

Näher dran.

Hintergründe erfahren. Einblicke gewinnen. | 05/2024



Doppelspitze!

Neue Geschäftsführung bei PHARMA PRIVAT | S. 3

Gewinnspiel
Mitmachen und ein
Wellnesswochenende
gewinnen | S. 16

APPsolut wichtig!

Die apothekeneigene App von PHARMA PRIVAT WAVE | S. 12

Die Jury

Wer wählt die „PTA des Jahres“? | S. 22

PHARMA
PRIVAT

Näher dran. Weiter vorn.



Impressum

PHARMA PRIVAT GmbH

Geschäftsführer:
Jochen Meyer-Dönselmann im Sande
jochen.meyer@krieger-pharma.de
Doris Jeske-Kraft
doris.jeske-kraft@pharma-privat.de
Pharma Privat GmbH
St.-Elisabeth-Straße 3
56073 Koblenz

Redaktionsleitung:
Fiona Nordt
f.nordt@pharma-privat.de
Juliana Neumann
j.neumann@pharma-privat.de

Download der PDF-Version:



Gestaltung: www.zudem.de



V.l.: Juliana Neumann
und Fiona Nordt

Aufgestellt für die Zukunft

Liebe Kundinnen, liebe Kunden,

gerne möchten wir uns als das neue Geschäftsführungsteam von PHARMA PRIVAT bei Ihnen vorstellen. Die ersten Wochen waren im Wesentlichen davon geprägt, sich in die neuen Themen einzuarbeiten und die Ausrichtung für die Zukunft festzulegen. Daher haben wir die Zeit genutzt, um mit vielen Kolleginnen und Kollegen aus Apotheke und Großhandel ins Gespräch zu kommen und uns gemeinsam über Projekte und Schwerpunktthemen auszutauschen.

Vor uns allen liegt eine spannende Zeit. Wir, die privaten Pharmagroßhändler, besitzen zwar eine lange Tradition, stellen uns jedoch umso stärker mit vielfältigen Investitionen für die Zukunft auf. Für Sie arbeiten wir an der Digitalisierung und der Optimierung unserer Zusammenarbeit und sind in den Entwicklungen rund um eRezept und CardLink aktiv. Denn auch die Bedürfnisse Ihrer Kundinnen und Kunden befinden sich in stetigem Wandel. Mit den Service-Tools von WAVE haben Sie jederzeit die Möglichkeit, – persönlich wie digital – mit Ihren Kundinnen und Kunden im passenden Dialog zu sein.

In dieser neuen Ausgabe unseres PHARMA PRIVAT Kundenmagazins stellen wir Ihnen die eigene Apotheken-App von WAVE vor. Christian Vogel, Apotheker aus Hermannsburg, nutzt die App bereits seit einigen Monaten und erklärt, welche Vorteile er in der App für seine Kundinnen und Kunden sieht. In einem weiteren Interview mit Oliver Prönnecke, Geschäftsführer unserer Apothekenkooperation WAVE, erfahren Sie, warum er sich in Zukunft keine Vor-Ort Apotheke mehr ohne App vorstellen kann.

Heutige und künftige Herausforderungen der Vor-Ort Apotheken gehen wir gemeinsam mit Ihnen an – immer im Austausch, um Lösungen zu finden, die Sie und Ihre Kundinnen und Kunden weiter voranbringen. Ganz unter dem Motto: Näher dran. Weiter vorn. Wir freuen uns, gemeinsam mit Ihnen die Zukunft zu gestalten.

Herzliche Grüße

Doris Jeske-Kraft

Jochen Meyer-Dönselmann im Sande

NEUES

AUS DEN PHARMA PRIVAT-HÄUSERN

KRIEGER als starke Marke in der Gesundheitsversorgung



V. l.: Björn Besse, Geschäftsführer von KRIEGER Sanitätshaus, Jochen Meyer-Dönselmann im Sande und Carla Dortmann, Geschäftsführer-Gesellschafter bei KRIEGER

Im 222. Jahr der Unternehmensgeschichte werden die Tochterunternehmen der C. Krieger & Co. Nachfolger GmbH & Co. KG, insbesondere die MEDI-CENTER Mittelrhein GmbH, in die Gesundheitsmarke KRIEGER seit 1802 integriert und die Unternehmensstruktur in drei Sparten geclustert. Gesundheitsversorgung auf höchstem Niveau ist das Bindeglied der drei Geschäftsbereiche Pharmahandel, Pharmalogistik und Sanitätshaus. Die Sanitätshausparte war bisher eher heterogen bekannt als MEDI-CENTER mit Thönnissen-, Thillmann-, Prinz- und Transcare-Niederlassungen. Diese sollen nun gemeinschaftlich auftreten und

Synergien heben: „KRIEGER und MEDI-CENTER sind in der Region sehr gut im Gesundheitssektor vernetzt. Durch die neue Unternehmensstruktur können wir Versorgungsqualität und -schnelligkeit sprunghaft verbessern. Davon profitieren Kunden, Patienten und Versorger gleichermaßen“, so Björn Besse, Geschäftsführer der MEDI-CENTER Mittelrhein GmbH.

