

NEUE WEGE

03 Juni 2020

APOTHEKEN INNOVATIONEN MENSCHEN

DIGITAL

Coro NA

KLAR!

DIE DIGITALISIERUNG IST DA!

So bringen Sie Ihre Apotheke
online groß raus

Corona: Stressige Zeiten in
der Offizin gut bewältigen

INHALT



DIE DIGITALISIERUNG DER ZUKUNFT IST: JETZT!

Die Corona-Krise hat sich als starker Motor für die Digitalisierung erwiesen. Vieles, was bis vor Kurzem noch in weiter Ferne schien, ist plötzlich Realität. Ob Telemedizin oder E-Rezept – das Gesundheitswesen ist im rasanten Wandel. Die Initiative pro Apotheke vor Ort (pro AvO) hat ein attraktives Digitalisierungspaket geschnürt, geht jetzt mit einer App für das E-Rezept an den Start.

Seite 6-9

News: Kurz & Kompakt

Seite 4-5

apora: Ein Portal für 19.000 Apotheken

Mit dieser Branchenlösung online gut aufgestellt sein

Seite 10-11

Branchenzitate

Wirkt die Wertschätzung der Kunden über die Corona-Krise hinaus?

Seite 12-13

Alles andere als Alltag

Vier Apotheker erzählen, wie sie die letzten Wochen erlebt haben

Seite 14-15

Braucht die Medizin in Zukunft noch Ärzte?

Wissenschaftsjournalist Christian Maté zum Thema

künstliche Intelligenz

Seite 18-19



SOFA-KONZERT MIT ELPHI@HOME

Sie wollten in der Elbphilharmonie in Hamburg schon immer mal in der ersten Reihe sitzen? Dann nutzen Sie jetzt das online-Angebot der Elphi

Seite 20-21

SO BEWÄLTIGEN SIE STRESSIGE ZEITEN

Die psychologische Beraterin Tatiana Dikta gibt Tipps, wie Apotheken-Teams in Corona-Zeiten und danach die Ruhe bewahren können

Seite 16-17



gesundleben
Apotheken **SPECIAL**

Diese gelas sind einfach spitze

Die Gewinner des gela-Awards stehen fest

Seite 22-25

Lehren aus Corona:

„Die Hersteller nach Europa zurückholen“

Dr. Hubertus Cranz, Geschäftsführer des Bundesverbands der Arzneimittel-Hersteller (BAH), im Interview

Seite 26-27

Schnelle Hilfe bei typischen Sommerkrankheiten

Das steckt hinter Sonnenbrand, Sonnenstich und Reiseübelkeit

Seite 28-29

TRENDSPORTARTEN 2020

Mit Trailrunning und Stand-up-Paddling fit für den Sommer werden

Seite 30

Internationale Apotheke

Seite 31

Impressum

Seite 29



MIT UNS SIND SIE DIGITAL GUT AUFGESTELLT

Auf die Apotheke vor Ort ist Verlass. Das hat sie in den vergangenen Wochen während der Corona-Pandemie einmal mehr bewiesen. Sie genießt ein enormes Ansehen in der Bevölkerung. Auf diese Vertrauensbasis können die Apotheken auch in Zukunft bauen, wenn es darum geht, sich digital für die Zukunft aufzustellen.

Ab 2022 wird das E-Rezept verpflichtend eingeführt, das Papierrezept wird verdrängt. Zukünftig wird es daher noch wichtiger werden, die Vorteile der Online- und der Offline-Welt miteinander zu verbinden. GEHE unterstützt Sie dabei nach dem Motto: Digital agieren, vor Ort profitieren.

Wir haben ein attraktives Digital-Paket für Sie zusammengestellt, mit dem Sie bestens auf die anstehenden Herausforderungen vorbereitet sind. Dazu gehört die Plattform „apora“, eine Marke von pro AvO, die wir am 17. Juni vorgestellt haben. Ob digitales Schauwindow, Google my Business oder attraktiver Webshop: Wir freuen uns darauf, mit Ihnen „online“ die Zukunft aktiv zu gestalten.

Herzlichst

Ihr Dr. Peter Schreiner
Peter.Schreiner@gehe.de

KURZ & KOMPAKT

Loben fördert

Konzentration in Klassen

Kinder, die öfter gelobt werden, arbeiten konzentrierter. Das haben Forscher der Brigham Young University herausgefunden. Wer öfter lobt als tadelt, erhöht die Aufmerksamkeitsspanne bei jungen Schülern um bis zu 30 Prozent. Das Forschungsteam hatte 2500 Schüler an 19 Schulen in genau jener Zeit beobachtet, in der sie sich sonst zumeist wenig konzentrieren können und leicht ablenken lassen. Die Lehrer waren angehalten, die Acht- bis Zwölfjährigen für Hilfsbereitschaft und Aufmerksamkeit explizit zu loben. Das Prinzip funktionierte. Unter anderem auch deshalb, weil Lob ein Feedback ist, das dazu anregt, sich weiterhin so positiv zu verhalten.

Kontaktlinsen sollen Diabetikern helfen

Diabetiker müssen regelmäßig ihren Blutzuckerspiegel messen. In Zukunft könnte möglicherweise eine neu entwickelte Kontaktlinse diese Aufgabe übernehmen – und sogar direkt die passende Dosis eines entsprechenden Medikaments freisetzen. Möglich wird dies durch einen in den Rand der Linse integrierten Biosensor, der den Glukosegehalt der Tränenflüssigkeit misst sowie ein ultradünnes Wirkstoffreservoir, das sich ferngesteuert öffnet. Erste Labortests seien erfolgreich verlaufen, so die Forscher.

(Quelle: Wissenschaft.de)



INDOOR-MICROGREENS

Grünpflanzen in Miniaturgröße liegen voll im Trend. Gemeint sind Gemüse- und Kräuterpflanzen wie Kresse, Rauke, Blattsalat oder Sprossen. Sie können beispielsweise auf der Fensterbank in der Küche oder in Form einer Pflanzenwand im Wohnzimmer angebaut werden. Microgreens haben es in sich: Sie sind meist in Bio-Qualität und nachhaltig, stecken voller Nährstoffe, benötigen wenig Platz und geben dem Essen den gewissen Pfiff – nicht nur geschmacklich, denn das Auge isst bekanntermaßen mit. Wer sich an der Do-it-yourself-Variante versuchen möchte, benötigt lediglich Samen, Blumenerde und einen Behälter, ein Eierkarton reicht schon aus. Und wer es unkomplizierter mag, greift auf bereits fertige Microgreen-Anbau-Sets zurück. Sobald sich die Keimblätter entwickelt haben, können die essbaren Pflänzchen nach etwa zwei Wochen geerntet werden.

CATEGORY MANAGEMENT

ZUFRIEDENE KUNDEN UND MEHR ABSATZ DURCH STIMMIGE PRÄSENTATION DER WARE



Mit einer klugen Warenpräsentation und einer geschickten Inszenierung der Geschäftsräume – Kern des sogenannten Category Managements – können Apotheken den Umsatz und den Absatz in den Bereichen OTC und Freiwahl deutlich steigern. Denn die meisten Kunden entscheiden erst direkt vor dem Regal,

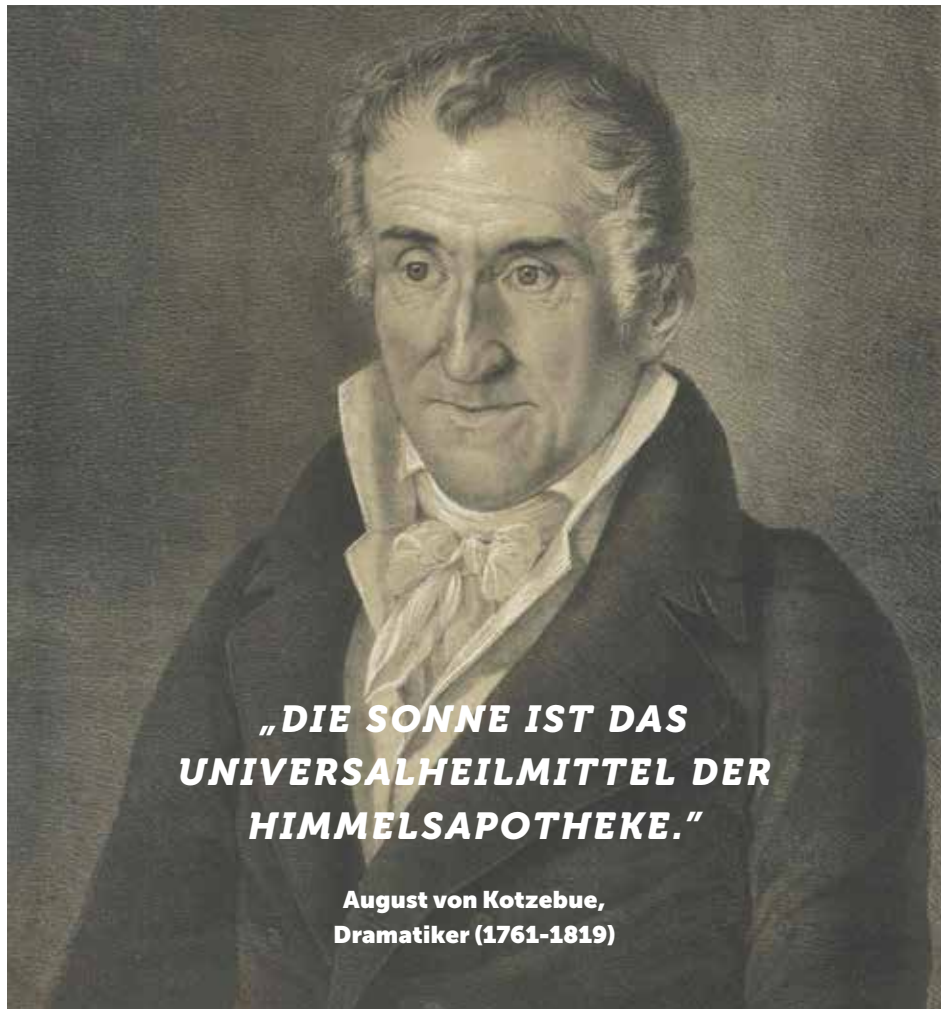
welche Marke, Ausführung und welchen Duft oder Geschmack sie kaufen möchten. Beim Category Management ist es wichtig, immer vom Kunden aus zu denken. Welche Bedürfnisse hat er? Wie kann man ihm den Einkauf und den Aufenthalt in einer Apotheke so angenehm wie möglich gestalten und die Orientierung erleichtern? Bei der Umsetzung geht es beispielsweise um die übersichtliche Darstellung des Sortiments in nachvollziehbaren Kategorien, die optimale Breite und Tiefe und die logische Anordnung.

ZAHL DES MONATS



20. JUNI

In Deutschland, Europa und auf der gesamten Nordhalbkugel der Erde ist der längste Tag des Jahres 2020 der 20. Juni. Die Sonnenwende findet um 23:43 Uhr MESZ statt. Hier markiert die Sonnenwende im Juni den Sommeranfang nach astronomischer Definition.



**„DIE SONNE IST DAS
UNIVERSALHEILMITTEL DER
HIMMELAPOTHEKE.“**

**August von Kotzebue,
Dramatiker (1761-1819)**



KUSCHELN IST GUT FÜRS GEHIRN

Intensiver Körperkontakt zwischen Mutter und Kind fördert die Entwicklung des frühkindlichen Gehirns. Das haben Wissenschaftler der Florida Atlantic Universität herausgefunden. Bislang war bekannt, dass Haut an Haut auf Mamas Brust besonders Frühchen gut tut. Doch diese Methode wirkt sich positiv auf alle Babys aus. Im Test wurden Mütter gebeten, ihre Neugeborenen sechs Wochen lang jeden Tag eine Stunde lang nackt vor der Brust zu tragen – wie in einem kuscheligen Känguru-Beutel. Mütter in einer Kontrollgruppe wurden gebeten, ihre Kinder auf ein Stillkissen zu betten. Das Ergebnis: Bei Kindern, die engen Körperkontakt genossen hatten, gab es eine Asymmetrie in der Hirnaktivität zwischen den beiden Hirnhälften. Das ist ein Zeichen für fortgeschrittene Hirnaktivität. Bei Kindern der Vergleichsgruppe gab es diesen Effekt nicht.

