

EDITORIAL

2 KONZEPT & PRAXIS

Erfolgsrezept:
Partnerschaft im GEHE-Commitment **3**

Zukunftssicherung:
Lebensqualität aus der Apotheke: *gesund leben* **5**

Zukunftssicherung:
Das neue Eigenmarkensortiment *gesund leben* **6**

Der Mensch im Mittelpunkt:
Vom Category Management profitieren **7**

Mit Commitment Segel setzen:
gesund leben Cup 2006 in Hamburg **9**

Fortbildung mit der GEHE Akademie:
Punkten Sie mit Wissen! **10**

Optimale Einkaufsstrategien in Offizin-Apotheken:
Ergebnisse einer Prozesskostenanalyse in sechs Apotheken **11**

Segel setzen!

Die Folgen des Arzneimittelver-
sorgungs-Wirtschaftlichkeitsgesetz
sind noch nicht verkraftet, da steht
den Apotheken bereits eine neue
Gesundheitsreform ins Haus.
Auch dieses Reformwerk wird bei
den Apotheken – soviel ist sicher
– zu spürbaren Umsatz- und Ertrags-
rückgängen führen. Die deutsche
Apothekenlandschaft wird sich verän-
dern. Zwar wird der Gesundheitsmarkt
nach den Prognosen aller Experten
auch in Zukunft wachsen, aber ein
automatisches Wachstum für jede
Apotheke bedeutet dies nicht. Jetzt
heißt es: Die Apotheke muss ihren
neuen Kurs finden.

Eine gutgehende Apotheke wird
in Zukunft mehr denn je diejenige
Apotheke sein, die es versteht, die
Kundenfrequenz zu erhöhen und ihre
Kunden zu binden. Der Ertrag aus
dem Geschäft mit der gesetzlichen
Krankenversicherung wird weiter
schrumpfen – das OTC-Geschäft,
Zusatzverkäufe und Serviceangebote
werden stärker in den Mittelpunkt
rücken. Dafür sind ein engagiertes
Team und clevere Konzepte gefragt.
Zum A und O werden fortwäh-
rende fachliche Fortbildung und
Kommunikationsschulungen der
Mitarbeiter gehören, ein individuell
angepasstes Marketing, ausgerichtet
auf die Zielgruppen der Apotheke
und optimale Einkaufsstrategien.
Gerade beim letzten Punkt zeigte eine
Untersuchung, dass solche Strategien
nicht immer gleichzusetzen sind mit
Direkt- oder Überweisungsgeschäften.
Einer aktuellen Untersuchung
zufolge (siehe Seite 11 in diesem
Heft) verursacht das standardisierte
Großhandelsgeschäft die geringsten
Prozesskosten für die Apotheke.
Also, auch wenn die Großwetterlage
schwieriger wird: Setzen Sie die Segel!
Mit einer motivierten Mannschaft,
Ihrem gut ausgestatteten Boot
Apotheke und einem starken Lot-
sen an der Seite halten Sie Kurs in
Richtung Erfolg.

Peter Ditzel

Impressum

Beilage der Deutschen Apotheker Zeitung
im August 2006

Herausgeber
Apotheker Dr. Klaus G. Brauer
Apotheker Peter Ditzel

Redaktion
Rosemarie Zundler

Verlag und Sitz der Redaktion
Deutscher Apotheker Verlag,
Dr. Roland Schmiedel GmbH & Co.,
Birkenwaldstraße 44, 70191 Stuttgart,
Postfach 10 10 61, 70009 Stuttgart

Satz und Layout
Deutscher Apotheker Verlag,
Birkenwaldstraße 44, 70191 Stuttgart

Abbildungen
GEHE Pharma Handel GmbH

**Druck und buchbinderische
Verarbeitung:**
W. Kohlhammer Druckerei
GmbH + Co. KG,
Augsburger Str. 722,
70329 Stuttgart

© 2006 Deutscher Apotheker Verlag,
Stuttgart

Dieses Supplement zur
Deutschen Apotheker Zeitung
erscheint im Auftrag der GEHE
Pharma Handel GmbH