Der Sanitätshausbereich weist überregionales Wachstum in Verbindung mit regionaler Stärke durch wohnortnahe Versorgungskonzepte aus. „Mit der Weiterentwicklung zur Gesundheitsmarke festigen wir nicht nur unsere Marktposition, sondern reagieren auch flexibel auf die sich wandelnden Herausforderungen im Gesundheitssektor. Unser übergeordnetes Ziel ist eine hochwertige und zugleich zukunftsfähige Gesundheitsversorgung“, so Jochen Meyer-Dönselmann im Sande, Gesellschafter-Geschäftsführer in der fünften Generation des Familienunternehmens KRIEGER.

Auch die insgesamt knapp 700 Mitarbeitenden wachsen durch die neue Unternehmensstruktur enger zusammen. „Diese stärkt nicht nur die Arbeitsatmosphäre und den Teamgeist, sondern trägt auch maßgeblich zur Innovationskraft und zum langfristigen Erfolg des Unternehmens bei“, so Gabriele Husel, Leitung Personal- und Organisationsentwicklung.

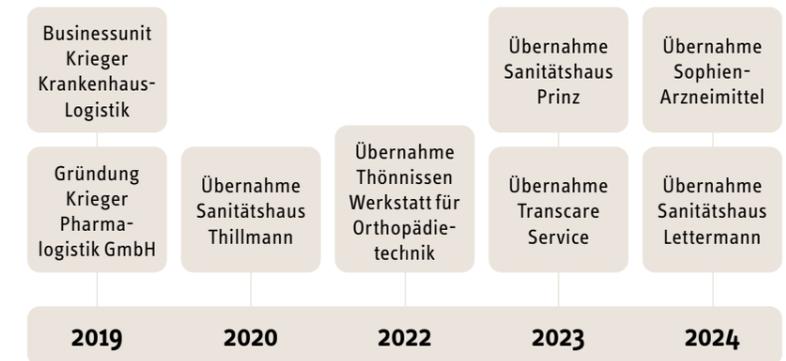
KRIEGER seit 1802



Erweiterung der Geschäftsfelder



Mit langfristiger und nachhaltiger Unternehmenspolitik ist es das Ziel von KRIEGER, gemeinsam mit den Akteuren im Gesundheitswesen die bestmögliche Versorgung sicherzustellen.



KRIEGER übernimmt Sophien-Arzneimittel

Zum 1. Januar 2024 ging die Sophien-Arzneimittel GmbH in die C. Krieger & Co. Nachfolger GmbH & Co. KG ein. Die Sophien-Arzneimittel GmbH wurde 2004 durch Dr. Andreas Kiefer in Koblenz gegründet. An zwei Standorten werden Standardzulassungen wie Ibuprofen oder Paracetamol, ein Natursortiment mit Eigenentwicklungen (z.B. Entero-Teknosal und Katimun), sowie eine Kosmetiklinie produziert. Neben ihrer eigenen Marke ist die Sophien-Arzneimittel GmbH auch für die Herstellung von Apotheken-Eigenmarken bekannt. Nach dem Tod des Unternehmensgründers führten seine Ehefrau und die vier Töchter das Unternehmen weiter. Nun hat das Koblenzer Gesundheitsunternehmen die Sophien-Arzneimittel GmbH übernommen.

Für KRIEGER ermöglicht der Zukauf die Erweiterung seines Leistungsspektrums um die Pharmazeutische Herstellung. Bisher ist das Familienunternehmen als Pharmazeutischer Großhandel, als Dienstleister in der Pharmalogistik sowie in der direkten Patientenversorgung über die Sanitätshäuser als Leistungserbringer erfolgreich.

„Mit dem Erwerb der Sophien-Arzneimittel GmbH übernehmen wir einen weiteren Baustein in der Wertschöpfungskette der Gesundheitsversorgung“, so Jochen Meyer-Dönselmann im Sande. Carla Dortmann ergänzt: „In Zeiten von Arzneimittelknappheit durch Abhängigkeiten außerhalb Europas müssen wir als Gesundheitsversorger jede Möglichkeit der vor-Ort-Produktion aufrechterhalten.“ Das Gesundheitsunternehmen plant neben der Stärkung des bestehenden Produktportfolios die Herstellung von aktuell nicht verfügbaren Arzneimitteln für den deutschen Markt und fertigt in Lohnherstellung für namhafte deutsche Pharma-Hersteller.

Die Mitarbeitenden der Sophien-Arzneimittel GmbH wurden ausnahmslos übernommen, der Wert der Marke Sophien-Arzneimittel aufrechterhalten „und somit auch das Erbe unseres Vaters“, so Carolin Kiefer, Tochter des Unternehmensgründers.

KRIEGER übernimmt Sanitätshaus Lettermann

Die Sanitätshaus Lettermann GmbH geht zum 1. Januar 2024 in die C. Krieger & Co. Nachfolger GmbH & Co. KG ein. Lettermann mit Sitz in Viersen ist das führende Sanitätshaus in der Region Niederrhein. Neben neun Standorten betreibt das Unternehmen Wund- und Therapiezentren. Die strategische Partnerschaft der beiden Familienunternehmen ist die richtige Aufstellung für die Zukunft und bildet zugleich die Nachfolgeregelung der Viersener ab.

