

Herzlich willkommen im Jahr 2016 – in das wir gemeinsam mit Zukunftsthemen starten: ■ Apotheker Walter Bouhon – die modernisierte frei öl-Strategie ■ Apothekenumbau – eine 'Kleinigkeit', die die eigene Welt verändert ■ BVDK – Stellungnahme zum Antikorruptionsgesetz. Doch zunächst, sehr geehrte 'mi'-Partnerinnen und -Partner, geben wir wie auch in den Vorjahren einem Marktpartner die Gelegenheit, zu Wort zu kommen:

mea – meine apotheke wartet 2016 mit zahlreichen Neuerungen auf

Mehr Wirtschaftlichkeit, mehr Kompetenz, mehr Kundenbindung – das ist der Anspruch von **mea – meine apotheke**, um die Wettbewerbsfähigkeit der Teilnehmer zu erhöhen. Für 2016 setzt die **Sanacorp** auf zahlreiche neue Inklusivleistungen.



„Hierbei unterstützt uns der mit Apothekern besetzte mea-Beratung intensiv mit praxisrelevantem Input und leistet so einen sehr wertvollen Beitrag zum Erfolg der Kooperation“, schildert **Frank Hennings, Geschäftsführung Sanacorp/Planegg**, die Mitarbeit des Apothekergremiums. Neben dem kontinuierlichen Erfolgsnachweis des zusätzlichen Abverkaufs via IMS-Aktionscontrolling und Aktionsbarometer, bietet das Kooperationsprogramm allen teilnehmenden Apotheken ab Februar 2016 eine transparente Darstellung aller mea-Einkaufsvorteile im Warenwirtschaftssystem. Ganz neu ist das Kalkulationsmodul, das die mea-Teilnehmer bei der Optimierung von Verkaufspreisen im Nicht-Rx-Bereich unterstützt. Auch diese exklusive Serviceleistung trägt nachhaltig zur Ertragssteigerung der Kooperationsapotheken bei.



Frank Hennings

Vermarktungsstarke Aktionen und Serviceleistungen im Frei- und Handverkauf, wie hochwertige Ratgeber, neue Produktlinien der Eigenmarke sowie verschiedene Komplettpakete zu diversen Beratungsschwerpunkten sorgen für Frequenz und Zusatzumsatz. Beispielsweise unterstützt mea passend zum Frühjahr alle Teilnehmer mit Allergie-Ratgebern inklusive integriertem Pollenflugkalender und zu Ostern sind Kinderaktions-Pakete mit Bastelsets, Flyern, Plakaten

und attraktiven Gewinnen für die Teilnehmer verfügbar. Von einem neuen Familienkonzept mit den zeitlich flexibel buchbaren Aktionspaketen „Schwangerschaft“ und „Mein erstes Babyjahr“ profitieren ab dem zweiten Quartal 2016 alle Apotheken, die junge Familien im Fokus haben. Besonders freut sich Hennings darüber, dass er mit **Boehringer Ingelheim** einen neuen Förderlieferanten für mea gewinnen konnte. Damit wird das Kooperationsangebot mit namhaften Top OTC-Marken in verschiedenen Indikationsgebieten ab 1. Januar 2016 erweitert.

Auch das **Thema Nachhaltigkeit** behält die Kooperation 2016 fest im Blick: „Mit **TÜTLE** bieten wir gemeinsam mit 'Lieber Natürlich' den mea-Teilnehmern eine besonders umweltfreundliche Papiertüte an, die beispielsweise auch zum Sammeln von Bio-Abfällen genutzt werden kann. Darüber hinaus stellen wir zusammen mit der Organisation 'Plant the planet' sogenannte Baumparkarten und Stempel für die Apotheken bereit. Alle Kunden, die beim Einkauf auf eine Tüte verzichten, erhalten einen Stempel auf ihre Karte. Für zehn Stempel wird durch diese Organisation ein neuer Baum zur Reduzierung der globalen CO₂-Belastung gepflanzt“, so Frank Hennings.



