußball-WM 2010:** In gut neun Wochen greift die deutsche Fußball-Nationalelf in den Kampf um den WM-Pokal ein. Spätestens jetzt sollten Sie sich deshalb **fit für Ihr WM-Marketing** machen und Aktionen rund um das Ereignis des Jahres planen! **Als Beilage zu Ihrer heutigen 'mi'-Ausgabe finden Sie den brandneuen Spielplan zur Fußball-WM 2010.** Mit seinem außergewöhnlichen Design und den 'Tooorheiten' (witzigen Versprechern von Fußball-Profis) hebt er sich von anderen Spielplänen deutlich ab und ist ein tolles Give-away, das lange in Erinnerung bleibt. Der 'mi'-Marketing-Abteilung fielen zudem noch zwei Neuheiten ein: ++ das Quiz 'Elfmeterschießen': Auf dem 'mi'-Spielplan gibt es vier Felder mit kniffligen Fragen rund um die WM-Geschichte. Die richtigen Lösungen findet der Fußball-Fan entweder auf einem farbigen DIN-A4-Plakat in Ihrem Geschäft (das Plakat 'Elfmeterschießen' dann bitte extra bestellen) oder auf [www.markt-intern.de](http://www.markt-intern.de) ++ **'Unsere 11 gewinnt': Unter allen Bestellern verlost 'markt intern' 11 Wein-Pakete des Weinguts Christian Bamberger/Bad Sobernheim im Wert von je 33 €.** - Doch jetzt schnell zum Anstoß: Bestellen Sie direkt mittels Beilage, oder besuchen Sie unseren Online-Printshop (auf [www.markt-intern.printserver.net](http://www.markt-intern.printserver.net)), wenn Sie den Spielplan mit Ihrem Firmen-Logo/Adresse individualisieren und sofort bestellen möchten.



★★★

**Kein Aprilscherz ... KKH-Allianz-Reisen:** Wie wär's mit einer Reise nach Ägypten - das Land zum Entdecken? Mit Reisen sollte sich doch ein Krankenversicherer nicht beschäftigen. Das hat wohl die **KKH-Allianz** gedacht und sich gleich ein „ganz besonderes Angebot“ für ihre Mitglieder ausgedacht. „Speziell für Diabetiker“ gibt es nämlich ● die Reisebegleitung durch zertifizierte Ernährungs- oder Diabetesberaterin ● 2 x 90 Min. Seminarangebot 'Reisen mit Diabetes' und 'Gesunde Ernährung' und ● 3 x Buffetberatung (fakultativ). Aufgefallen ist das Angebot in Zusammenarbeit mit TUI,

weil die Mutter eines Apothekers und 'mi'-Partners bei der KKH-Allianz versichert ist. **Zu Recht fragt er, ob diese nun ihren 8-€-Zusatzbeitrag zum Druck von Werbeprospekten nutzt.** Angesichts des wenig wirtschaftlichen Verhaltens der Krankenversicherungen liegt dieser Schluß nicht fern - bei anderen Unternehmen müßte TUI dafür zahlen, daß die Teilnehmer an einem Gesundheitsprogramm in die zugehörigen TUI-Reisebüros gelotst werden. Auf der ersten Seite des Angebots „*Leben und Entspannen ... auch mit Diabetes!*“ finden wir ein paar spezielle Positionen, in der Leistungsbeschreibung unter dem Hotelnamen geraten diese vermischt mit Tips zum Tragen von Badeschuhen und ähnlich Wichtigem deutlich ins Hintertreffen. So lassen sich wechselwillige Zusatz-Beitragszahler nicht halten!



Teilnehmer an einem Gesundheitsprogramm in die zugehörigen TUI-Reisebüros gelotst werden. Auf der ersten Seite des Angebots „*Leben und Entspannen ... auch mit Diabetes!*“ finden wir ein paar spezielle Positionen, in der Leistungsbeschreibung unter dem Hotelnamen geraten diese vermischt mit Tips zum Tragen von Badeschuhen und ähnlich Wichtigem deutlich ins Hintertreffen. So lassen sich wechselwillige Zusatz-Beitragszahler nicht halten!

## Aktuelles und Wissenswertes - gefiltert, gemischt, gebündelt

◆◆ **Tena Men Level 1:** „Viele Vertreter des starken Geschlechts wissen nicht einmal, daß es spezielle Blasenschwäche-Produkte für Männer gibt“, beginnt das Informationsschreiben zum **Tena Men Sortiment**. Bekannterweise ist das Thema Blasenschwäche tabuisiert, so daß Männer, die altersbedingt an entsprechenden Problemen leiden, große Hemmungen haben, darüber zu sprechen. Die stärkere Variante, Tena Men Level 2, ist sogar verordnungsfähig. Starten Sie zu diesem Thema eine Aktion: Im Zeitraum Mai bis Juli erhalten Sie von Tena unter der Telefonnummer (0 18 02) 12 12 21 einen kostenlosen Dispenser mit Produktmustern

◆◆ **Pick-up-Verbot verfassungsrechtlich bedenklich:** Im Koalitionsvertrag steht das Ziel: Das Verbot der Abholstellen für Arzneimittel in Drogeriemärkten und weiteren, stark frequentierten Positionen, wie z.B. den Tankstellen. Inzwischen hat die Koalition bemerkt, daß dies ohne einen Verstoß gegen das Grundrecht der Berufsfreiheit nicht so einfach möglich ist. Das **Gesundheitsministerium** hat noch keinen Weg zum Verbot gefunden, aus dem **Bundesjustizministerium** wurden schon deutliche Bedenken geäußert, weil der Versandhandel seit 2003 zugelassen ist - ohne daß sich die Zahl der traditionellen Apotheken seither verringert hätte