So wird Matthias Lettermann, Orthopädietechnik-Meister in dritter Generation, als Geschäftsführer weiterhin erster Ansprechpartner für Mitarbeitende und Kunden vor Ort sein. Für ihn bietet der Zusammenschluss die Sicherung sowie den Ausbau von Arbeitsplätzen. „Gemeinsam treiben wir die Entwicklungen in unserer Branche an und führen gleichzeitig die Tradition des Familienunternehmens fort“, so Lettermann.

Björn Besse tritt neben Matthias Lettermann in die Geschäftsführung des Sanitätshauses Lettermann ein. „Durch die Integration des Sanitätshauses Lettermann unter dem Dach des Gesundheitsversorgers KRIEGER können wir gemeinsam unser Angebot für Patienten und Kooperationspartner in Qualität und Reichweite ausbauen. Das Wachstum unserer Unternehmensgruppe wird konsequent vorangetrieben“, so Björn Besse.

Die KRIEGER Sanitätshausparte gewinnt mit dem Zukauf 200 Mitarbeitende. Die Unternehmensgruppe KRIEGER beschäftigt damit insgesamt 700 Mitarbeitende an 16 Standorten.



V. l.: Ralf Lettermann, Matthias Lettermann, Björn Besse



Seit mehr als 40 Jahren ist PSN als Pre-Wholesaler, Logistik- und Fulfillmentdienstleister im Gesundheitsmarkt tätig. PSN liefert bundesweit die Sortimente von mehr als 90 Lieferanten mit ca. 4.500 Produkten in bedarfsgerechten Mengen an alle vollsortierten pharmazeutischen Großhändler, Apotheken, Ärzte und weitere Kundengruppen.

Ein modernes Logistikzentrum mit 10.000 m² Lagerfläche und 3.500 Palettenplätzen, das PSN gemeinsam mit der Max Jenne Arzneimittel-Großhandlung KG in Lübeck betreibt, bietet optimale Voraussetzungen für den sorgsamsten, fachgerechten Umgang mit sensibler Ware.

PSN hat eine Großhandelserlaubnis nach § 52s AMG, ist GDP zertifiziert und verfügt über ein behördlich genehmigtes QM-System sowie ein Biozertifikat. PSN bietet Unternehmen, die ihre Logistik auslagern möchten, einen Rundum-Service, von der freundlichen Auftragsannahme bis zur zuverlässigen Buchhaltung und Aftersale- und Fulfillment-Services an.



Besuchen Sie uns unter: www.psn.de

Vom Norden ins ganze Land

Pre-Wholesaler PSN stellt sich vor

Die Lieferanten von PSN können sich auf ihre Kernkompetenzen, wie Produktentwicklung, Marketing und Vertrieb, konzentrieren, und die Kunden können ein breites Sortiment mit nur einer Bestellung einkaufen. Dies bietet beiden Seiten Möglichkeiten zur Prozess- und Kostenoptimierung.

Als familiengeführtes Unternehmen steht PSN für Zuverlässigkeit und Kontinuität, bildet aus und unterstützt die Apotheken vor Ort. Die PSN Pharma-Service-Nord GmbH, vertreten durch die Geschäftsführer Lothar-Joachim und Thomas Jenne, gehört zur Unternehmensgruppe der Max Jenne Arzneimittel-Großhandlung KG.



Richard Kehr GmbH goes green

Braunschweiger Pharmagroßhändler investiert in „Grüne Zukunft“

Mit einem breit angelegten Maßnahmenpaket will die Richard Kehr GmbH & Co. KG in Braunschweig ihren Beitrag zum Umweltschutz leisten. Unter dem Motto „Kehr goes green“ CO₂ reduzieren, CO₂ vermeiden, CO₂ binden“ hat das Braunschweiger Familienunternehmen seit 2021 zahlreiche klimaschützende Maßnahmen geplant und umgesetzt.

Mit E-Mobilität den firmeninternen CO₂-Ausstoß senken

Die just-in-time Belieferung der Apotheken ist das A und O im Pharmagroßhandel und erfordert eine gut durchdachte Logistik. Um die Umwelt so wenig wie möglich zu belasten, optimierte der Braunschweiger Pharmagroßhändler 2023 seine Tourenpläne zur Apothekenbelieferung und investierte in den Auf- und Ausbau der firmeninternen E-Mobilität. Heute versorgen vier Schnellladestation in der Versandhalle ebenso viele nach GDP-Standards (Good

Distribution Practice) zertifizierte E-Transporter mit Strom für die nächste Auslieferungstour – grünem Strom, der von der unternehmenseigenen Photovoltaik-Anlage am Firmenstandort Sudetenstraße in Braunschweig produziert wird. Grüner Strom direkt vom Dach: Mit einer Bruttoleistung von 678 Kilowattpeak (kWp) zählt diese zu den sechs leistungsstärksten Anlagen für solare Strahlungsenergie im Stadtgebiet von Braunschweig (Marktstammdatenverzeichnis, November 2023).