Soweit die Tradition – denn auch in diesem Jahr haben wir einem bedeutenden **Marktpartner die Möglichkeit zur Eröffnung** gegeben. **Frank Hennings** hat das Angebot gern genutzt – und sich strikt an die Vorgabe gehalten, vor allem für die Apotheken nützliche neue Angebote 'seiner' Kooperation darzustellen. Und doch werden wir gemeinsam mit den mea-Mitgliedern die praktische Umsetzung nachverfolgen – typisch 'mi'.

frei öl startet mit frischem Konzept ins neue Jahr

„frei öl ist ein Urgestein der Apothekenkosmetik“ beginnt **Geschäftsführer Thomas Bauer** seine Ausführungen anlässlich eines Fachpresstages, zu dem die **Apotheker Walter**

Bouhon GmbH nach Nürnberg eingeladen hat. An dieser These lässt sich nichts aussetzen, schließlich wurde das Unternehmen 1954 gegründet und das Öl, das für „frei von



„Schwangerschaftstreifen“ und die darin steckende Öl-Kompetenz steht, wurde bereits 1966 in den Markt eingeführt. 2004 wurde das Unternehmen an **Nico Bouhon**, die nunmehr dritte Generation der Familie, übergeben. Im Jahr 2015 traten **Wilhelm Bouhon** und **Thomas Bauer** in die Geschäftsführung ein (s. Foto). Und in diesem Jahr feiert frei öl das 50-jährige Jubiläum!



Von links: Wilhelm Bouhon, Nico Bouhon und Thomas Bauer

„Unser frei öl PflegeÖl ist das meistverkaufte Körperöl in deutschen Apotheken“, fährt Thomas Bauer fort. Bei rund 1.500 Mitbewerbern ein tolles Ergebnis – doch, das mögen die Nürnberger entschuldigen, hat das Produkt nicht ein ziemlich angestaubtes Image? Und haben wir vor nicht allzu langer Zeit darüber berichtet, dass die Produkte unter **frei Hautpflege** laufen sollen?

Bauer kommt dem Aussprechen dieser Fragen zuvor und zeigt die Folie „50 Jahre frei öl – Der perfekte Zeitpunkt um durchzustarten“. Er führt dazu aus:



„Neben dem Schritt vom Markenname frei zu **frei öl** konzentrieren wir uns, frei nach dem Motto weniger ist mehr, auf unsere Kernkompetenzen. Während Mitbewerber im Wochen- oder Monatstakt neue Produkte auflegen, die Angebotskomplexität ständig zunimmt, wollen wir quasi unsere DNA nach außen tragen. Dazu werden wir das Sortiment um rund 40 % (oder von 54 auf 34 Produkte) straffen. Der Fokus wird ganz klar auf Öle und davon abgeleitete Kosmetikprodukte gelegt.“

Zu dieser strategischen Entscheidung ist das Bouhon-Geschäftsleitungsteam nicht zuletzt dank der fünf Apotheker in der Familie und durch den Erfa-Kreis gekommen, der sich aus 30 Apotheken bundesweit zusammensetzt. Zudem hat Geschäftsführer Thomas Bauer im zurückliegenden Jahr vie-

le Kunden vor Ort besucht und nach deren Wünschen befragt. Daraus resultieren die weiteren Maßnahmen:

„Der Vertrieb wird im Innendienst personell verdoppelt, die Außendienst-Mitarbeiter werden von Verkäufern hin zu Beratern und Trainern entwickelt, die den Apotheken wertvolle Unterstützung geben können.“

Klar, dass ein Unternehmen dieser Größenordnung den bundesweiten Außendienst nicht weiter ausbaut. So sind die Verdoppelung des Innendienstes sowie die Kompetenzsteigerung des Außendienstes die vernünftigsten Maßnahmen, um alle Apothekenkunden wirtschaftlich sinnvoll und dennoch gut zu betreuen. **Vorteilhaft sind für Sie auf jeden Fall das umsatz- und nachfrage-optimierte Sortiment**, die nachgewiesene Wirksamkeit/Hochwertigkeit der Produkte und die von Thomas Bauer betonte Nähe zur Apotheke.