Quelle: Spektrum der Wissenschaften, Gehirn&Geist



DIE ZUKUNFT DER DIGITALISIERUNG IST: JETZT!

Die Corona-Pandemie hat sich als Motor für die Digitalisierung erwiesen. **PLÖTZLICH IST REALITÄT, WAS NOCH VOR KURZEM ALS ZUKUNFTSMUSIK GALT.** Auch die Weichen für das E-Rezept, das 2022 kommt, werden jetzt gestellt.

Es gibt Schlagzeilen, die hätte noch Anfang des Jahres niemand für möglich gehalten: „Durch Corona wird das Internet zur Selbstverständlichkeit“ ist eine. „Coronavirus beschleunigt die Digitalisierung der Wirtschaft“ oder „Per neuer Video-App Apotheken-Kunden zu Hause beraten“ zwei andere. Wer noch vor kurzem dachte, die Digitalisierung des Gesundheitswesens sei Zukunftsmusik, wird nun feststellen: Digitalisie-

rung ist jetzt! Die weltweite Pandemie hat sich als Beschleuniger erwiesen und einer Entwicklung ordentlich Dampf gemacht.

Dass man ab 2022 seine Rezepte online einreicht? Das ist plötzlich mehr als naheliegend in einer Zeit, in der sich selbst 80-jährige Patienten ganz selbstverständlich per Telemedizin von ihrem Hausarzt behandeln lassen, um nicht persönlich in der Praxis vorstellig wer-

den zu müssen. Genau zum passenden Zeitpunkt geht jetzt die Initiative pro Apotheke vor Ort (pro AvO) mit ihrer Plattform „apora“ online. Am 17. Juni fiel der Startschuss für das Digitalpaket, mit dem Apotheken bestens aufgestellt sind (siehe Seite 10-11). Bei pro AvO haben sich die Großhändler GEHE und Sanacorp sowie Noventi, der Wort&Bild Verlag und BD Rowa zusammengeschlossen, um DIE Branchenlösung für alle 19.000 Apotheken vor Ort anzu-

bieten. In Zukunft wird es auch möglich sein, über diese Plattform das E-Rezept online zu übermitteln.

Der Entwicklung können die Apotheken positiv und gelassen begegnen. Denn: Digital ist das neue Normal. Das belegen auch aktuelle Zahlen zum Kundenverhalten. Mehr als jeder zweite Deutsche hat 2019 in einer Versandapotheke bestellt. Weil es günstiger ist (65,8 Prozent, Quelle: Statista 2017) oder die Ware bequem nach Hause geliefert wird (56,6 Prozent).

Die lokale Apotheke, das zeigt auch Corona, kann hier sehr gut mithalten. Same Day Delivery ist ihr absoluter Vorteil. Gut die Hälfte der Käufer schätzt es, dass eine Bestellung rund um die Uhr möglich ist. Was alle diese Kunden eint: Man erreicht sie nur dann, wenn man als Apotheke digital gut aufgestellt ist. Ob Online-Shopping oder Fitness-App – das Smartphone ist aus dem Leben nicht mehr wegzudenken. Das kann man gut finden oder auch nicht. Fest steht: Wenn der Kunde im Netz ist, sollte die Apotheke vor Ort auch dort sein.

Dass diese ein enormes Vertrauen genießen, hat sich in der Corona-Krise einmal mehr gezeigt. In dieser schweren Zeit haben die Apotheken-Teams Unglaubliches geleistet. Sie haben bewiesen: Auf sie ist Verlass. Das ist ein Pfund, mit dem sie auch in Zukunft wuchern können. Denn zufriedene Kunden werden ihrer Apotheke vor Ort auch digital die Treue halten. Und das ist wichtig, denn spätestens Ende 2021 werden 80 Prozent des Umsatzes über diesen Weg generiert.

Dabei möchte GEHE Apotheker unterstützen. Als zuverlässiger Großhändler macht er seine Partner fit für die digitale Patientenansprache. Ob Google my Business, Social Media, Digital In-store Medien, eine Website oder der Webshop: GEHE hat für jede Apotheke vor Ort die passende Lösung. Mit dem Digitalisierungspaket bietet GEHE Unterstützung entlang der gesamten Customer Journey, d.h. den Patientenkontakt vom Entstehen des gesundheitlichen Problems bis zur Einlösung der ärztlichen Verschreibung. Motto: digital agieren – vor Ort profitieren!

WEBSHOP: DAS E-REZEPT KANN KOMMEN

JETZT NEU!

Im Sommer geht der neue Webshop mit Website für gesund leben-Apotheken online. Er ist die Schnittstelle zur Initiative pro Apotheke vor Ort (pro AvO). Damit sind diese bestens für die Digitalisierung des Gesundheitswesens und die Einführung des E-Rezepts 2022 gerüstet. Die Features: Botendienste, Same Day Delivery, ein Design, das individuell an jede Apotheke angepasst werden kann, sowie moderne Bezahlmöglichkeiten wie Paypal. Abgerundet wird das Angebot durch einen Apothekenfinder und die Möglichkeit, die direkte Anbindung an die Warenwirtschaft der Apotheke hinzuzubuchen.



DAS DIGITALE SCHAUFENSTER

Das digitale Schaufenster ist ein Publikumsmagnet. Rund sechs Minuten informieren sich Kunden davor über Produkte und Neuigkeiten aus den Bereichen Gesundheit und Medizin. Damit ist das digitale Schaufenster eine optimale Werbefläche, um das eigene Angebot nach außen zu präsentieren. Es sollte interessant und ansprechend gestaltet sein, informieren, aber auch neugierig machen. Es ist die erste Visitenkarte der Apotheke, die zeigt: So sind wir! Zugleich stellt es eine Einladung da und bittet die Kunden hereinzukommen. Wer sich schon im Schaufenster modern und auf dem neuesten Stand darstellt, dem potenziellen Kunden gut aufbereiteten Content bietet und vielseitig ist, setzt einen ersten Impuls für den Kundenkontakt. Das digitale Schaufenster ist der Türöffner.



DIGITAL INSTORE MEDIEN

Digitale Instore Medien können nicht nur im Schaufenster, sondern auch in der Verkaufsfläche oder auf einem kleinen Display an der Kasse platziert werden. Dort kann das Apothekenteam Produkte bewerben oder auf bestimmte Serviceleistungen aufmerksam machen. Denn bis zu 70 Prozent aller Kaufentscheidungen werden erfahrungsgemäß im Geschäft selbst getroffen. Den Inhalt für digitale Displays liefert ab Anfang 2020 GEHEs neuer digitale ContentService von gesund leben. Wir bieten – genau wie im digitalen Schaufenster – verbraucherrelevante Informationen, aktuelle Themen und Trends.

SOCIAL MEDIA

Die meisten Menschen, die das Internet als Informationsquelle nutzen, sind auch in den sozialen Medien aktiv. Facebook und Instagram gehören für sie zur „Pflichtlektüre“. Apotheken können diese Plattform nutzen, um sich als Dienstleister und ihre Produkte zu positionieren. GEHE schult bereits seit 2 Jahren PTA und Apotheker, wie man diese digitalen Kommunikationskanäle nutzen, dort einen engen Kontakt zu Kunden aufbauen, seinen Bekanntheitsgrad steigern und Zielgruppen ansprechen kann.

GOOGLE MY BUSINESS

98 Prozent aller Recherchen beginnen im Internet bei Google. Täglich gibt es weltweit 3,5 Milliarden Suchanfragen. Statistisch gesehen tippt dort jeder User täglich 3,4 Mal eine Frage ein. Bei mehr als 50 Prozent dieser Anfragen suchen die Internetnutzer eine Adresse oder eine Telefonnummer. Umso wichtiger ist es, potenziellen Apothekenkunden schon an dieser Eingangspforte ins Internet freundlich „Hallo“ zu sagen. Wer hier mit einem gelungenen Unternehmensprofil präsent ist, wird sich über zahlreiche neue Kunden freuen können. Google my business bietet die Möglichkeit, relevante Informationen der Apotheke auf einen Blick abzurufen und auf den Webshop und Website zu verlinken. Möglich ist auch die schnelle Kontaktaufnahme durch den „Call to Aktion-Button“ und das Hochladen von Apotheken- und Produktbildern. Es bietet ein kostenloses, digitales Branchenverzeichnis, macht die Firmen auf einer Suchseite und in Karten sichtbar und verbessert damit die Auffindbarkeit der Offizin.

3 FRAGEN AN...



TANJA WILCKE

LEITERIN KOMMUNIKATION
UND DIGITALE TRANSFORMATION GEHE

Sie sind seit 2012 für die digitalen Themen bei GEHE verantwortlich. Gerade in diesem Bereich tut sich gerade sehr viel. Wie ist der Stand der Dinge?

Das Thema Digitalisierung hat gerade jetzt enorm Fahrt aufgenommen. Die Corona-Pandemie ist ein Katalysator. Ob E-Rezept und technische Infrastruktur, Webshops und Plattformen, Websites, Social Media oder Google my Business und Botendienst – diese Themen sind plötzlich bei jedem Apothekengespräch wichtig. Die Frage ist nicht mehr: Kommt die Digitalisierung überhaupt, sie ist jetzt einfach da. Wir diskutieren nicht mehr über das Wann, sondern über das Wie. Was bringt der lokalen Apotheke wirklich etwas, was erwartet der Patient?

Sie haben bereits 2017 zusammen mit dem Partner Mauve den silbernen Vision.A Award für Ihren gesund leben Website Service gewonnen. Mit den Preisen werden Kampagnen, kreative Ideen, aber auch beispielgebende und außergewöhnliche Digitalprojekte in Pharma und Apotheke ausgezeichnet. Warum hatte GEHE schon damals die Nase vorn?

Das neue damals war die automatisierte Content-Erstellung. Unsere gesund leben-Apotheken hatten automatisch die aktuellen Marketingaktionen online wie offline. Dass es damals schon ein Shopangebot gab, war eher zweitrangig. Dieses Jahr sind wir übrigens wieder auf der Shortlist – mit unseren Influencer-Seminaren, die wir seit zwei Jahren in ganz Deutschland durchführen.

In diesen Tagen ist der neue Webshop live gegangen. Was hat sich geändert?

Der Fokus liegt jetzt auf den zeitgemäßen Features wie modernen Zahlungsmöglichkeiten, einer Anbindung an die Warenwirtschaft der Apotheken, einem Botendienst und einem vollfunktionsfähigen Webshop. Und natürlich der Schnittstelle zu pro AvO! Neu ist auch, dass wir die Individualisierbarkeit ausweiten. Jede Apotheke kann ihr Logo einbinden und das Design so gestalten, dass es zur Corporate Identity passt. Das Ziel muss sein, dass der Kunde seine Apotheke vor Ort ganz einfach auch online findet. Bis das E-Rezept endgültig kommt, haben wir lokal die Chance, digital zu werden und so unsere Kunden zu begeistern.