Zusätzlich investierte man 2023 mit der energetischen Sanierung der Verwaltungsgebäude Braunschweig und Dessau in die Senkung des Energiebedarfs.

10.000 Bäume für den Harz – Klimaschutz mit ganz viel Herz

Das Klimaschutzprojekt „Apothekenwald“ beruht auf einer Initiative der Richard Kehr GmbH & Co. KG und der Niedersächsischen Landesforsten (NLF). Das Ziel des 2019 ins Leben gerufenen Projekts: 10.000 Bäume



im vom Klimawandel stark betroffenen Harz wieder aufzuforsten. Mehr als 200 Apotheken aus Niedersachsen, Sachsen-Anhalt, Berlin und Brandenburg konnten seitdem für dieses Projekt gewonnen werden. Sie unterstützen die Aktion durch Spenden und Spendenaktionen in der Apotheke. Eine Erfolgsgeschichte, wie sich schnell abzeichnete. Stand heute konnten bereits 275.000 € für die Pflanzung von rund 57.000 Bäumen im „Apothekenwald“ gesammelt werden.

Nachhaltigkeit in der Apotheke



- Prüfen Sie Ihre Mailadressen beim Großhandel. Es können, je nach Verwendung, auch mehrere Mailadressen hinterlegt werden, z. B. eine für die Buchhaltung.
- Keine Lust auf Werbung? Einfach ein Schild an den Briefkasten: „Bitte keine Werbung einwerfen“. Das schont nicht nur die Nerven, sondern auch die Bäume.
- Vertreter-Broschüren digital bekommen? Klar! Spart Papier und sorgt für einen aufgeräumten Schreibtisch.

Papier sparen:

- Schluss mit dem Faxen! Leiten Sie Faxe künftig auf Ihren Mailaccount um. Das spart nicht nur Papier, sondern ist auch viel übersichtlicher.

Der Großhandel KRIEGER in Koblenz geht dieses Thema aktiv an und verteilt im Rahmen seiner Initiative BNA (Bündnis nachhaltiger Apotheken,

Klimaschutz ist in aller Munde, auch für Apotheken. Aber wie wird man eigentlich nachhaltig? Hier sind ein paar Tipps für den Start.

www.nachhaltige-apotheken.de passende Aufkleber an seine Kunden.

Mehr Ideen?

Für noch mehr Tipps zur nachhaltigen Apotheke empfehlen wir das Buch: „Die nachhaltige Apotheke – Klimawandel, Umweltschutz und Gesundheit“ von Esther Luhmann, Deutscher Apotheker Verlag, 2022.

Mit kleinen Schritten kann man also auch in der Apotheke Großes bewirken. Lassen Sie uns gemeinsam grün werden.

klein, aber effektiv

Auftragsannahme neu gedacht

Antworten auf den Fachkräftemangel

Das Thema Fachkräftemangel beschäftigt auch Pharmagroßhändler Otto Geilenkirchen aus Aachen seit den letzten Jahren. Ein entscheidender Faktor zur Lösung des Problems war die kontinuierliche Reduzierung des Arbeitsaufwands in der klassischen Auftragsannahme. Dies machte es möglich, qualifizierten Fachkräften neue Aufgaben zu übertragen und gleichzeitig neue Strukturen zu etablieren.

Nach Gesprächen mit den langjährigen Mitarbeiterinnen der Auftragsannahme war schnell klar, dass sie sich alle auf neue Herausforderungen freuten. Die Mitarbeiterinnen zeigten z.B. großes Interesse daran, neben ihren bisherigen Aufgaben in der Auftragsannahme auch in Bereiche wie Marketing, Sekretariat und Buchhaltung einzusteigen.

annahme als erstes in diese neuen Räumlichkeiten. Dank einer Glasfaser-Standleitung ist die technische Anbindung nun vergleichbar mit einer Inhouse-Verkaufung. Zudem haben alle Mitarbeiterinnen die Möglichkeit, nach Absprache und im Rotationsprinzip zwei Tage pro Woche mobil zu arbeiten, wobei samstags grundsätzlich ausschließlich mobil gearbeitet wird.

Es sind genau solche kleinen, aber effektiven Maßnahmen, die erheblich zur Mitarbeiterbindung beitragen und die den Wandel von der klassischen Auftragsannahme hin zu einem umfassenden Kommunikationscenter eingeleitet haben.

Mitarbeiterinnen und ihre neuen Aufgaben



Stefanie Sauer
Teamleitung, Aufgabenkoordination



Melanie Esser
Sekretariat, Verwaltung



Gabriele Offermanns
Social Media, Homepage



Jessica Gerads
Veranstaltungen, Kommunikation



Diana Ebert
Rechnungsprüfung



Loni Honigl
Rechnungsprüfung

Die Fusion von traditionellen Aufgaben mit neuen Herausforderungen ist wie das Mischen von Farben – das Ergebnis ist ein lebendiges Gemälde aus Erfahrung und Innovation.