Auch bei der Verkaufsunterstützung wird sich vieles tun. **Anna Reiners**, seit dem vergangenen Jahr als Marketingleiterin an Bord, erklärt:

„Wir werden in Zukunft wieder vermehrt Gynäkologen und Hebammen ansprechen. Dazu gehen spezielle Endverbraucherbroschüren an rund 5.000 Gynäkologen, diese sind auch bei Hebammen-Messen in Verteilung. Für insgesamt 18 unserer Produkte wird es auch Proben geben, die einen ersten Test problemlos ermöglichen.“

Zuerst werden Sie das neue Packungsdesign und die neuen, wertigen Glaspolymer-Flaschen bemerken. frei öl empfehlende Apotheken können die Verkaufsunterstützung in Form von Bodenaufstellern, Dekorationspaketen, Plakaten, Regalschienen sowie auch die vorgenannten Endverbraucherbroschüren nutzen. Durch die Experten-Information und Produktschulungen können Sie selbst sich auf den aktuellen Stand bringen lassen. 'markt intern' wird genau hinschauen, wie erfolgreich der Neustart läuft – übersenden Sie uns Ihre Erfahrungen dazu!

Die Unternehmensphilosophie

„Unsere Mission ist die Entwicklung und Produktion von Kosmetikprodukten von höchster pharmazeutischer Qualität. Dabei möchten wir die Balance aus Tradition und Moderne halten, bewährte und innovative Wirkstoffe miteinander kombinieren!“

Thomas Bauer

Apothekenumbau – ein lohnendes Großprojekt für Sie in 2016?

Die Renovierung einer bestehenden Apotheke ist für jeden Inhaber eine Herausforderung. Erstens muss der Betrieb der Offizin durchgehend gesichert sein, zweitens sind für die Maßnahme planerisch viele Hürden zu überwinden und drittens, beileibe nicht unwesentlich, müssen die aktuellen Zahlen stim-



Dr. Kristian Wippern mit Ehefrau Cornelia

men und eine Kalkulation von Kosten/Nutzen zu einem positiven Ergebnis führen.

Nun kann Ihr Chefredakteur nicht verhehlen, dass er Teilrenovierungen wie auch Komplett-Umbauten recht positiv gegenübersteht. Gleich nach Übernahme der Redaktion Apotheke/Pharmazie im Jahr 2009 blieb ein Besuch der Löwen-Apotheke in Kaiserswerth (bei Düsseldorf) unauslöschlich im Gedächtnis haften. **Apotheker Till Rathke** hatte

mithilfe seiner Planerin aus den Räumlichkeiten, die einem breiten, aber auch sehr langen Gang ähneln, dank eines durchdachten Lichtkonzeptes eine freundliche, einladende Offizin geschaffen.

In der Folge wurde der Neugestaltung von Offizinapotheken immer ein Augenmerk geschenkt. Die neuesten Erfahrungen resultieren aus dem Umbau der **Adler-Apotheke Wippern** in Glandorf (zwischen Osnabrück und Münster). **Apotheker Dr. Kristian Wippern** übernahm die seit 1830 bestehende Apotheke im Jahr 1994 von seinem Vater. Ihm zur Seite steht seine Frau, die Betriebswirtin Cornelia Wippern. Fürs Kaufmännische bestimmt eine gute Kombination!

Im vergangenen Jahr fiel der Entschluss zu einem vollständigen Umbau, nachdem aus vermeintlich stillgelegten Wasserleitungen Teile der Apotheke regelrecht abgesoffen waren. Der Elektriker schlug angesichts ungezählter, ungenutzter Kabel in der Decke nur noch die Hände über dem Kopf zusammen. Hauptauslöser war aber, dass sich das Bauchgefühl „wir müssten bald mal was tun“ nach einer objektiven Inaugenscheinnahme zur Gewissheit, **jetzt** etwas tun zu müssen, verdichtete.