**WIR ALLE NUTZEN
HÄUFIG DAS
INTERNET**

SO PRÄSENT IST DAS INTERNET IN UNSEREM LEBEN

63 MIO.
NUTZEN DAS
INTERNET

50 MIO.
NUTZEN ES
TÄGLICH

65,8 %
GÜNSTIGE
PREISE

3 STD.
TÄGLICH IM
SCHNITT

**WIESO
MENSCHEN
ONLINE
BESTELLEN?**

25 %
INFORMIEREN SICH
IN DER OFFIZIN
UND BESTELLEN
ONLINE

56,6 %
LIEFERUNG NACH
HAUSE

56,4 %
DER DEUTSCHEN HABEN
2019 IM INTERNET IN
EINER VERSANDAPOTHEKE
BESTELT

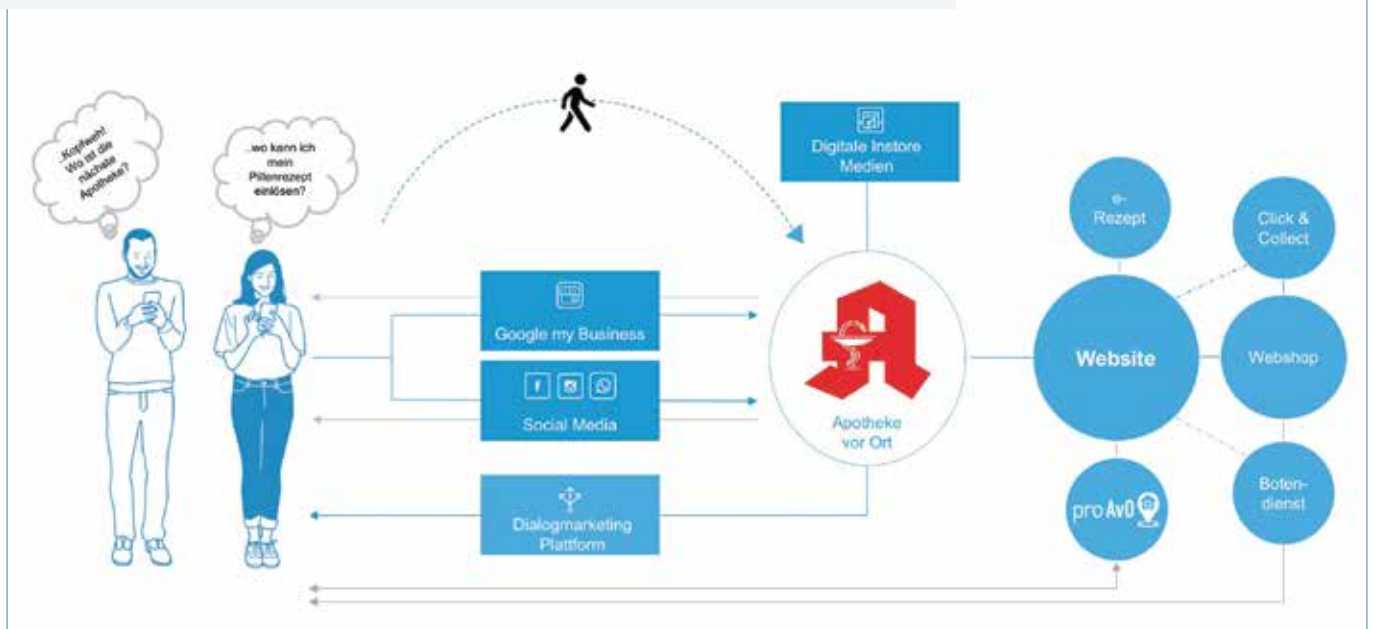
88 %
DER RECHERCHEN
BEGINNEN MIT
GOOGLE

70 %
DAVON BESTELLEN
MIT DEM
SMARTPHONE

79 %
GEHEN MIT DEM
SMARTPHONE
INS NETZ

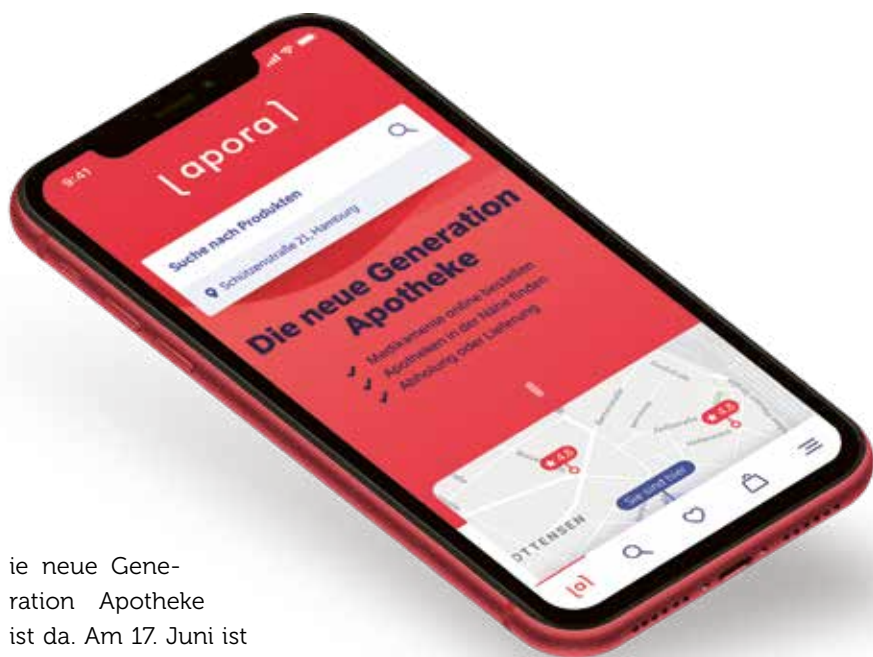
MIT DEM
SMARTPHONE
SOGAR
98 %

UNSERE DIGITALEN SERVICES AUF EINEN BLICK



apora

EIN PORTAL FÜR 19.000 APOTHEKEN



Der Startschuss ist gefallen. **pro AvO GEHT MIT DER PLATTFORM „apora“ AN DEN START.** Damit sind Apotheken bestens aufgestellt – auch für das E-Rezept.

Die neue Generation Apotheke ist da. Am 17. Juni ist der Startschuss für die Plattform „apora“ gefallen. Sie versteht sich als übergreifender Marktplatz, auf dem Apotheken vor Ort für ihre Kunden online sichtbar werden. Ob von zu Hause oder unterwegs: Mit ihr erreicht jeder Apotheker 83 Millionen Menschen in Deutschland: mit Laptop oder Desktop-PC, Tablet oder Smartphone.

Die digitale Branchenlösung für alle Apotheken startet die Initiative pro AvO (siehe Kasten rechts). Alles, was die teilnehmenden Apotheken brauchen, ist ein Internetanschluss. Das eigene Cockpit stellt apora zur Verfügung. Damit können Apotheker individuelle Daten hinterlegen, Bestellungen bearbeiten und Preise pflegen. Wer schon einen Online-Shop hat, kann Preise, Stammdaten und Bestellungen unkompliziert einbinden. Zusätzlich zu den Bestell-, Bezahl- und Lieferfunktionen sind Apotheken mit apora bestens auf die Einführung des E-Rezepts und die Telemedizin vorbereitet.

Mit apora haben die Anbieter nicht nur die Apotheker, sondern auch die Endkunden im Blick. Denn sie sind es, die entscheiden, wie und wo sie einkaufen. Und sie entscheiden später auch, wo sie das E-Rezept, das 2022 zur Regel werden soll, einlösen werden. Deshalb ist apora besonders benutzerfreundlich aufgebaut. Alle Leistungen und die gesamte Bedienung sind auf die Bedürfnisse des Kunden ausgerichtet. Um das gute Verhältnis zwischen dem Apotheker vor Ort und den Kunden weiter zu stärken, gibt es die Möglichkeit, auf der Plattform eine Stammapotheke auszuwählen. Der Apotheker hat zudem die Möglichkeit, auch digital mit seinen Kunden zu kommunizieren und sie online zu betreuen.



„Mit der Digitalisierung des Gesundheitswesens ist Deutschland auf dem richtigen Weg. Mit apora bauen wir eine starke Marke auf, mit der Apotheken bestens ausgestattet sind. Sie kommt genau zum richtigen Zeitpunkt. Denn die Digitalisierung hat in Corona-Zeiten enorm an Fahrt aufgenommen“, sagt Dr. Peter Schreiner, Vorsitzender der GEHE-Geschäftsführung.

Er betont, dass sich jede Apotheke spätestens jetzt damit beschäftigen müsse, ihre Arbeitsabläufe an diesen Digitalisierungsprozess anzupassen. Ob Botendienst oder Beratung vor Ort – Apotheker punkten dann, so Schreiner, wenn sie vom Kunden aus denken und ein gelungenes Servicepaket schnüren.

Dieses starke Team steht hinter apora

Die neue Plattform „apora“ wird von der Initiative pro Apotheke vor Ort (pro AvO) gestartet. Dort haben sich GEHE Pharma Handel GmbH, BD Rowa Germany GmbH, NOVENTI Health SE, Sanacorp eG und die Wort & Bild Verlagsgruppe („Apotheken Umschau“) zusammengeschlossen. Ziel ist es, DIE digitale Branchenlösung für alle Vor-Ort-Apotheken in Deutschland zu werden und die Apotheker mit ihren Kunden online zu vernetzen.

Ihr Vorteils-paket!



Gut für alle

eurim.com
Tel.: 0800/5000-250
info@eurim.com

In der Coronakrise hat die Apotheke ihren unschätzbaren Wert für das deutsche Gesundheitssystem erneut bewiesen. Wird die gesteigerte Wertschätzung der Bevölkerung und der Politik gegenüber Apotheken auch über die Krise hinaus wirken?

Manuela Pohl, Leiterin Public Affairs bei GEHE, hat sich im politischen Berlin für uns umgehört und spannende Gespräche geführt



WIR KONNTEN UNS AUF UNSERE APOTHEKEN IN DER KRISE VERLASSEN, ich darf nur an die rasche Übernahme der Herstellung von Desinfektionsmittel erinnern. **ICH BIN IHNEN ÜBERAUS DANKBAR FÜR DIE AUFRECHTERHALTUNG DER ARZNEIMITTELVERSORGUNG TROTZ LIEFERENGPÄSSEN UND DIE ÜBERNAHME NEUER UND ZUSÄTZLICHER LEISTUNGEN**, wie z.B. Botendiensten. Die Wertschätzung für die Apotheken als Branche wie auch für diejenigen handelnden Personen, die vor Ort die Leistungen erbringen, war vor der Krise und ist nach der Krise selbstverständlich vorhanden. Ich bin ja im ständigen Austausch. Ich stelle überdies fest, dass auch in der Bevölkerung die Apotheke vor Ort wieder als wichtig und wertvoll wahrgenommen wird.

Karin Maag, Mitglied des Bundestages, CDU

AUF DIE APOTHEKEN VOR ORT KÖNNEN SICH PATIENTEN JEDERZEIT VERLASSEN – AUCH IN ZEITEN DER CORONA-

PANDEMIE. Mit innovativen, kreativen und entschlossenen Maßnahmen stellen Apothekerinnen und Apotheker die wohnortnahe Versorgung mit Medizinprodukten, Arznei- und Desinfektionsmitteln sowie verschiedenen Dienstleistungen sicher und stehen ihren Kunden auch unter schwierigen Bedingungen mit Rat und Tat zur Seite. **ZU RECHT WIRD DIESE AUSSERGEWÖHNLICHE LEISTUNG DERZEIT VON DER BEVÖLKERUNG, DER POLITIK UND IN DEN MEDIEN DANKBAR HONORIERT. ICH BIN FEST DAVON ÜBERZEUGT, DASS DIESE VERDIENTE ANERKENNUNG WEIT ÜBER DIE GEGENWÄRTIGE AUSNAHMESITUATION HINAUS BESTAND HABEN WIRD.**

Prof. Dr. Claudia Schmidtke, Patientenbeauftragte der Bundesregierung, Mitglied des Deutschen Bundestages, CDU



Die deutschen **APOTHEKEN GENIESSEN SEIT JEHER EINE HOHE WERTSCHÄTZUNG IN DER BEVÖLKERUNG**, aber gerade in der Corona-Krise ist der Vorteil der besonderen Struktur der inhabergeführten Apotheke jeden Tag aufs Neue auch für die Politik deutlich geworden. **OHNE DIE SCHNELLE ANPASSUNGSFÄHIGKEIT SOWIE DIE IMMENSE KREATIVITÄT UND LEISTUNGSBEREITSCHAFT DER APOTHEKENTEAMS VOR ORT WÄRE BZW. IST DIE INFORMATION UND VERSORGUNG DER BEVÖLKERUNG IN SOLCHEN ZEITEN NICHT ZU BEWÄLTIGEN.** Die damit verbundene Wertschätzung wird auch über die Krise hinaus andauern, vor allem wenn es uns gelingt, die neu zugestandenen Kompetenzen nicht nur bei der Rezeptbelieferung verantwortungsvoll umzusetzen, sondern auch die sinnvollen und für eine gute Versorgung notwendigen Sonderregelungen beizubehalten.