Stefanie Sauer

Infrastruktur

Eine weitere Herausforderung ergab sich für Otto Geilenkirchen Anfang 2024, als die Hauptzufahrtsstraße (A544) nach Aachen aufgrund der maroden Autobahnbrücke gesperrt wurde. Da alle Mitarbeiterinnen der Auftragsannahme außerhalb von Aachen wohnen, verdoppelte sich plötzlich deren Anfahrtszeit ins Büro. Das Unternehmen reagierte schnell und mietete fünf Büros in Würselen (5 Kilometer vor Aachen) an. Nach umfangreichen Umbauten und technischer Ausstattung zog Anfang Februar 2024 das Team der Auftrags-

Online und Präsenz-Seminare

Ein dickes Dankeschön, für mehr als 1.000 Seminarteilnehmerinnen und -teilnehmern jedes Jahr!

Wir bei PHARMA PRIVAT wissen, wie entscheidend stetige Weiterbildung für den Erfolg und die Kompetenz in der Apothekenpraxis ist – dafür bleiben wir für Sie am Ball. Besonders wichtig ist es uns, gemäß der Akkreditierungsrichtlinie der Bundesapothekerkammer, das Fortbildungszertifikat themenübergreifend mit den maximalen Fortbildungspunkten auszustellen. Auch dieses Jahr finden wieder die beliebten Social Media-Seminare statt – mit drei neuen Modulen.

Nutzen Sie die Gelegenheit, Ihr berufliches Netzwerk zu erweitern, sich mit Kolleginnen und Kollegen auszutauschen und Ihr Know-how zu erweitern.

Seit fast zwei Jahren, mit 27 Vorträgen und 595 Teilnehmern, bin ich nun als Referentin und Impulsgeberin mit Themen rund um Social Media auf der PHARMA PRIVAT Bühne unterwegs. Getreu meines Leitbildes – mit dem Kopf durch den Wandel – wurde es Zeit für neue spannende Themen. Ich freue mich, euch in Modul 7–9 wiederzusehen!



Dani Hildebrand
Referentin „Social Media Apothekenfachkraft“

Social Media Seminare 2024

Social Media Apothekenfachkraft – Modul 7
Die Kunst des Bildes – Fotografie für Social Media
04.06.2024, 19:30 – 21:30 Uhr
Online-Seminar

Social Media Apothekenfachkraft – Modul 8
Social Media Inhalte mit Videos gestalten
11.06.2024, 19:30 – 21:30 Uhr
Online-Seminar

Social Media Apothekenfachkraft – Modul 9
Effizientes Arbeiten mit Meta – optimiere deinen Workflow
18.06.2024, 19:30 – 21:30 Uhr
Online-Seminar



Alle aktuellen Seminare und Anmelde-möglichkeiten unter:
pharma-privat.de/seminare

Köstliche Frühlings- rezepte.

Erfrischend und traditionell: Die Maibowle

Der Mai ist bekannt für seine blühende Natur, grüne Wiesen und die feinen Düfte, die durch die Luft schweben. Passend dazu ist die Maibowle eine erfrischende Tradition, die den Frühling mit jedem Schluck zelebriert. Inspiriert von den zarten Aromen des Waldmeisters und der spritzigen Leichtigkeit von Weißwein und Sekt, ist diese Bowle ein wahrer Genuss für die Sinne. Tauchen Sie ein in die frühlingshafte Welt der Maibowle, genießen Sie ihre feinen Aromen und feiern Sie den Beginn der warmen Jahreszeit mit diesem erfrischenden Getränk.

Ein Festmahl für Genießer: Roastbeef mit Bärlauchremoulade

Für Feinschmecker und Liebhaber herzhafter Gerichte bietet das Rezept für Roastbeef mit Bärlauchremoulade eine verlockende Möglichkeit, eine Mahlzeit zu kreieren, die sowohl einfach zuzubereiten als auch absolut delikates ist. Das zarte Roastbeef, kombiniert mit der frischen Note des Bärlauchs in der Remoulade, ergibt ein Gericht, das sowohl für festliche Anlässe als auch für gemütliche Abende geeignet ist.



Maibowle

Zutaten für 6 Personen

- 1 Bund Waldmeister (8 – 10 Stiele)
- 4 EL Holunderblütensirup
- 750 ml Weißwein (trocken, gekühlt)
- 750 ml Sekt (trocken, gekühlt)
- 1 Bio-Limette

1. Den frischen Waldmeister waschen, trocken schütteln und 2 Std. anwelken lassen.
2. Holunderblütensirup und 250 ml Wein in ein hohes Gefäß geben. Waldmeister zugeben: Hierfür das ganze Bündel an den Stängeln zusammenbinden, an einen Kochlöffel binden und diesen über das Gefäß legen, so dass die Waldmeisterblätter in der Flüssigkeit hängen. Die Stielenden sollten nicht mit der Flüssigkeit in Berührung kommen. Waldmeister 30 Min. ziehen lassen.
3. Limette heiß waschen, trocknen und in Scheiben schneiden. Waldmeister aus dem Weißweinsud nehmen. Erst mit restlichem Wein, dann mit eiskaltem Sekt aufgießen. Maibowle in Gläser füllen und mit Limettenscheibe servieren.