Nun ging es also an die Suche nach einem Unternehmen, das Planung und Ausführung – am besten alles aus einer Hand – übernimmt. Gefunden wurde die Innenarchitektin **Dipl.-Ing. Renate Hawig** aus Dorsten. Mit ihr ging es konkret in die Planung und bald schon an die Umsetzung. Apotheker Wippern meint: „Frau Hawig ist super auf unsere Wünsche eingegangen. Manchmal habe ich, als Pharmazeut, mich gegen das Design durchgesetzt, so z. B. bei der Anordnung der Rezeptur – aus praktischen Gründen sollte sie zum Labor verlegt werden. Frau Hawig hat die Handwerker/Lieferanten mitgebracht, soweit wir nicht ortsansässige Unternehmer berücksichtigt wissen wollten. Sie hat alles überwacht und wir selbst hatten kei-

nerlei Probleme bei der Ausführung.“ Cornelia Wippern ergänzt: „Frau Hawig ist bei jedem wichtigen Schritt präsent gewesen, war sich nicht zu schade, mit Arbeitsklamotten und auf den Knien mit dem Zollstock jedes Maß zu überprüfen. Kein Schrank, keine Schublade durfte eingebaut werden, bevor sie diese freigegeben hatte.“



Vorab waren bereits die Brandschutzanlage, der Einbruchschutz und eine Überwachungsanlage modernisiert worden. Der eigentliche Umbau ging dann in fünf Wochen über die Bühne. Das Ganze ist so gut gelungen, dass die Adler Apotheke nun bei **Rowa** als Referenz abgebildet ist (s. www.rowa.de/index.php?id=397). Selbstverständlich haben wir für Sie weitere Bilder unter apotheke.markt-intern.de eingestellt. Schön ist nun alles, die Kunden finden die Räumlichkeiten so attraktiv, dass sie die helle Atmosphäre auch ohne Nachfrage des Inhabers von sich aus loben. Bereits in den ersten Tagen nach der stillen Neueröffnung meldeten sich Schulklassen zur Besichtigung an.

Aber was sagt die Betriebswirtin nach den ersten Monaten? Wir haben selbstverständlich nachgefragt: Zum einen ist die Zahl der täglichen Kunden, selbst nach Bereinigung um die ohnehin besseren Vorweihnachtszahlen, etwa um 20 % gestiegen. Die Zahl der belieferten Rezepte ist gestiegen. Definitiv sind neue Kunden hinzugekommen (auf dem Dorf kennt man seine Bestandskunden).

Diese Erfahrungen können wir aus vielen Beobachtungen bestätigen. Vielleicht setzen Sie den länger gehegten guten Vorsatz nun auch bald um? Es muss nicht unbedingt ein kompletter Umbau sein, möglicherweise genügt eine neue Lichtführung bereits, um Ihrer Offizin zu einer anderen Wahrnehmung zu verhelfen. Senden auch Sie uns gern Ihre Erfahrungen (positiv wie negativ) zu. Das Fazit von Apotheker Wippern lautet: „Ich freue mich jetzt, jeden morgen in die Apotheke gehen zu können – die Arbeit macht so einfach wieder viel mehr Spaß!“

Aktuelles und Wissenswertes – gefiltert, gemischt, gebündelt

Kernkompetenz Rezeptur: Wir legen Ihnen heute ein Buch ans Herz, das sich mit der Herstellung von Rezepturen, aber auch Abgabehinweise an Patienten beschäftigt und sich an alle Mitarbeiter in Ihrem Apotheken-Team richtet. Die Herstellung der Rezepturen war bereits vor der **Neufassung der Apothekenbetriebsordnung (ApBetrO)** im Jahr 2012 ein wichtiges Tätigkeitsfeld aller pharmazeutischen Mitarbeiter einer Apotheke. Auf Grund gestiegener Doku-

mentationspflichten ist sie seitdem allerdings deutlich aufwendiger geworden. Trotzdem sind Individualrezepturen einerseits von unschätzbarem Wert für Patientinnen und Patienten und für Apotheken eine sinnvolle Möglichkeit, ihre pharmazeutische Kompetenz unter Beweis zu stellen. In dem Ende 2015 erschienenen Buch 'Praxishilfe Rezeptur' erläutert Apothekerin und Autorin **Dr. Annina Berger** praxisnah und Schritt für Schritt die Herstellung eines Arzneimittels in der