Dr. Kerstin Kemnitz, Präsidentin der Apothekerkammer Berlin



SICHERHEIT? ZEITERSPARNIS?

**! SEIEN SIE RUNDUM SORGLOS:
■ NUR BEI CAELO**



DIE CORONA-KRISE HAT DIE DIGITALISIERUNG BESCHLEUNIGT UND GEZEIGT, WIE WIR APOTHEKEN VOR ORT VON DEN DIGITALEN MÖGLICHKEITEN PROFITIEREN KÖNNEN. Gleichzeitig

waren wir in dieser schwierigen Zeit aber auch oftmals der erste Ansprechpartner für unsere besorgten Patienten und Kunden.

ICH BIN ÜBERZEUGT, DASS DIE BESONDERE WERTSCHÄTZUNG ÜBER DIE KRISE HINAUS ANDAUERN WIRD, WENN WIR APOTHEKER DIE PERSÖNLICHE BERATUNG VOR ORT JETZT MIT DIGITALEM DENKEN VERKNÜPFEN.

**Domenico La Regina,
Apotheker (Apotheke im Kaiserbau)**

Abwaschbare Salben- grundlage (NRF S.31.)

250 g | PZN 05359645
1 kg | PZN 05359651
5 kg | PZN 05359674

Grundlage für Suspensionen zum Einnehmen

500 ml | PZN 15301813
1 l | PZN 16354444

Basiscreme, verdünnte

100 g | PZN 10391964
250 g | PZN 10391970
1 kg | PZN 10391987



Die ausführlichen Analysenzertifikate der einzelnen Produkte finden Sie neben anderen Dokumenten natürlich auch auf www.caelo.de/analysenzertifikate.html



PLÖTZLICH ALLES ANDERE ALS ALLTAG

Die letzten Wochen werden Apotheker, PTA und PKA so schnell nicht vergessen. An einen normalen Alltag war über Wochen nicht zu denken. Beratung hinter Plexiglasscheiben, Sicherheitsabstände, anfangs Lieferengpässe bei den Masken, lange Schlangen vor den Türen – nichts war wie vorher. **VIER APOTHEKER ERZÄHLEN UNS VON BEWEGTEN ZEITEN.** Von Überstunden, Teamgeist und guten Gesprächen mit den Kunden.



NOT MACHT ERFINDERISCH

Bei uns trifft wohl der Spruch „Not macht erfinderisch“ zu. Als wir aufgrund der Corona-Pandemie merkten, dass wir unsere Sicherheitsstandards weiter erhöhen müssen, haben wir kurzerhand die Spannrahmen, in denen normalerweise gesund leben-Plakate präsentiert wurden, zu transparenten Schutzschildern umfunktioniert. Auf große Schilder aus Plexiglas hätten wir lange warten müssen. Zudem sind sie sehr teuer. Deshalb haben wir zwei große und vier kleine Rahmen zunächst mit normaler Frischhaltefolie aus dem Supermarkt bespannt. Mein Mann hat die Rahmen an unserer Lamellendecke befestigt. Große Aufbauten an der Theke waren deshalb nicht nötig. Kurz nach der Einführung haben wir diese Idee weiterentwickelt und dickere Folie verwendet. Ähnlich der, die ältere Damen früher als Schutz über ihre Spitzendecken gelegt haben. Mit dieser unkonventionellen Lösung sind sowohl unsere Kunden als auch wir gut geschützt. Abgeschottet oder ausgegrenzt fühlen sich unsere Kunden nicht. Im Gegenteil. Viele begrüßen die Aktion sogar. Denn ihr größter Wunsch war, dass die Apotheke weiter geöffnet bleibt. Sie hatten Angst, dass wir – wie Restaurants, Schulen und Theater auch schließen müssen. Zum Glück ist dieser Fall nicht eingetreten. Wir sind systemrelevant.

Ulrike Preuß, Central-Apotheke in Eschborn

„EINE MITARBEITERIN HAT PRIVAT FÜR DIE KUNDEN MASKEN GENÄHT“

Bei uns tragen nicht nur die Kunden Masken, sondern auch das gesamte Team. Zudem stehen wir hinter Plexiglasscheiben, die wir relativ schnell aufgestellt hatten. Der Beratungsalltag ist anders, allein schon dadurch, dass wir weiter von den Kunden entfernt stehen und wegen der Masken lauter sprechen müssen. All das ist aber doch relativ schnell Normalität geworden und findet insgesamt vorbehaltlos Akzeptanz. Als Masken noch Mangelware waren, hat eine Mitarbeiterin in ihrer Freizeit Alltagsmasken genäht. Damit hat sie vielen Kunden zunächst unkompliziert weitergeholfen. Die Masken werden sicher wieder aus dem Apothekenalltag verschwinden, aber das Plexiglas wird in Zukunft sicher bleiben. Es schützt die Kunden und uns ja generell.

Annelore Bansemer, Sonnenapotheke, Buchholz/Nordheide



„TOLL, WIE ALLE ZUSAMMENGEHALTEN HABEN“

Die Corona-Pandemie hat es einmal mehr bewiesen: Ich habe ein supertolles Team. Wie hier in den letzten Wochen alle mitgezogen haben, ist fantastisch. Schon Mitte März war mir klar, dass uns das Corona-Virus lange begleiten wird. Als erstes habe ich Plexiglas für Schutzscheiben im Baumarkt gekauft. Dann habe ich mir überlegt, wie wir das Team so aufstellen können, dass wir gesund und arbeitsfähig bleiben. Die Idee war, in zwei Teams anzutreten: Jedes Team arbeitet eine Woche voll durch und hat dann eine Woche frei. Das hat nur geklappt, weil alle Mitarbeiter von Anfang voll mitgezogen haben. Statt sieben bis acht hatten wir dann drei pro Schicht – aber die haben rangeklotzt. Und so haben wir die schwere Phase bewältigt.

Claus Patschkowski, Kleist-Apotheke Hamburg



AKTIV FACEBOOK NUTZEN

In der heißen Phase vor und zu Beginn des Lockdowns hatte ich nicht nur sehr viel mehr Kunden, sondern auch weniger Mitarbeiter. Die Hälfte des Teams hatte sich unabhängig von Corona krank gemeldet. Zugleich war es schwierig, an Desinfektionsmittel und Schutzmaterial zu kommen. Um unsere Kunden mit Masken versorgen zu können, habe ich mich einmal sogar selbst 80 Kilometer ins Auto gesetzt, um zur Herstellerfirma zu fahren. Eine Lieferung per Paketdienst hätte mich weitere Tage Wartezeit gekostet. Trotz allem haben wir die schwere Zeit gemeinsam sehr gut gemeistert. Meine Kunden halte ich über Facebook und über Aushänge auf dem Laufenden. Das kommt gut an.

Michael Scholz, Hirsch-Apotheke Pattensen





DEN ALLTAG IN STRESSIGEN ZEITEN BEWÄLTIGEN

Apotheken-Teams sind der Fels in der Brandung. Ohne sie läuft gerade nichts. Wie man trotz Maskenpflicht, Beratung hinter Plexiglas und langen Schlangen den Kunden ein gutes Gefühl gibt und die Nerven behält, erklärt **PTA UND PSYCHOLOGISCHE BERATERIN TATIANA DIKTA** im Interview.



Tatiana Dikta,
psychologische Beraterin (B.Sc.),
PTA und Lehrerin an der PTA-
Berufsschule

Tatiana Dikta hat unter anderem speziell für Apothekenmitarbeiter ein achtwöchiges Training zum Thema „Stressmanagement“ konzipiert. Sie weiß, wie man unruhige Zeiten bewältigt.

NEUE WEGE: Gespräche mit Kunden zu führen, erfordert in einer Apotheke immer Fingerspitzengefühl und Einfühlungsvermögen. Jetzt, in Zeiten der Corona-Pandemie, ist der Beratungs- und Redebedarf aufseiten der Kunden besonders groß. Wie geht man als Apotheken-Team damit am besten um?

TATIANA DIKTA: Diese Zeit ist für uns alle eine Herausforderung. Apotheker, PTA und PKA sind empathische Menschen, beraten, hören zu und spenden Trost. Andererseits sollen wir aktuell auf Abstand gehen. Wir tragen Masken und stehen hinter einer Plexiglaswand. Das scheint ein Widerspruch zu sein. Wir müssen uns jetzt bewusst machen, dass wir für viele Kunden der Fels in

der Brandung sind. Eine Anlaufstelle und ein Stück Normalität in einer Zeit, in der vieles anders ist als bisher. Viele Menschen, gerade einsame, kommen, um bei uns ein bisschen Nähe zu spüren. Die können wir auch jetzt geben.

Ein gutes Gespräch ist aktuell ein Balanceakt. Einerseits möchte man dem Kunden das Gefühl geben, gut



4

TIPPS: SO BRINGEN SIE IHRE MITARBEITER GUT DURCH DIESE ZEIT

aufgehoben zu sein. Andererseits sollte sich niemand lange in der Apotheke aufhalten. Wie schafft man es, das Gespräch kurz zu halten, dem Kunden aber trotzdem ein gutes Gefühl zu geben?

DIKTA: Wir sollten alternative Möglichkeiten finden, die Gespräche fortzuführen. Verabschiedet man den Kunden mit den Worten „Wir rufen Sie gerne zurück, wenn Sie noch weitere Fragen haben“, baut man sofort eine Brücke. Auch Videoberatungen sind denkbar. Diese Angebote lassen sich schnell realisieren, der technische Aufwand ist überschaubar.

Um den geforderten Mindestabstand einhalten zu können, dürfen sich nur wenige Kunden gleichzeitig in der Apotheke aufhalten. Vor der Tür bilden sich oft lange Schlangen. Wie könnte eine Lösung aussehen?

DIKTA: Das ist die neue Realität, die uns noch lange begleiten wird. Einige Kunden stehen ja sogar zweimal an. Einmal mit ihrem Rezept und dann mit ihrem Abholschein. Denkbar wäre es beispielsweise, dass das Apothekenteam jemanden für die Abholkunden einteilt. Diese könnten vorher an der Nachtglocke klingeln, auf sich aufmerksam machen und würden dann ohne lange Wartezeit bedient. Eine andere Möglichkeit: Die Medikamente werden generell per Bote ausgeliefert. Unabhängig davon sind Sitzgelegenheiten eine nette Geste für die Kunden.

In Zeiten wie diesen kann es vorkommen, dass Medikamente nicht vorrätig oder die erforderlichen Masken ausverkauft sind. Viele Kunden reagieren verärgert. Wie kann das Team das auffangen?

DIKTA: Viele Apotheker oder PTA sagen in solchen Momenten: „Tut mir leid, das habe ICH nicht am Lager.“ Damit nehmen sie die Schuld auf sich. Besser ist es, zu verdeutlichen, dass das Medikament generell nicht lieferbar ist. Und dass dafür weder Apotheker, noch Großhändler oder Hersteller etwas können, sondern es vielmehr oft daran

liegt, dass allein die Grundstoffe schon schwer zu bekommen sind. Man weckt beim Kunden Verständnis, wenn man signalisiert: „Ich ärgere mich darüber gerade genauso wie Sie.“

In Zeiten der Pandemie sind Apotheker und PTA gefordert wie nie. Wie schafft man es, als Team gestärkt aus der Krise hervorzugehen? Worin liegen die Chancen?