Tipp für eine alkoholfreie Variante:

Wer eine Maibowle ohne Alkohol zubereiten möchte, kann statt Weißwein hellen Traubensaft nehmen. Da dieser sehr süß ist, am besten den Holunderblütensirup weglassen. Oder sie mischen Mineralwasser und Holunderblütensirup. Statt Sekt einfach alkoholfreien Sekt verwenden.



Roastbeef
mit Bärlauch-
remoulade

Zutaten für 6 Personen

(ca. 30 Minuten Zubereitungszeit)

- 3 Eier (Gr. M)
- 1,5 kg Kartoffeln
- 25 g Bärlauch
- 4-6 Radieschen
- 3 Gewürzgurken (Glas)
- 300 g Schmand
- 225 g Vollmilchjoghurt
- 225g Salatmayonnaise
- Salz, Pfeffer
- 3 EL Butterschmalz
- 450 g Roastbeef

1. Eier hart kochen. Kartoffeln schälen, waschen und je nach Größe halbieren oder vierteln. In Salzwasser 15-20 Minuten kochen. Eier abschrecken, schälen und abkühlen lassen.
2. Bärlauch waschen, trocken schütteln und sehr fein hacken. Radieschen putzen, waschen und sehr fein würfeln. Gurken in kleine Würfel schneiden.
3. Eier hacken. Schmand, Joghurt und Mayonnaise verrühren. Mit Salz und Pfeffer würzen. Bärlauch, Radieschen, Gurken und Eier unterrühren. Abschmecken.
4. Kartoffeln abgießen und abdämpfen lassen. Butterschmalz in einer großen beschichteten Pfanne erhitzen. Kartoffeln darin ca. 5 Minuten goldbraun braten. Mit Salz und Pfeffer würzen. Mit dem Roastbeef und der Bärlauchremoulade anrichten.

Dieses Gericht vereint zartes Fleisch mit der Würze des Bärlauchs und der knackigen Frische von Radieschen und Gurken. Die cremige Remoulade rundet alles harmonisch ab und macht dieses Gericht zu einem wahren Festmahl für Genießer.

PHARMA
PRIVAT

wave

APPsolut wichtig!

Die apothekeneigene App von PHARMA PRIVAT WAVE

Anfang Januar war der Start des E-Rezeptes in Deutschland. Lange war es angekündigt und es galt, viele Hürden zu überwinden. Nun sind Apotheken und Ärzte mit entsprechender Hard- und Software ausgestattet und das E-Rezept wird Schritt für Schritt zur Normalität.

PHARMA PRIVAT WAVE hat eine apothekeneigene App entwickelt, die Apotheken eine komfortable Möglichkeit der Kundenbindung und -betreuung bietet und demnächst auch zur Einlösung der E-Rezepte dient. Wir haben mit dem Geschäftsführer, Oliver Prönnecke, gesprochen, um mehr über die Bedeutung der apothekeneigenen Apps und die Rolle von PHARMA PRIVAT WAVE in diesem digitalen Wandel zu erfahren.

Apotheker Christian Vogel nutzt die App bereits seit vielen Monaten und berichtet im Interview über seine Erfahrungen.

Oliver Prönnecke, Geschäftsführer von PHARMA PRIVAT WAVE, über die WAVE App

Sie sind seit vielen Jahren auf digitale Dienstleistungen für Apotheken spezialisiert. Ihr Anliegen ist es, die Arbeitsabläufe für das Apothekenteam mit digitalen Lösungen zu vereinfachen, um den stetig wachsenden Anforderungen gerecht zu werden. Seit über zwei Jahren bieten Sie auch eine apothekeneigene App an. Warum ist es aus Ihrer Sicht so wichtig, dass die Vor-Ort Apotheke eine eigene App anbietet?

Oliver Prönnecke: Die Einführung des E-Rezeptes seit Anfang des Jahres sorgt dafür, dass sich der Wettbewerb auf dem Apothekenmarkt, vor allem der Wettbewerb mit ausländischen Versandapotheken weiter intensiviert. Die Vor-Ort Apotheken müssen sich diesem Wettbewerb stellen und entsprechende Maßnahmen ergreifen, um auch zukünftig ein wesentlicher Bestandteil in der Gesundheitsversorgung zu sein. Die apothekeneigene App ist eine digitale Serviceleistung, die den Bedürfnissen und Anforderungen der Kundinnen und Kunden gerecht wird. Jede Apotheke kann somit bereits jetzt bestehende Kundenbeziehungen im eigenen Kanal absichern.

Welche Vorteile bietet die App den Apotheken und den Kunden?

Oliver Prönnecke: Die von WAVE zur Verfügung gestellte Lösung bietet eine Vielzahl von Funktionen, die sowohl für die Apotheken als auch für Kundinnen und Kunden von großem Nutzen sind. Apotheken können mit ihrer App eine direkte Kommunikation zu Kundinnen und Kunden aufbauen und sie somit langfristig an die eigene Apotheke binden. Wer sich einmal an die einfache Bestellung von Produkten und die Übermittlung von Rezepten gewöhnt hat, möchte das nicht mehr missen. Wir alle tendieren dazu, uns an bewährte Bestellwege zu halten, solange sie zuverlässig funktionieren. Es ist besonders

„Durch eine apothekeneigene App wird die Kundenbeziehung zwischen Apotheke und Endkunden maximal gestärkt und abgesichert.“

wichtig, dass jede Apotheke selbst die App in Umlauf bringt und somit direkter Vertragspartner von Google und Apple ist. Dadurch wird die Kundenbeziehung zwischen Apotheke und Endkunden maximal gestärkt und abgesichert.