Apotheke – angefangen von der **Kontrolle der ärztlichen Verordnung via Plausibilitätsprüfung** über die wichtigen Regeln zur **Konservierung der Rezepturen** und die damit verbundene **Festlegung der Aufbrauchfrist** bis hin zu Tipps zur **Planung der Herstellung**, zur **Vorbereitung des Arbeitsplatzes in der Rezeptur** und zur **Anfertigung verschiedener Arzneiformen** wie halbfeste und flüssige Zubereitungen, Kapseln und Augentropfen. Das vorgestellte Fachwissen ist am Ende eines jeden Kapitels übersichtlich zusammengefasst und lässt sich im **'Trainingscenter'** am Ende des Buches anhand ausgewählter Fragen noch einmal überprüfen. 2015, 196 Seiten, 19,80 € [D] ISBN 978-3-7692-6515-6, auch als E-Book: www.deutscher-apotheker-verlag.de.

BVDAK zu Anti-Korruptionsgesetz: Der Bundesverband Deutscher Apothekenkooperationen e. V. (BVDAK)/



Gilching bezieht in einer Pressemitteilung klar Stellung zum Anti-Korruptionsgesetz, das voraussichtlich in diesem Jahr in Kraft treten soll. Es fehle eine klar definierte Grenze zur Strafbarkeit, so der Verband. Einkaufs- und Marketingpartnerschaften seien ebenso zulässig wie Rabatte, Boni und Skonti. Das gelte auch für den zwingend nötigen Austausch zwischen Industrie und Kooperation und der Freiheit des Apothekers, eine Produktauswahl aus heilberuflichen und ökonomischen Aspekten heraus zu schaffen, heißt es weiter. Den eigentlichen Zweck des Gesetzes zur Bekämpfung der Korruption, das Vertrauen der Patienten durch unabhängige Entscheidungen der Heilberufe zu stärken, erfülle der vorgelegte Gesetzesentwurf laut **Dr. Stefan Hartmann**, Vorsitzender des BVDAK, nicht. Es bestünden sogar erhebliche Zweifel an der verfassungsrechtlichen Zulässigkeit des geplanten Gesetzes in dieser Form, denn die unterschiedlichen Kammerregeln der Bundesländer innerhalb eines Heilberufes ließen einen Apotheker oder eine Kooperation nicht erken-

nen, ob ein Verhalten unmissverständlich verboten sei. Immerhin hätten Vertreter der großen Koalition im Rahmen der ersten Lesung des Gesetzes „*einhellig*“ klargestellt, dass zulässige und erwünschte Kooperationen im Gesundheitswesen durch das Gesetz nicht angetastet werden sollen. Diesen Umstand begrüßt der BVDAK ausdrücklich. Der Verband bietet seinen Mitglieder neben einem Leitfaden zum Anti-Korruptionsgesetz auch ein Fachseminar/Workshop an, welches voraussichtlich im Frühjahr 2016 stattfinden wird. Dr. Hartmann abschließend: „*Der BVDAK fordert klare Regeln zum Korruptionstatbestand und keinen Generalverdacht gegen Apotheker und ihre Kooperationen.*“ Denn bliebe es beim Wortlaut des Gesetzes, könnte jeder Markteteiligte seine eigene Auslegung begründen. Das wäre sicherlich wenig zielführend!