DIKTA: Wir sind systemrelevant. Die Frage, ob man Apotheken überhaupt noch braucht, stellt sich nicht mehr. Wir haben bewiesen, dass unser Beruf wichtig ist und spüren plötzlich selbst wieder, wie bedeutsam, abwechslungsreich und sinnstiftend das ist, was wir tun. Wir bekommen von unseren Kunden ein positives Feedback, erfahren Dankbarkeit. Deshalb würde ich auch nicht von einer Krise sprechen, sondern von einer herausfordernden Zeit mit einem erhöhten Arbeitspensum. Wir haben viel zu tun. Das ist doch wunderbar. Zugleich spüren wir nicht nur im eigenen Team, sondern in der gesamten Apothekenlandschaft ein Wir-Gefühl. Wir sind eine Gemeinschaft, die auch stolz auf ihre Leistung sein kann.

Auch in Apotheken arbeiten nur Menschen. Möglicherweise hat der eine oder die andere selbst Angst, sich anzustecken. Wie geht man damit am besten um?

DIKTA: Hierbei kommt dem Chef oder der Chefin eine bedeutsame Rolle zu. Er oder sie sollte Ruhe ausstrahlen. Nichts bagatellisieren, aber auch nichts dramatisieren. Chef oder Chefin müssen das Team emotional führen. Ganz besonders wichtig sind jetzt anerkennende Worte und Wertschätzung, aber auch sachliche Informationen und klare Leitlinien für die Zusammenarbeit und die Verhaltensweisen am Arbeitsplatz. Denn Angst entsteht oft durch Unsicherheit. Damit immer alle Mitarbeiter auf demselben Stand sind, bieten sich Videobotchaften der Führungskraft an, die ein oder zwei Mal pro Woche das Wichtigste zusammenfassen.

Vielen Dank für das Gespräch.

1) Entlasten Sie Ihr Team organisatorisch

Nutzen Sie Ihre Social-Media-Kanäle, um über aktuelle Entwicklungen zu informieren. Bieten Sie Ihren Kunden Handzettel mit Antworten auf häufig gestellte Fragen an. Das entlastet Ihr Team. Greifen Sie für Telefon- und Botendienst, Verbuchung und Einräumen der Ware, Betreuung der Social-Media-Kanäle, Konfektionierung und Etikettierung in der Rezeptur etc. auf nicht-pharmazeutische Mitarbeiter zurück, z.B. auf ehemalige Famulanten, Praktikanten oder studentische Aushilfen.

2) Seien Sie positiv

Behalten Sie den Überblick und denken Sie positiv. Durch Kompetenz, Ruhe und Freundlichkeit strahlen Sie Vertrauen aus. So können Sie die Stimmung Ihrer Mitarbeiter durch emotionale Ansteckung positiv beeinflussen und das Team zu einer höheren Leistung motivieren.

3) Halten Sie das Team auf dem Laufenden

Bündeln Sie Informationen. Der neueste Fachartikel mag noch so interessant sein – für lange Aufsätze hat gerade niemand Zeit. Kommunizieren Sie die Kernpunkte kurz und knapp.

4) Verteilen Sie die Aufgaben

Mit einer klaren Rollenverteilung, fachlicher Kompetenz und entsprechender Prioritätensetzung lässt sich Arbeit in stressigen Zeiten erfolgreich bewältigen. Alle, die einen klar bestimmten Teil der Verantwortung übernehmen dürfen und das Gefühl haben, selbst etwas bewirken zu können oder gar unentbehrlich zu sein, leiden weniger unter Stress.

dav-awa.de/home/corona.html

Wird uns in Zukunft ein Roboter einen Verband anlegen oder uns Bettruhe verordnen?

BRAUCHT DIE MEDIZIN IN ZUKUNFT NOCH ÄRZTE?

Der Mediziner und Wissenschaftsjournalist Christian Maté stellt eine spannende Frage: **ERSETZT KÜNSTLICHE INTELLIGENZ DIE MENSCHLICHE HEILKUNST?** Was wäre, wenn uns ein Computer therapiert?

Es ist ein interessantes Gedankenexperiment. Ein Blick in die Zukunft der Medizin, der all das infrage stellt, was seit Jahrhunderten unumstößlich scheint, nämlich: Medizin wird von Ärzten praktiziert. Doch was wäre, wenn künstliche Intelligenz diese Rolle übernehmen würde? Hochgerüstete Supercomputer, die immer auf dem aktuellsten Stand der medizinischen Wissenschaft sind, blitzschnell gigantische Datenmengen durchsuchen können, Symptome analysieren und auch weniger geläufige Diagnosen in Betracht ziehen?

Wird schon bald Alexa die Anamnese machen und der Google Assistant das Rezept ausstellen? Und wäre das ein Gewinn für die Menschheit und den einzelnen Patienten? Oder vielmehr ein Schreckensszenario? Wären Ärzte dann gänzlich überflüssig?

„Im Kern läuft es auf die Frage hinaus, worin eigentlich der menschliche Mehrwert besteht, der die Mediziner aus Fleisch und Blut so unverzichtbar machen soll“, sagt Christian Maté, der in Österreich die bekannte Plattform „netdoktor“ mitbegründet hat.



Christian Maté

Christian Maté ist Mediziner und Wissenschaftsjournalist. Er hat die bekannte Plattform netdoktor mitbegründet, und setzt sich seit vielen Jahren mit dem Thema Digital Healthcare auseinander.

DIE QUALITÄT EINES ARZTES

Was also macht einen guten Arzt aus? Dazu hat der Autor des Buchs „Medizin ohne Ärzte“ ein paar Superlative zusammengefasst: Der perfekte Arzt ist demnach ein Superhirn, kann sich viel

„DIE PRAXIS WIRD ALS BEGEGNUNGORT ZWISCHEN ARZT UND PATIENT AUCH IN ZUKUNFT WEITER BESTAND HABEN.“

Christian Maté

merken, logisch und assoziativ denken. Er ist zudem ein Superbeobachter, ein einfühlsames Empathie-Genie, ein Mitgefühl-Champion, ein Placebo-Schamane (er kennt seinen Effekt auf die Psyche des Patienten), ein Super-Ethiker (nicht Geld, sondern der Patient steht im Vordergrund) und ein Selbsthilfecoch, der seine Patienten auf Augenhöhe behandelt.

Auch wenn Maté hier bewusst überreibt und Ärzte keine Superhelden sind, stellt sich sofort folgende Frage: Wird es einer künstlichen Intelligenz jemals gelingen, empathisch zu sein, Mitgefühl zu zeigen, den Patienten so zu ermuntern und aufzubauen, wie es ein Mediziner aus Fleisch und Blut tun

kann? Wird sie jemals verstehen, was ein Patient sich wünscht, nämlich beschützt und verstanden, gemocht und geführt zu werden?


„Zum jetzigen Zeitpunkt sage ich: Nein, das wird sie nicht. Und deshalb wird die Praxis als Begegnungsort zwischen Patient und Arzt weiterhin Bestand haben. Die künstliche Intelligenz wird den Arzt bei der Diagnose und Therapie als externes Superhirn unterstützen. Sie wird für Mediziner und Patienten durch die ständige Verfügbarkeit riesiger Datenmengen ein echter Gewinn sein. Aber eine Medizin ohne Ärzte? Das wird es auch in Zukunft nicht geben“, sagt Christian Maté.

Denn selbst den brilliantesten Maschinen wird eines fehlen: die Fähigkeit, die aus den reinen Daten gewonnenen Informationen in einen Zusammenhang zu setzen und in eine Therapie münden zu lassen. „Ein Arzt wird einen Patienten immer in einem viel umfassenderen Sinn wahrnehmen, als die beste Maschine das wohl noch über viele Jahrzehnte lang tun kann“, so Maté.

Das Gespräch mit Patienten und Angehörigen, die Aufklärung und Beratung und vor allem die Verantwortung für eine Diagnose und die daraus resultierende Therapie werden beim Arzt liegen.

SO KÖNNTE MEDIZIN 2030 AUSSEHEN

Mensch (Arzt) und Maschine (künstliche Intelligenz) arbeiten in der Praxis der Zukunft bald eng zusammen.

1
 Der Arzt führt mit dem Patienten in seiner Praxis ein Gespräch von Mensch zu Mensch.

2
 Bei der Diagnose und Behandlung wird der Arzt von einer künstlichen Intelligenz (KI) unterstützt.

3
 Der Erfolg der Behandlung wird fortlaufend dokumentiert, ggf. mithilfe der KI angepasst.

4
 Der Patient ist geheilt. Er und der Arzt sehen in der KI eine Bereicherung für die Medizin.



Mitgefühl und Empathie sind Teil eines erfolgreichen Arzt-Patienten-Gesprächs.

EIN BERUF IM WANDEL

Allerdings: Es werden neue Aufgaben auf die Ärzte zukommen, so der Wissenschaftsjournalist. Sie werden beispielsweise den Computer trainieren, damit sich die Maschine entsprechend weiterentwickelt. Der Arzt wird die ethisch-moralische Supervision dessen übernehmen, was sie diagnostiziert und empfohlen hat.

Angst vor der medizinischen Zukunft? Die müsse man nicht haben. Krankheiten werden schneller entdeckt, Therapieansätze in rasender Geschwindigkeit angewendet. Ein Fazit: „Maschinen und Ärzte werden gemeinsam dafür sorgen, dass sich unser Körper immer in einem gesunden Gleichgewicht befindet. Wir werden länger leben.“



SOFA-KONZERT MIT ELPHI @ HOME

Die Elbphilharmonie in Hamburg gehört mit zu den bekanntesten Konzerthäusern der Welt. Die außergewöhnliche Architektur und eine spektakuläre Akustik lockten in der Spielzeit 2018/2019 3,9 Millionen Besucher an, rund 904.000 von ihnen besuchten ein Konzert. Jeder, der es schon einmal versucht hat, weiß aber: Karten zu bekommen, ist gar nicht so einfach. Schnell sind die Veranstaltungen ausgebucht. Jetzt aber sitzen alle Musikfreunde in der ersten Reihe. Denn die Elbphilharmonie präsentiert zahlreiche Konzerte auf ihrer Homepage – zum Teil in voller Länge.

Unter dem Motto #elphiathome ist beispielsweise das Orchester Oslo Philharmonics mit nordischen Klängen zu hören, Mahlers Neunte, Jazz at Lincoln Center Orchestra with Wynton Marsalis oder Annett Lousian. Bei dem Programm ist für jeden Musikgeschmack etwas dabei. Und es macht Lust, das bekannte Konzerthaus in Deutschlands Norden einmal selbst zu besuchen.

Reinhören und genießen unter:
elbphilharmonie.de

KLEINE MENSCHEN UND IHRE GROßEN TRÄUME

Bei diesen Kinderbüchern lernen auch die Eltern beim Vorlesen noch etwas dazu. Die Reihe „Little People, Big Dreams“ erzählt von den beeindruckenden Lebensgeschichten großer Menschen: Jede dieser Persönlichkeiten, ob Künstler, Pilot oder Wissenschaftler, hat Unvorstellbares erreicht. Dabei begann alles, als sie noch klein waren: mit großen Träumen.

Der Musiker David Bowie, der Boxer Muhammad Ali, die Schriftstellerin Jane Austen oder die Designerin Vivienne Westwood – sie alle beweisen, dass man an seine Träume glauben sollte. In einfacher Sprache und spannend aufbereitet, tauchen Kinder und ihre Eltern gleichermaßen in interessante Lebensgeschichten ein. Liebevoll gestaltete Illustrationen bieten viel zum Schauen. Und welchen Traum hat Ihr Kind?