Aktuell ist es noch nicht möglich direkt über die App E-Rezepte einzulösen. Können Sie hierzu die Hintergründe erläutern?

Oliver Prönnecke: Schon heute können Patient/innen E-Rezepte über die von WAVE angebotene App an die Apotheke übermitteln. Seit der Abschaffung des Muster16 allerdings aktuell nur Rezepte, die die Arztpraxis dem Patienten ausdruckt. Diese werden dann mithilfe der Scan- oder Fotooption hochgeladen und an die Apotheke übermittelt. Im März dieses Jahres hat die Gematik das sogenannte „Card-Link-Verfahren“ auf den Weg gebracht, ein weiterer Einlöseweg für E-Rezepte, mit deutlichen Vereinfachungen für die Patient/innen. So kann der Patient mit diesem Verfahren das Rezept elektronisch auf den Weg bringen, sieht die Verordnungen und auch eine mögliche Abhol- oder Lieferzeit der Apotheke. Also ein echter

Nutzen für den Einzelnen. Viele in unserer Branche sehen durchaus eine Zielgruppe, die offen für diese neue Technologie ist und Card-Link nutzen wird.

Wie sehen Sie den Beitrag der apothekeneigenen App zur Kundenbindung für die Apotheken?

Oliver Prönnecke: Die App ist ein hervorragendes Instrument zur Kundenbindung. Durch personalisierte Angebote und Informationen können Apotheken ihren Kunden einen echten Mehrwert bieten und sie so langfristig an sich binden. Darüber hinaus ermöglicht die App eine kontinuierliche Interaktion zwischen Apotheke und Kunde, wodurch das Vertrauen gestärkt und die Kundenzufriedenheit erhöht wird. Dies führt zu einer langfristigen Bindung der Kunden an die Apotheke und einem positiven Image – auch außerhalb der Öffnungszeiten. Besonders wichtig für Apotheken ist es, dass die Endkundendaten und die Kommunikationshoheit bei unserer Lösung immer in Händen der Apotheke liegt und bleibt. Apotheken sollten zwingend bei der Suche nach Lösungen auf diesen wichtigen Umstand achten.



Wie ist das Feedback bisher von den Apotheken und Kunden zur neuen App?
Oliver Prönnecke: Das Feedback ist bisher sehr positiv. Die Apotheken schätzen die Möglichkeit, mit ihren Kunden in Kontakt zu bleiben und sie auf eine effektivere Weise betreuen zu können. Kunden wiederum finden die App intuitiv und praktisch. Seit der Einführung des E-Rezeptes ist die Nachfrage nach der App auch kontinuierlich gestiegen. Apotheken haben erkannt, dass sie diese Serviceleistung anbieten müssen, um auch weiterhin im Fokus für ihre Kundinnen und Kunden zu stehen. Wir haben den eigenen Anspruch unsere Lösungen vergleichbar modern und nutzerorientiert zu konzipieren wie es die großen Versandapotheken auch tun. Letztlich findet die Kaufentscheidung vielfach bereits im Netz statt. Da muss die einzelne Apotheke vor Ort in der Kommu-

nikation und Professionalität mindestens mithalten können. Genau das ist unser Auftrag!

Vielen Dank, Herr Prönnecke, für diese Einblicke in die neue apothekeneigene App. Gibt es abschließend noch etwas, das Sie unseren Lesern mitteilen möchten?

Oliver Prönnecke: Ich danke Ihnen für das Gespräch. Ich möchte nur betonen, dass wir mit der WAVE-App einen bedeutenden Schritt in die Zukunft des Apothekenwesens machen können. Es geht darum, dem Kunden eine zeitgemäße und bequeme Möglichkeit zu bieten, seine Gesundheitsversorgung in Anspruch zu nehmen. Wir sind überzeugt, dass solche Innovationen sowohl für die Apotheken als auch für die Kundinnen und Kunden von großem Nutzen sind, und freuen uns darauf, diesen Weg gemeinsam weiterzugehen.

Apotheke weise ich auf das Potenzial und die Bedeutung der App hin und fördere so die Ansprache der Kundinnen und Kunden durch motivierte Mitarbeiter. Ein sehr gutes und sehr wirksames Kommunikationsinstrument für die App ist unsere eigene Apothekenzeitung. Nach ihrem jeweiligen Erscheinen sehen wir, dass die Download-Rate besonders stark ansteigt.

Welchen Nutzen haben Sie/Ihre Apotheke von der apothekeneigenen App?

