

Pharmazeutische Horizonte

Drei Tage intensive Fortbildung in Vorträgen, Seminaren und Foren, über 3500 Apothekerinnen, Apotheker und PTA – die Interpharm Hamburg, die vom 28. bis 30. März im Kongresszentrum der Hansestadt stattfand, war wieder ein voller Erfolg. Mit den angebotenen Fortbildungsthemen konnte jeder Teilnehmer seinen pharmazeutischen Horizont erweitern. Auf einer pharmazeutischen Ausstellung mit rund 70 Ständen informierten pharmazeutische Hersteller und Firmen für pharmazeutischen Bedarf die Teilnehmer über die Produktpalette und aktuelle Entwicklungen. Die große Teilnehmerzahl beweist: Auch wenn die Stimmung in Apotheken derzeit auf einem Tiefpunkt angelangt ist, auch wenn Existenzängste umgehen und die Reformvorhaben der Bundesregierung auf Änderungen in unserem Apothekenwesen hinweisen – die Apothekerinnen und Apotheker resignieren nicht. → 40

Mit Versandhandel die Zukunft sichern?

Wenn es nach der Regierung geht, ist der Fall des Versandhandelsverbots für Arzneimittel bereits beschlossene Sache. Intensiv arbeiteten die Beamten des Bundesministeriums für Gesundheit und Soziale Sicherung (BMGS) an der Ausgestaltung der dazu nötigen gesetzlichen Vorschriften. Allen voran der Apotheker Dr. Gert Schorn, im BMGS zuständig für das Apothekenrecht. Auf der Interpharm stellte sich Schorn der Apothekerschaft. In seinem Seminar „Regierung pro Versandhandel: Wie können die Apotheken damit leben?“ versuchte er, Apothekerinnen und Apothekern den Versandhandel schmackhaft zu machen. Schorn zufolge sei dieser neue Vertriebsweg eine Chance, die die Zukunft der Apotheker sichern könnte. → 49

Marketing für frei-kalkulierbare Produkte

Seit der GKV-Markt nur noch magere Gewinnspannen bietet, richtet sich das Interesse der Apotheken verstärkt auf die nicht preisgebundenen apothekenüblichen Waren. Hier gelten die Regeln des freien Markts, doch welche Marketingstrategien bieten die besten Chancen? Hierzu liegt nun eine Studie vor, die auf Befragungen von Kunden in zwölf Apotheken basiert und deren Ergebnisse teilweise recht überraschend sind. → 60

Vardenafil: rasche Wirkung für Spontane

Vardenafil (Levitra®) ist nach Sildenafil (Viagra®) und Tadalafil (Cialis®) der dritte orale Phosphodiesterasehemmer zur Behandlung der erektilen Dysfunktion, der bei uns auf den Markt kommt. Alle drei Substanzen wirken vergleichbar gut. Sie unterscheiden sich in ihrer Pharmakokinetik und bei den Nebenwirkungen. Vardenafil hat den schnellsten Wirkungseintritt. → 30

→ Die Seite 3

3

→ Prisma

Autoimmunerkrankungen: Hilfe durch eine Wurmkur? • Gedächtnis: Zitronenmelisse gegen das Vergessen • Genforschung: Mäuse im Hasengalopp • Schwangerschaft: Fruchtwasseruntersuchungen bald passé? • Galenik: Gehaltvolle Kontaktlinsen

→ Wichtige Mitteilungen

10

Die Arzneimittelkommission der Deutschen Apotheker informiert

→ Arzneimittel-Info

17

Pharmahersteller informieren

→ Cartoon

19

→ DAZ aktuell

20

Rürup-Kommission: Kanzleramt erwartet im April gemeinsames Ergebnis

20

Das ZL teilt mit:

Warnung vor 0190er Nummer zu Cialis

20

Hausarzt als Lotse: Ein Euro Zuzahlung

20

Akkreditation erfolgt:

Erstes Disease-Management-Programm da

21

Angestellte bei Ministerin Schmidt:

Sorgen thematisiert

21

Arzneimittelfälschungen: Lückenlose

Dokumentation der Vertriebskette gefordert

24

Süßstoff und Sauerstoff (Glossay)

24

Emnid-Umfrage: Bevölkerung für schnellen

Zugang zu neuen Medikamenten

26

→ Fachliteratur

28

→ Arzneimittel und Therapie

30

Neuer oraler PDE-5-Hemmer Vardenafil: rasche Wirkung für Spontane

30

Testosteron-Mangel-Syndrom: Hormonersatz steigert bei Männern die Lebensqualität

31

Behandlung der Psoriasis: Klinisches Entwicklungsprogramm zu Adalimumab erweitert

34

Atypische Neuroleptika: Risperidon bei autistischen Kindern mit schweren Verhaltensproblemen

36

IRIS-Studie: Imatinib bei chronisch-myeloischer Leukämie gut wirksam

37

Aus der Forschung: In-vitro-Modell der menschlichen Cornea als Ersatz für Tierversuche

39

→ Kongress

40

DAZ-Redaktion
Pharmazeutische Horizonte
(Bericht von der Interpharm Hamburg)

→ Management

60

T. Müller-Bohn
Marketing für frei-kalkulierbare Produkte:
Wie reagieren die Kunden?