Erschienen
im Insel Verlag,
je 13,95 €

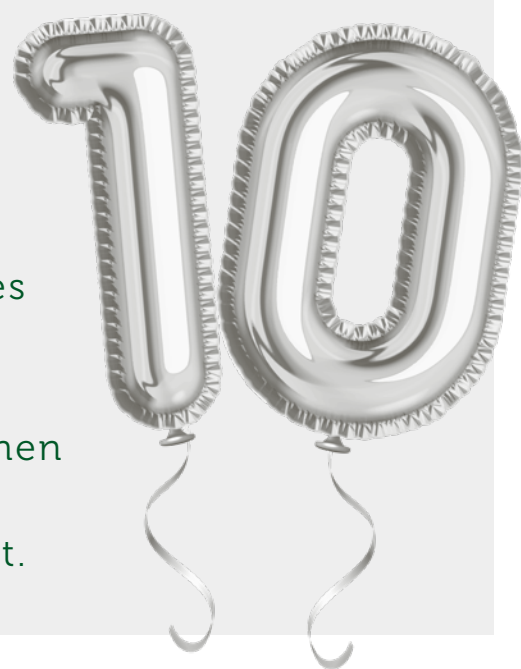
FILM AB IM ALTEN, NEUEN AUTOKINO

1960 eröffnete in Deutschland, genauer in Gravenbruch bei Frankfurt, das erste Autokino. Für 2 Mark und 75 Pfennig flimmerte der Streifen „Der König und ich“ mit Yul Brynner und Deborah Kerr über die Leinwand. Mit Einführung der aktuellen Corona-Maßnahmen, in denen unter anderem Kinos und Konzerte weitgehend nicht erlaubt sind, erlebt das Autokino nun eine Renaissance. Viele Städte wie Düsseldorf, Essen, Köln, Stuttgart, Tübingen oder München sorgen somit für Retro-Gefühl unterm Sternenhimmel. Pro Auto sind zwei Erwachsene und deren im Haushalt lebende Kinder erlaubt. Inzwischen werden nicht nur Filme angeboten, auch Live-Konzerte beispielsweise mit Brings, Udo Lindenberg, Max Giesinger oder Johannes Oerding sind geplant. Der Ton wird über eine UKW-Frequenz im Auto abgespielt. Wer sich dem Flair der 1960er-Jahre hingeben möchte, findet unter adac.de eine Übersicht über Ticketpreise und welche Freiluftkinos derzeit geöffnet haben.



UNSERE GEWINNER

DIESE gelas SIND EINFACH SPITZE!



Starke Aktionen, starke gelas: Dieses Motto hat sich beim zehnjährigen Jubiläum unseres Awards einmal mehr bewahrheitet. **DAS ENGAGEMENT DER TEILNEHMER IST BEEINDRUCKEND.** GEHE sagt DANKE für einen beispiellosen Einsatz, für Leidenschaft und Herzblut, tolle Ideen und sehr viel Kreativität.

Zehn Jahre gela-Award – wenn das kein Grund zum Feiern ist! Zehn Jahre Kreativität, unglaubliches Engagement für gesund leben und großartige Ergebnisse: Darauf hätten wir zu gern mit allen angestoßen und in Bonn den Teilnehmern und Gewinnern im Kameha Grand eine große Bühne bereitet. Leider muss das große Fest wegen der Corona-Pandemie ausfallen. So können wir in diesem Jahr nur auf diesem Wege Danke sagen. Aber seien Sie gewiss: Es kommt von Herzen!

Es ist beeindruckend, was Sie alle Tag für Tag vor Ort leisten und mit welchen zusätzlichen Ideen Sie sich am Award beteiligen. Videos, Tagebücher, Fotodokumentationen, prall gefüllte Mappen, Memory-Spiele, Foto-Tapeten und interessante Facebook- und Instagram-Beiträge – all das und noch viel mehr hat uns erreicht. Stundenlang hat die Jury getagt, die Servicebausteine ausgewertet, gesichtet und diskutiert. Einfach sind ihr die Entscheidungen aufgrund der starken Beteiligung und enormen Eigeninitiative der gelas nicht gefallen.

Gewinner sind Sie alle. Auch wer einen der drei ersten Plätze (1.000, 2.000, 3.000 Euro) oder einen Sonderpreis (Frühstücksgutschein) knapp verfehlt hat, bekommt dank der

Unterstützung unserer gesund leben Industriepartner L'Oréal, Kneipp, ProMedico, Galderma und CP GABA ein Präsent, das im Juli vom Außendienst persönlich überreicht wird.

Die drei Erstplatzierten und die Sonderpreisträger haben wir schon besucht. Und so viel dürfen wir verraten: Die Freude war bei allen riesengroß! Für jede gelas gibt es eine Flasche gesund leben-Sekt trocken – denn anstoßen möchten wir auf jeden Fall mit Ihnen. Wenn auch anders als geplant. Wir sagen nochmal: Tausend Dank. Und: Bleiben Sie gesund.

Ingrid Soblik, Projektleiterin der GEHE AKADEMIE und Customer Relations, verantwortlich für das gela-Projekt, freut sich schon auf den gela-Award 2020/2021. Die neuen Wettbewerbskriterien werden im Sommer 2020 bekannt gegeben. Doch soviel verrät sie schon jetzt: Der gela-Award wird auf „digitale Füße“ gestellt – sowohl die Umsetzungskriterien als auch das Prozedere. „Nach 10 Jahren ist es an der Zeit, den gela-Award einer Verjüngungskur zu unterziehen. Was liegt näher, als die digitalen Ziele in den Fokus zu rücken“, so Ingrid Soblik. Sie sagt ihren gelas DANKE für ein bewegtes Jahr mit Spitzen-Engagement! Bleiben Sie dran und seien Sie gespannt.



1. STADT APOTHEKE IN WALSRODE

Julia Strehl und Jasmin Ziegler

An den gesund leben-Produkten kommt bei Julia Strehl und Jasmin Ziegler von der Stadt Apotheke in Walsrode keiner vorbei. Die beiden gelas präsentieren die Ware so ansprechend, dass sie jedem sofort auffällt. Weil Präsentation, Preis und Produktqualität überzeugen, fragen die Kunden mittlerweile sogar gezielt danach. Die Verkaufszahlen können sich mehr als sehen lassen. Auch sonst stehen die beiden PTA's voll hinter der gesund leben-Idee. Verkaufsaaktionen, der Besuch von Schulungen oder eine pfiffige Gestaltung für das Schaufenster – Julia Strehl und Jasmin Ziegler haben stets die Nase vorn. Für den gela-Award haben sie nicht nur die Service-Bausteine exzellent umgesetzt, sondern auch ihre zusätzlichen Aktivitäten umfassend dokumentiert. Ganz viel Spaß hatten die beiden beim Basteln eines gesund leben-Produkt-Memory's. Eine Idee, die sicherlich bald von der gesund leben-Qualitätsmarke aufgegriffen und für alle angeboten werden kann. Schon vor der offiziellen Preisverleihung haben die beiden ein Freudentänzchen aufgeführt und sich für das Siegerfoto mit dem Profifotografen im Leo-Look gekleidet. Passend zum Motto „Bonn to be wild“. Denn gefeiert wird trotzdem – in Walsrode statt am Rhein.

2. KÖNIGSESCH APOTHEKE IN RHEINE

Katharina Mersch und Yasemin Gevin

Katharina Mersch und Yasemin Gevin sind nicht nur ein gutes gela-Team, sondern auch talentierte Schreiberinnen. In sechs Monaten haben sie am heimischen Computer selbst ein Magazin erstellt: die kleine Schwester der großen Apotheken Umschau. Interessante Themen finden, recherchieren, schreiben und layouten und dabei den Redaktionsschluss im Blick behalten – das alles haben die beiden mit Bravour gemeistert. Geschickt haben sie Gesundheitstipps mit der Vorstellung der gesund leben-Produkte verbunden. Selbst Kochrezepte, Witze und ein Rätsel fanden Platz. Das Ergebnis: 44 interessante, toll gemachte Magazinseiten Und all das zusätzlich zu den geforderten gesund leben Umsetzungsbausteinen, die sie in ihrer Apotheke stets eigenständig und pünktlich zu jedem Aktionsstart mit viel Eigenkreativität meistern.



3. STADT APOTHEKE IN STUTTGART-WEILIMDORF

**Doris Schuster und Anette Staiger
(Sandra Carmon, GEHE)**

Doris Schuster und Anette Staiger haben viele Fans. Menschen, die den beiden auf Google my Business oder Instagram folgen und auf jede neue Story über gesund leben-Produkte mit Spannung warten. Wenn die beiden PTA's eine Messe besuchen oder an einer Fortbildung teilnehmen, wissen es ihre Follower meist als erstes. Ebenso werden sie über neue Angebote in der Apotheke, Gewinnspiele oder Aktionen online informiert. Bei ihren Postings überlässt Doris Schuster nichts dem Zufall, wichtige Themen hält sie in einem Redaktionsplan fest und bereitet diese gut vor. Anette Staiger weiß, wie man die Kundschaft offline, also im richtigen Leben, für gesund leben gewinnt. Eine Laufgruppe der Stadt macht begeistert bei der Apotheke halt und stärkt sich regelmäßig mit dem gesund leben Magnesium-Drink. Die Umsetzung der gesund leben Service-Bausteine ist für beide gelas Selbstverständlichkeit und gehört zum Apothekenalltag ebenso dazu wie ihre Influencer-Aktivitäten, die sie stetig vorantreiben.

SONDERPREISGEWINNER FÜR HERVORRAGENDES ENGAGEMENT UND EIGENINITIATIVE



Apothek Hoch 2, Barsinghausen

Apothekeninhaber Marcus Griebisch freut sich mit seinen gela Anja Vogelsang (rechts) und Kathrin Naskowiak



Allee-Apotheke, Hameln

Fröhliche Gesichter auch bei Apothekerin und Inhaberin Birgit Köpps-Padberg (links) und gela Jeannette Hinkel



Bahnhof-Apotheke, Minden

Apothekeninhaber Frank Gutzeit freut sich mit seiner Mitarbeiterin und gela Karola Patzak über den Sonderpreis



Hirsch-Apotheke, Pattensen

Apotheker Michael Scholz aus Pattensen ist einer der wenigen männlichen gela beim Award



Bären Apotheke, Neuenkirchen

Apothekeninhaber Juscha Wroblewski umrahmt von den gela Maria Reiter (links) und Ingrid Josten



Storchen Apotheke, Verden

Annette Behrens ist für die Storchen Apotheke aus Verden als Einzelperson angetreten



Germania Apotheke, Schwarmstedt

Anette Küster (rechts) und Heike Rose freuen sich in Schwarmstedt über den gesund leben-Preis



Börde Apotheke, Sittensen

Jessica Lange (links) und Maraïke Fitschen freuen sich über einen Frühstücksgutschein und zwei Flaschen Sekt



Röhrendamm Apotheke, Hamburg

Petra Ravens (links) und Anna Bathke sind ein eingespieltes gela-Team aus dem Norden Deutschlands



Nord-West-Apotheke, Berlin Tiergarten

Steffi Regner (links, GEHE) überreichte den Sonderpreis im Beisein von Chef Dr. Ernst-Joachim Jost an gela Dilek Ulugercek



Rosen Apotheke, Hann. Münden

Die gela Susanne Rund (links) und Nicole Luh (rechts) mit GEHE-Mitarbeiterin Daniela Simmert



Stadt-Apotheke, Grevesmühlen

Stefanie Küster und Anna Maria Kadura bringen gesund leben-Produkte in Grevesmühlen groß raus.

**KATJA TJADEN
SONDERPREIS FÜR
HERVORRAGENDE ARBEIT
ALS LANGJÄHRIGE
GELA BOTSCHAFTERIN**



Katja Tjaden ist eine Powerfrau und brennt für gesund leben. Seit vier Jahren ist sie gela Botschafterin, reißt mit ihrer Begeisterung alle mit.