Anwendungsfilm 'Fentanyl-ratiopharm Matrixpflaster':

Im Dezember hatte **ratiopharm/Ulm** Ihnen angeboten, eine **Schulungs-DVD** zur richtigen Anwendung des **Fentanyl Matrixpflasters** gegen schwere chronische Schmerzen, die nur mit Opioid-Analgetika behandelt werden können, abzurufen. Offenbar hat man mit dem **kostenlosen Service** den richtigen Ton getroffen, denn die Abteilung Marketing Generika Retail bei ratiopharm teilt uns mit: „*Es freut uns ganz besonders, dass wir bei allen Apotheken und Arztpraxen, die wir mit diesem Film ansprechen, eine sehr große positive Resonanz erzielen. Aufklären, Verständnis und Verständnis sind zentrale Themen in der Schmerztherapie. Zusätzlich zu den bisher angebotenen sieben Fremdsprachen gibt es den Film auf unserer Homepage im geschlossenen Bereich zum Downloaden nun auch in Französisch und Arabisch.*“ Wir haben uns den Anwendungsfilm auch angesehen und finden: ratiopharm hat Ihnen und Ihrem Team die Quintessenzen dieses beratungsintensiven Themas **professionell und schlüssig** herausgearbeitet und leistet echte Schützenhilfe für eine schwierige Beratung! Davon sehen wir gerne mehr.

Einen erfolgreichen Start ins neue Jahr!
Ihre



Ch. Bach

RA Christoph Bach
– Chefredakteur –



Kirstin Krämer

Kirstin Krämer M.A.
– Redaktionsleiterin –

Die schwierigste Aufgabe des Vaters zu Weihnachten: Den Kindern klarmachen, dass er der Weihnachtsmann ist, und der Frau klarmachen, dass er keiner ist.

Wie ist Ihnen dieser Spagat gelungen?

Impressum markt intern Apotheke/Pharmazie - Redaktion markt intern Verlag GmbH | Herausgeber: Olaf Weber | Leitender Redaktionsdirektor: Rechtsanwalt Lorenz Huck

markt intern Verlag GmbH, Grafenberger Allee 30, 40237 Düsseldorf, Telefon 0211 6698-0, Telefax 0211 6698-222, www.markt-intern.de | Geschäftsführer: Bwt. (VWA) André Bayer, Hans Bayer, Olaf Weber | Prokuristin: Sandra Kinder, M.A. | Justiziar: Rechtsanwalt Dr. Gregor Kuntze-Kaufhold | HRB 11693 | Sitz: Düsseldorf | Druck: Theodor Gruda GmbH, Breite Straße 20, 40670 Meerbusch | Vervielfältigung nur mit schriftlicher Genehmigung des Verlages | Anzeigen, bezahlte Beilagen sowie Provisionen werden zur Wahrung der Unabhängigkeit nicht angenommen

markt intern

Europas größte Brancheninformationsbrief-Verlagsgruppe kämpft mit allen ihren Redaktionen für den langfristigen Erhalt und die Stärkung des deutschen Mittelstandes. – Im **markt intern** Verlag erscheinen zumeist wöchentlich:

Steuern & Mittelstand:

- GmbH intern
- Ihr Steuerberater
- immobilien intern
- Mittelstand
- steuerberater intern
- steuertip
- umsatzsteuer intern

Auto & Technik:

- Automarkt & Tankstelle
- Büro-Fachhandel
- Elektro-Fachhandel
- Foto-Fachhandel & -Studio
- Telekommunikation
- Unterhaltungselektronik

Bauen & Wohnen:

- Eisenwaren/Werkzeuge/Garten
- Elektro-Installation
- Installation Sanitär/Heizung
- Möbel-Fachhandel

Gesundheit & Freizeit:

- Apotheke/Pharmazie
- Augenoptik/Optomietrie
- Hörgeräteakustik
- Parfümerie/Kosmetik
- Schuh-Fachhandel
- Spielwaren/Modellbau/Basteln
- Sport-Fachhandel

Mode & Lifestyle:

- Damenmode
- Dessous & Bodywear
- Herrenmode
- Uhren & Schmuck
- Wolle/Stoffe/Handarbeiten
- Young Fashion

International:

- EXCLUSIV (Schweiz)
- inside track (USA)

Im **kapital-markt intern** Verlag erscheinen wöchentlich: ▪ Bank intern ▪ finanztip ▪ kapital-markt intern ▪ versicherungstip