◆◆ **Zusatzbeiträge bedeuten mehr als 400.000 Wechsel:** Natürlich räumt z.B. die DAK, die den Zusatzbeitrag auf die Krankenversicherung erhebt, Kündigungen ein, nennt aber keine konkreten Zahlen. Vermutungen sind jedoch möglich. Inzwischen haben von den rund 50 Mio Krankenkassenmitgliedern mehr als 400.000 ihre gesetzliche Kasse gewechselt oder tun dies in Kürze. Angesichts dieser Zahlen werden die GKV-Obersten sicher überrascht sein, ob der Aktivitäten ihrer vermeintlich willenlosen Schäfchen

◆◆ **Mittel gegen Haarausfall: Öko-Test** schickt in diesem Monat Kunden in die Apotheke - sofern diese von Haarausfall bedroht sind und für Abhilfe sorgen wollen. Denn außer Finasterid (verschiedene Hersteller) und Propecia (**MSD Sharp & Dohme**) wurde nur noch Regaine-Lösung für Frauen und für Männer eine gute Wirksamkeit bescheinigt. Doch letztere werden unter dem Stichwort Nebenwirkungen mit „*ungeklärte Herz-Kreislauf-Risiken*“ den Anwendern kaum Freude machen. Bei Finasterid heißt es angesichts der Nebenwirkung Libidoverlust: Sex oder Haare. Angesichts der enormen Nebenwirkungen ist es gut, daß Mittel mit derartigen Nebenwirkungen nicht im Drogeriemarkt an der Ecke erhältlich sind

◆◆ **Offener Brief von gesine:** An den **Bundesgesundheitsminister** sowie die **Kanzlerin** richtet die Apothekenkooperation **gesine.net** einen offenen Brief, dessen Wortlaut Sie im einzelnen unter [www.gesine.net](http://www.gesine.net) finden. **Vorstandsvorsitzende Susanne Lorra** und **Aufsichtsratsvorsitzender Hendrik Scheer** weisen darauf hin, daß die Kostensteigerungen in der Verwaltung der Krankenkassen höher ausfielen, als die Kostensteigerungen bei den Arzneimitteln und die rund 21.600 Apotheken beschäftigen genauso viele Mitarbeiter wie die gesetzlichen Krankenkassen

◆◆ **vivesco-Personalie:** Ende März verließ Geschäftsführer **Armin Hirth** die **vivesco Apotheken-Partner GmbH**. Er war seit der Gründung der Kooperation dabei - alleiniger Geschäftsführer des Unternehmens ist nun **Thomas Hofmann**, der nach mehr als einem Jahr sicher auch schon die Eingewöhnungsphase hinter sich hat.

Viele gute Ideen wünscht Ihnen

Ihr  
  
 RA Christoph Bach  
 - Chefredakteur -

### Kollegenwerbung der Woche:

In der **Südwestzeitung** vom 31. März hat das 'mi'-Zeitungsauswertungsteam die Anzeige Ihres Kollegen **Dr. Ekkehard Engler, Johannes-Apotheke/Kornwestheim**, gefunden. Im Monat April präsentiert er unter der Überschrift „*Das Niesen ist des Wanderers Frust*“ in einem Text vorneweg verschiedene Tips für Pollen-Allergiker. Gefolgt von einem Veranstaltungskalender, der im April exakt ein Dutzend Eintragungen aufweist. Neben der besonderen Herausstellung von Venenmeßtagen, Diabetiker-Selbsthilfe-Gruppe und Blutdruckmessungen gibt es Seminare zum Nordic Walking, dem erfolgreichen Abnehmen mit LLID und sogar einen Lactatstufentest für Ausdauersportler. Ihr Kollege scheut sich auch nicht, die Dienstleistungen mit Preisen zu versehen - bis hin zu 80 € für den Lactatstufentest. Eine sehr schöne Anzeige, mit einem sympathischen Foto versehen - nachahmenswert! Eine Kopie der Anzeige können Sie per E-Mail unter [www.apotheke@markt-intern.de](mailto:www.apotheke@markt-intern.de) abrufen. **Stichwort: P 14/Gelungene Anzeige.**

„Ein Streber ist ein Mensch, der nach Dir die Drehtür betritt und vor Dir herauskommt.“

Sir Peter Ustinov

In Europas größtem Informationsdienstverlag...

steuertip finanztip  
 kapitalmarkt intern  
 GMBH Intern Bank intern  
 steuerberater intern  
 EXCLUSIV (Schweiz)


 ...erscheinen die wöchentlichen Branchenbriefe:  
 Auswärtige, Auto, Tankstelle, Waren, Schmuck, Unterhaltungs-, Apotheke, Installation, DOB, Fachhandel, Binn-, Fachhandel, Sport-, Fachhandel, Elektro-, Fachhandel, Möbel-, Fachhandel, Drogerie, Immobilien intern, versicherungstip, zins-markt intern, recht intern, inside track (USA)  
 Eisenwaren, Garten, Jugend, Fashion, Schuh, Foto, Tele, Kommunikation, Spielwaren, Modellbau, Basteln, Elektro-, Installation, Badmöbel, Wäsche, Möbel, Stoffe, Handarbeiten, Mittelstand, Parfümerie