Bei gesund leben-Produkten kommt Katja Tjaden ins Schwärmen. „Die sind einfach klasse. Ich stehe voll dahinter“, sagt sie. Damit die kleine Marke richtig groß rauskommt, setzt die PTA sie geschickt in Szene. Und das nicht nur in der Apotheke, sondern auch in kleinen Filmbeiträgen, die sie selbst produziert. Gelernt hat sie das in den gela Influencer-Seminaren. Facebook, Instagram und das Schneiden von Videos beherrscht sie mittlerweile spielend. Das Handy hat die Mutter von drei Kindern dafür immer griffbereit. Denn wer weiß, ob sich nicht im nächsten Moment eine gute Gelegenheit ergibt, sie zum Filmstar zu machen. Eine gute Kulisse ist das Stadion von Hannover 96, wo ihr 13-jähriger Sohn in der Nachwuchsmannschaft spielt. Denn Magnesium ist gut für die Sportler-Beine und Sonnencreme schützt die Zuschauer vor Sonnenbrand. Und dank Halspastillen können die Fans lange jubeln. Daumen rauf für diese Art der gesund leben Produktpräsentation!

**SONDERPREISGEWINNER FÜR
HERVORRAGENDE
INFLUENCER-ARBEIT UND
EIGENINITIATIVE**



**Löwen Apotheke, Feuchtwangen/
Apotheke Dentlein am Forst**

Die gela Jessica Schmid, Susanne Volkodav und Sylwia Spaniel mit Karin Hirschnagl und Bernd Eschenbacher von GEHE



**gesund leben-Apotheke am UKE OHG,
Hamburg**

Haben den Blick für gesund leben: Julia Koch, René Fahrenheim, Nadine Klingbeil, Kristin Venzlaff und Sebastian Schulz



Apotheke im Spectrum am UKE, Hamburg

Teamerfolg: Christine Jahnke, (v.li.) Nadine Klingbeil, Julia Koch, René Fahrenheim, Kristin Venzlaff, Sebastian Schulz



St. Hildegardis Apotheke, Gernsheim

Heidemarie Bürger und Jutta Flachsel präsentieren ihre Urkunde vor ihrer Apotheke in Gernsheim



Saxonia-Internationale Apotheke, Dresden

Apothekenleiter Christian Flössner (li) und GEHE-Außendienstlerin Anett Berthold (re) gratulieren Lucas Schade und Evelyn Sauer



Moritz-Apotheke, Halle/Saale

Daumen hoch: Anett Berthold (links, GEHE), gela Danilo Vieille und Danielle Delapré (Inhaberin der Moritz Apotheke)



Dr. Hubertus Cranz,
BAH-Hauptgeschäftsführer

LEHREN AUS CORONA

„HERSTELLER NACH EUROPA ZURÜCKHOLEN“

Der Bundesverband der Arzneimittel-Hersteller (BAH) möchte den Standort Europa stärken. Die Corona-Krise zeige, dass die **ABHÄNGIGKEIT VON PRODUKTIONSSTÄTTEN IM AUSLAND** zu groß sei, so der BAH-Hauptgeschäftsführer Dr. Hubertus Cranz.

NEUE WEGE: Herr Dr. Cranz, die Corona-Pandemie stellt die Weltgemeinschaft, aber auch die Arzneimittel-Hersteller vor große Herausforderungen. Müssen wir einen Engpass bei der Versorgung fürchten?

DR. HUBERTUS CRANZ: Unsere Mitgliedsfirmen haben uns versichert, dass die Produktion von rezeptfreien wie auch rezeptpflichtigen Arzneimitteln sowie Medizinprodukten trotz der angespannten Lage weiter auf Hochtouren läuft. Da, wo es möglich ist, haben unsere Mitgliedsfirmen bereits Kapazitäten erweitert und entsprechende Maßnahmen eingeleitet, um auch in diesen schwierigen Situationen die Versorgung mit Arzneimitteln und Medizin-

produkten zu gewährleisten. Sie setzen alles daran, dass die Versorgung mit Arzneimitteln und Medizinprodukten trotz steigender Nachfrage und unter schwierigen Bedingungen sichergestellt ist.

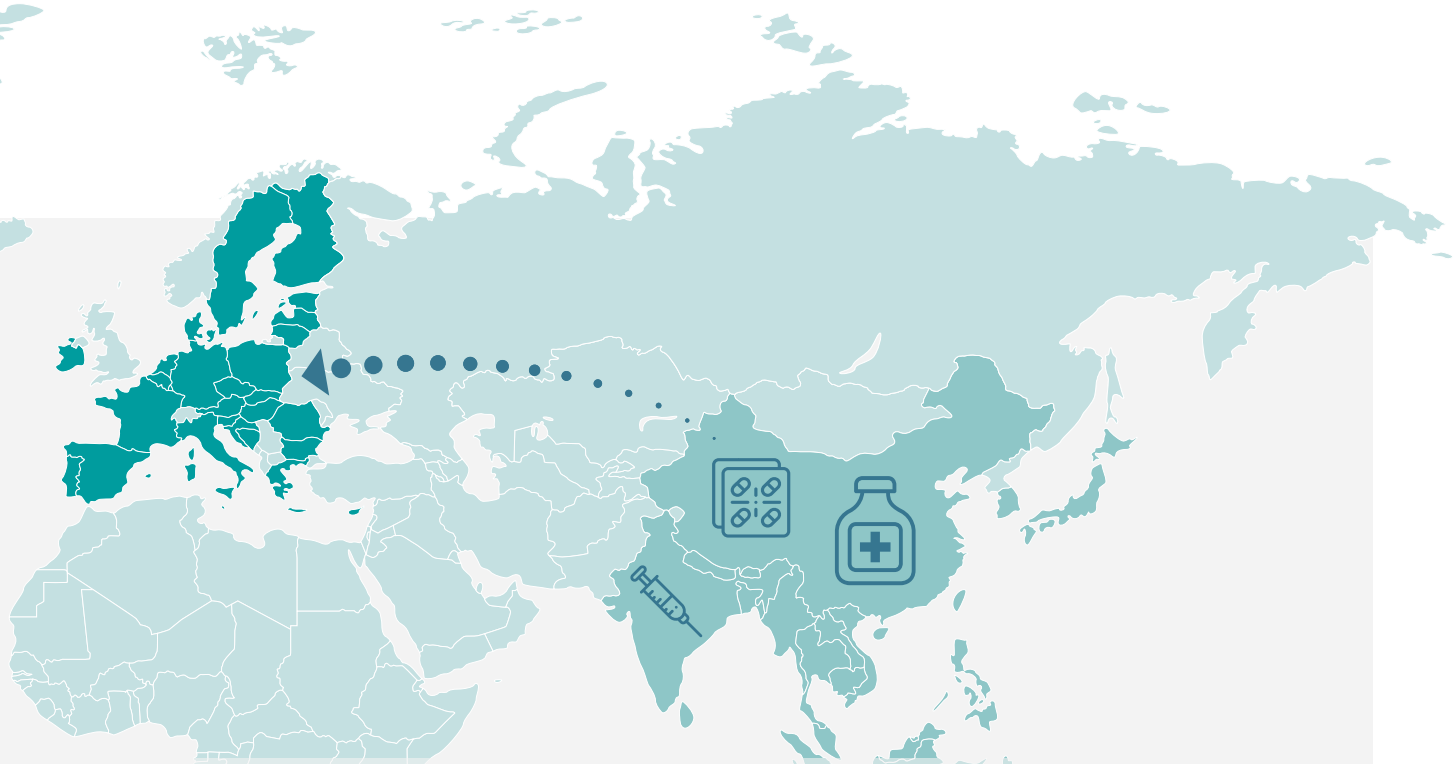
NEUE WEGE: Es gibt aber ein bekanntes Beispiel, bei dem die Versorgung ins Stocken geraten ist. Atemschutzmasken waren über Wochen kaum zu bekommen.

CRANZ: Wie die deutsche Wirtschaft insgesamt, so sind auch die Arzneimittel-Hersteller eng in den internationalen Handel eingebunden. Das merkt man gerade in diesen Zeiten, in denen plötzlich alle auf ein Produkt zugreifen. Wie stark die Abhängigkeit vom Welt-

markt ist, lässt sich mit einigen Zahlen gut darstellen. Die meisten Hersteller von Wirkstoffen, die als versorgungsrelevant eingestuft sind, befinden sich in Indien, China und Italien. Weltweit sind es 1344, europaweit 526, in Deutschland 96. An diesem Beispiel wird deutlich, dass offene Grenzen für die Arzneimittelversorgung unerlässlich sind.

NEUE WEGE: Die Realität zeichnet aktuell ein anderes Bild. Viele Märkte schotten sich ab.

CRANZ: Nationale Alleingänge, wie etwa Beschränkungen des freien Warenverkehrs, Exportverbote oder ähnliche Maßnahmen müssen vermieden werden, um die Produktion und die Versorgung



sicherstellen zu können. Die Ausfuhrbeschränkungen für Schutzkleidung sind ein mahndendes Beispiel dafür, was passiert, wenn man die internationalen Verflechtungen nicht mitbedenkt.

NEUE WEGE: Sehen wir möglicherweise Arzneimittel und Medizinprodukte aktuell mit anderen Augen?

CRANZ: Es zeigt sich sehr deutlich, dass Arzneimittel- und Medizinprodukte-Hersteller für die Gesundheit und Sicherheit der Bevölkerung und damit für die Daseinsvorsorge unerlässlich sind. Sie sind systemrelevant. Das gilt immer, unabhängig von der aktuellen Bekämpfung der Pandemie durch das Coronavirus SARS-CoV-2 nicht nur für verschreibungspflichtige Arzneimittel und lebenswichtige Medizinprodukte, sondern auch für nicht-verschreibungspflichtige Arzneimittel und Medizinprodukte zur Selbstmedikation. Bislang haben wir dem möglicherweise gar nicht so viel Bedeutung beigemessen. Arzneimittel gehörten selbstverständlich zum Leben dazu. Das ist immer noch so, aber vielleicht wissen wir es jetzt wieder richtig zu schätzen.

NEUE WEGE: Eine Krise beinhaltet immer auch die Chance, daraus zu lernen. Welche Lehren könnte man aus der Pandemie ziehen?

CRANZ: Es sollte grundsätzlich überlegt werden, wie die Produktion von Arzneimitteln und Wirkstoffen in Deutschland und Europa wieder gestärkt werden kann. In der jetzigen Situation sollte man keinesfalls darüber nachdenken, Arzneimittel- und Medizinprodukt-Herstellern finanzielle Sonderbelastungen aufzuerlegen, um die gestiegenen Ausgaben der Krankenkassen wieder reinzuholen. Vielmehr heißt es jetzt, Anreize zu schaffen, um den Standort Europa für die pharmazeutische Industrie wieder attraktiv zu machen und die Produktion von Wirkstoffen und Arzneimitteln in die Europäische Union „zurückzuholen“.

NEUE WEGE: Eine eher langfristige Perspektive, oder?

CRANZ: Ja, die Stärkung des Pharma-Produktionsstandortes Europäische Union und die Rückverlagerung der Wirkstoffproduktion sind ein mehrjähriger Prozess. Aber die Rahmenbedingungen dafür werden jetzt geschaffen.

NEUE WEGE: Was könnten Anreize für die Hersteller sein?

CRANZ: Ein Weg, die kostenintensive Errichtung und den Betrieb von Wirkstoff-Produktionsstätten in der EU zu ermöglichen, sind direkte Beihilfen der Europäischen Union und der Mitgliedstaaten. Durch direkte finanzielle Unterstützung könnten die Hersteller ermuntert werden, in der Europäischen Union Produktionsstätten einzurichten.

Auch bei der Ausschreibung und der Vergabe von Rabattverträgen könnten europäische Produktionsstandorte bevorzugt berücksichtigt werden. Das geltende Recht bietet diese Möglichkeit im Übrigen schon jetzt. An einigen Stellen wäre eine einfachgesetzliche Klarstellung ausreichend. Ebenso könnten europäische Produktionsstandorte durch eine Ergänzung der Substitutionspflicht der Apotheken gefördert werden. Es könnte aufgeführt werden, dass bei der Abgabe eines Arzneimittels eine Ersetzung durch ein wirkstoffgleiches Arzneimittel vorzunehmen wäre, das in einem Mitgliedstaat der Europäischen Union produziert wurde.

Vielen Dank für das Gespräch.

SCHNELLE HILFE BEI TYPISCHEN SOMMERKRANKHEITEN

So mancher Sommertag endet mit Kopfschmerzen, schweren Beinen und einem Sonnenbrand. **MIT EINFACHEN MITTELN LASSEN SICH DIE BESCHWERDEN SCHNELL LINDERN.** Die Hausapotheke hält viel Gutes bereit.

SONNENBRAND

Ein Sonnenbrand tritt in der Regel zwischen vier und acht Stunden nach dem Sonnenbaden auf. Ihren Höhepunkt erreichen die Beschwerden nach zwölf bis 24 Stunden. Sie werden in drei Schweregrade aufgeteilt: von der leichten Rötung und leichtem Jucken (Grad 1) über Blasenbildung (Grad 2) bis hin zur Ablösung der obersten Hautschichten (Grad 3). Bei allen Schweregraden gilt: sofort raus aus der Sonne, trinken und kühlen. Bei Grad 2 und 3 ist auch ein Arztbesuch dringend zu empfehlen. Wichtig: Keine Wund- und Heilsalben verwenden. Die okklusive Wirkung (wasserabweisender Film) behindert die Wärmeabgabe und verstärkt die Entzündungsreaktion.



SONNENSTICH

Wer sich zu lange in der Sonne aufhält, riskiert einen Sonnenstich. Hierbei kommt es durch die starke Hitze zu einer Irritation des Gehirns und der Hirnhaut, sogar eine Hirnschwellung kann die Folge sein. Die Betroffenen haben meist einen roten Kopf und einen steifen Nacken, klagen über Kopfschmerzen, Unruhe, zuweilen auch über Ohrgeräusche und Übelkeit. In schlimmen Fällen können auch Bewusstseinsstörungen auftreten. Erste Hilfe-Maßnahmen: Ab in den Schatten, den Kopf mit feucht-kalten Tüchern kühlen oder kalt duschen, dann den Oberkörper höher lagern und Wasser/Apfelschorle anbieten. Bei starkem Erbrechen oder Apathie ins Krankenhaus bringen oder den Notarzt rufen.

REISEKRANKHEIT

Eine Schiffsreise, kurvenreiche Straßen oder Turbulenzen im Flugzeug können dazu führen, dass sich Reisende regelrecht krank fühlen. Grund sind Bewegungsreize, die den Gleichgewichtssinn beeinflussen. Die Bewegung stimmt nicht mit dem überein, was das Auge wahrnimmt. So geht es Betroffenen schnell besser: während der Reise nicht lesen, sondern in Fahrtrichtung einen festen Punkt am Horizont oder die Straße fixieren. Gut tun auch – wenn möglich – frische Luft, leichte, fettarme Mahlzeiten und das Kauen auf einem Kaugummi oder einem Stück Ingwer. Wichtig: nicht auf die Übelkeit konzentrieren, sondern sich möglichst ablenken.



SCHWERE BEINE

Die Sommerhitze kann dazu führen, dass sich die Gefäße erweitern und damit der Transport des Blutes zum Herzen erschwert wird. Generell entsteht das Schweregefühl, wenn sich sauerstoffarmes Blut in den Beinvenen staut. Wer regelmäßig zu viel sitzt oder zu lange steht, schwächt seine Venen zusätzlich. Wichtig ist es zu klären, ob für die schweren Beine in erster Linie die Hitze oder möglicherweise eine Herz- oder Nierenschwäche die Ursache ist. Man kann den Bluttransport mit der sogenannten Muskelpumpe unterstützen: Beim Zehenspreizen kommt das Blut in den Beinvenen in Bewegung. Hilfreich ist es auch, auf den Füßen immer wieder mal vor und zurück zu wippen oder die Beine hochzulegen.



VERDAUUNGSPROBLEME

Ein fremdes Essen, Zeitverschiebung, ein ungewohnter Tagesrhythmus, weniger Bewegung – all das kann im Urlaub zu einer Darmträgheit führen. Statt gleich zu Abführmitteln zu greifen, können ein paar einfache Tricks helfen. Bewährt hat es sich, morgens auf nüchternen Magen ein kaltes Glas Wasser zu trinken, um den Darm in Schwung zu bringen. Hilfreich sind zudem viel Obst, Gemüse und Vollkorn und ausreichend Bewegung. Trockenobst, wie zum Beispiel Pflaumen, Rosinen und Datteln unterstützen die Entleerung des Darms. Wichtig ist es auch, sich selbst nicht unter Druck zu setzen und für den Toilettengang ein bisschen mehr Zeit einzuplanen. Elementar ist es, viel zu trinken, damit es mit der Verdauung klappt.

IMPRESSUM

HERAUSGEBER

GEHE Pharma Handel GmbH
Hauptverwaltung
Neckartalstraße 153
70376 Stuttgart
Telefon: 0711.57719-0
Telefax: 0711.57719-400
E-Mail: presse@gehe.de
Internet: www.gehe.de



Ein Unternehmen von McKesson

GESAMTLEITUNG/V.I.S.D.P.:

Tanja Wilcke, Pia Prestin

KONZEPTION, REDAKTION, GESTALTUNG:

Straub & Straub, Hamburg und Stuttgart
www.straub-straub.de

Gesamtleitung: Tina Straub

Redaktion: Susanne Holz (Redaktionsleitung),
Jacqueline Schwalm,
Rüdiger Straub

Grafik: Felix Wandler

ANZEIGEN

Pia Prestin und Franziska Ruhl

DRUCK

Blueprint AG, München

BILDNACHWEISE

S. 2-3: PopTika | Shutterstock, kupicoo | iStockphoto, Peeradontax | Shutterstock, Christian Nielinger, AscentXmedia | iStockphoto; S. 4-5: Anastasia Turshina | iStockphoto, GEHE, Premium Art | Shutterstock, Bildarchiv Austria | Wikimedia, DaveLongMedia | iStockphoto; S. 6-9: PopTika | Shutterstock, GEHE, VioletaStoimenova | iStockphoto; S. 10-11: apora; S. 12-13: Karin Maag, Jan Kopetzky, Apothekerammer Berlin, Domenico La Regina; S. 14-15: Central-Apotheke Eschborn, G2 Baraniak, Hirsch-Apotheke Pattensen; S. 16-17: Peeradontax | Shutterstock, Tatiana Dikta; S. 18-19: Miriam Doerr | iStockphoto, Christian Maté, Residenz Verlag, Cecilie Arcurs | iStockphoto, Flaticons.com | Freepik; S. 20-21: kupicoo | iStockphoto, bo68 | Insel Verlag, shaun | iStockphoto; S. 22-23: Nikelser Kate | Shutterstock, Gerd Ehlermann Foto Art | vor-ort-foto.de, Karin Brockmann | vor-ort-foto.de, Horst Rudel & Ines Rudel GbR | vor-ort-foto.de; S. 24-25: GEHE; S. 26-27: Johanna Unternährer, Freepik, Flaticons.com; S. 28-29: Verona_S | iStockphoto, princigalli | iStockphoto, martin-dm | iStockphoto, Deagreez | iStockphoto; S. 30: RyanJLane, Kzenon | Shutterstock, AscentXmedia | iStockphoto, Morsa Images | iStockphoto; S. 31: Tina Straub

DATENSCHUTZHINWEISE

Unsere Datenschutzbestimmung finden Sie unter
www.gehe-point.de/de/home/infos/datenschutz/index.jsp

Für unverlangte Einsendungen übernimmt die Redaktion keine Verantwortung. Nachdruck, Aufnahme in Onlinediensten und Internet sowie Vervielfältigung nur mit Zustimmung gestattet.

Aus Gründen der Lesbarkeit wird bei Personenbezeichnungen die männliche Form gewählt, es ist jedoch immer die weibliche Form mitgemeint.

TRENDSPORTARTEN 2020

Es muss nicht immer Joggen sein. Wer in diesem Sommer fit werden oder bleiben möchte, kann sich **AUF ZAHLREICHE NEUE SPORTARTEN FREUEN**. Freunde von Ballsportarten kommen ebenso auf ihre Kosten, wie Freizeitsportler, die am liebsten in der Natur schwitzen.

AUF GEHT'S.

UND: VIEL SPAß!



STAND UP PADDLING

Zugegeben – Angst vor dem Wasser sollte man beim Stand up Paddling nicht haben. Die Gefahr, nass zu werden, ist gerade für Anfänger groß. Schließlich ist das Stehen auf einem Board ein Balanceakt, der geübt sein will. Ziel ist, sich mit einem Paddel elegant fortzubewegen. Trainiert wird auf Seen und Flüssen. Anfänger sollten sich in Ufernähe aufhalten, um schnell an Land gehen zu können, wenn die Kondition nachlässt.

TRAILRUNNING

Wer gern wandert oder joggt, sollte Trailrunning ausprobieren. Hierbei geht es querfeldein über Stock und Stein und gerne auch mal steiler bergauf. Das macht Spaß und schult den gesamten Bewegungsapparat, der sich auf unterschiedliche Bodenverhältnisse einstellen muss. Perfekt für Koordination und Reaktionsvermögen. Wichtig: gute Laufschuhe mit geländegängiger Sohle. Wen der Ehrgeiz packt: Es gibt zahlreiche Laufevents.



AERIAL YOGA

Einfach mal entspannt Abhängen und die Schwerkraft besiegen: Das ist beim Aerial Yoga möglich. Man dehnt und streckt sich in einem Tuch, das an der Decke befestigt ist und das gesamte Körpergewicht trägt. Aerial Yoga fördert Kraft, Ausdauer, Beweglichkeit und das eigene Wohlbefinden.



RACKETLON

Sie können sich nicht zwischen Tischtennis, Badminton, Squash und Tennis entscheiden? Dann ist Racketlon perfekt für Sie, denn hier spielen Sie alle vier Sportarten nacheinander. Wer die meisten Punkte hat, gewinnt.





INTERNATIONALE APOTHEKE HEUTE: PALMA, MALLORCA

39°34'09.2"N 2°38'46.5"E



Mallorca bietet nicht nur romantische Buchten, weiße Strände, ein aufregendes Nachtleben oder verwunschene Orte. Die Insel verfügt über außergewöhnliche Apotheken, die einen Besuch wert sind. So liegt unweit des „Parc de les Estacions“, mitten in Palmas Zentrum, die Farmacia Guijarro. Sie ist die größte Apotheke auf der spanischen Baleareninsel und befindet sich in einem typisch mallorquinischen Gebäude mit pfirsichfarbener Außenfassade und dunklen Fensterläden. Ein wahres Schmuckstück. Innen hell und sehr modern ausgestattet, bietet sie Einheimischen und Touristen ein außergewöhnlich umfangreiches Sortiment. So gibt es dort beispielsweise zahlreiche Sonnen- und Korrekturbrillen zu kaufen. Die Apotheke hat 24 Stunden geöffnet.

[apora]

Die neue Generation Apotheke.



Für alle

83 Mio.

Menschen in Deutschland

Für alle rund

19.000

Apotheken

1
Portal

Der beste Weg zum Medikament – einfach, schnell, sicher

Entdecken Sie jetzt die digitale Branchenlösung für alle Apotheken vor Ort: Auf dem neuen Apothekenportal sind Sie für Ihre Kunden auch online erreichbar und bieten mit Bestell-, Bezahl- und Lieferfunktion einen echten Mehrwert. Zusätzlich sind Sie mit apora bestens auf das eRezept und zukünftige Services vorbereitet.

www.apora.de

apora ist eine Marke der pro AvO GmbH – einer Initiative der Partner:

 BD Rowa™

 GEHE

 NOVENTI

 Sanacorp

 WORT
& BILD
VERLAG