Christian Vogel: Die Vorteile sind, dass Medikamente bestellt und reserviert werden können und dass Kundinnen und Kunden sehen, welche Medikamente lieferbar sind. Wir können aktuelle Informationen in die App einpflegen und Sonderangebote anbieten. Durch die Verknüpfung mit WAVE ist der Aufwand für uns gering und wir sind auf vielen Kanälen gleichzeitig verbunden.

Die Einführung unserer apothekeneigenen App war eine kluge Entscheidung. Besonders in Bezug auf das E-Rezept haben wir damit bereits den Vorteil, auf den Handys unserer Kunden zu sein, Erfahrungen gesammelt zu haben und Arbeitsabläufe optimiert zu haben.

Würden Sie anderen Apotheken empfehlen, ebenfalls eine apothekeneigene App zu nutzen?

Christian Vogel: Denen in meiner Umgebung nicht (... lacht!). Allen anderen unbedingt und auf jeden Fall: Ich bin mir sicher, dass jede Apotheke, die jetzt ihre eigene App bestellt, den Abfluss von Rezepten an den Versandhandel auf Dauer verhindert.



WAVE App für die Hubertus-Apotheke in Hermannsburg

Ein Interview mit Christian Vogel, Apotheker und Inhaber, Hubertus-Apotheke in Hermannsburg.

Was hat Sie motiviert, eine apothekeneigene App für Ihre Kundinnen und Kunden anzubieten?

Christian Vogel: Wir sind eine Landapotheke mit einem großen Einzugsgebiet. Die App ist für uns ein sehr gutes Kommunikations- und Service-Instrument, um auch außerhalb der Öffnungszeiten, des Apothekenbesuchs und des Telefons für unsere Kundinnen und Kunden erreichbar zu sein. Die App bietet die Möglichkeit, zu bestellen, Rezept-Images zu übermitteln und zu sehen, welche Medikamente wir vorrätig haben bzw. liefern können. Dies ist besonders gefragt und beliebt wegen der vielen Lieferengpässe.

Seit wann bieten Sie die App in Ihrer Apotheke an? Und wie viele Kundinnen und Kunden nutzen die App bereits?

Christian Vogel: Wir bieten die App seit Ende Februar 2023 an, also seit mehr als einem Jahr. Bis jetzt haben ungefähr 450 Kundinnen und Kunden die App heruntergeladen. Das ist für das erste Jahr und

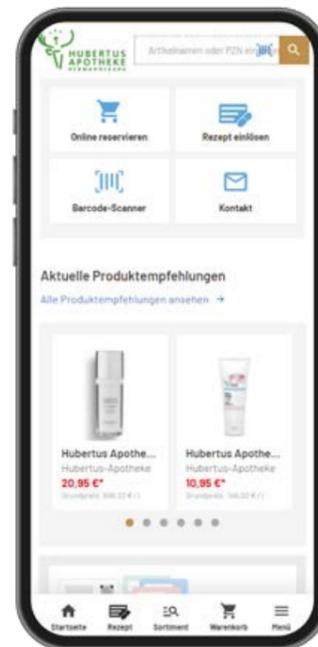
ohne E-Rezept schon eine sehr gute Zahl. Natürlich möchten und müssen wir das noch weiter ausbauen. Das E-Rezept und vor allem das Card-Link-Verfahren wird ein weiteres starkes Argument für die App sein.

Wie ist die Reaktion Ihrer Kundinnen und Kunden auf Ihre App? Was gefällt ihnen?

Christian Vogel: Die Reaktion ist durchweg positiv. Besonders die Bestellfunktion wird aktuell sehr gut genutzt. Die Möglichkeit, mit der App auch das E-Rezept an die Apotheke zu schicken, wird für die Nutzung der App dann ein echter Turbo sein und die Anwenderzahlen enorm erhöhen.

Wie vermarkten Sie die App bei Ihren Kunden? Welche Marketing-Aktivitäten nutzen Sie?

Christian Vogel: Wir informieren über viele unterschiedliche Kommunikationskanäle. Sowohl auf unserer Homepage als auch in den Sozialen Medien (Facebook und Instagram) wird die App mit ihren Vorteilen beworben. Wir verteilen regelmäßig Handzettel an die umliegenden Haushalte und legen diese auch in alle Botendiensttütten. Bei unserem regelmäßigen Teambesprechungen in der



Weitere Infos:
 apotheke-hermannsburg.de

MEET
WAVE

Inhalte: Jetzt über die Chancen und Herausforderungen informieren. Die eGK / NFC - Funktion hat das Potenzial den Apothekenalltag nachhaltig zu verändern. Informieren Sie sich, welche Möglichkeiten wir für Sie bereithalten und was Sie bereits heute schon unternehmen können.

www.erfolg-fuer-apotheken.de/meet-wave



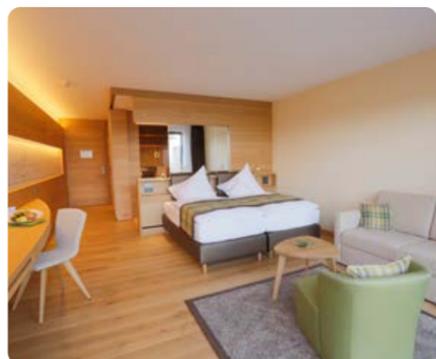
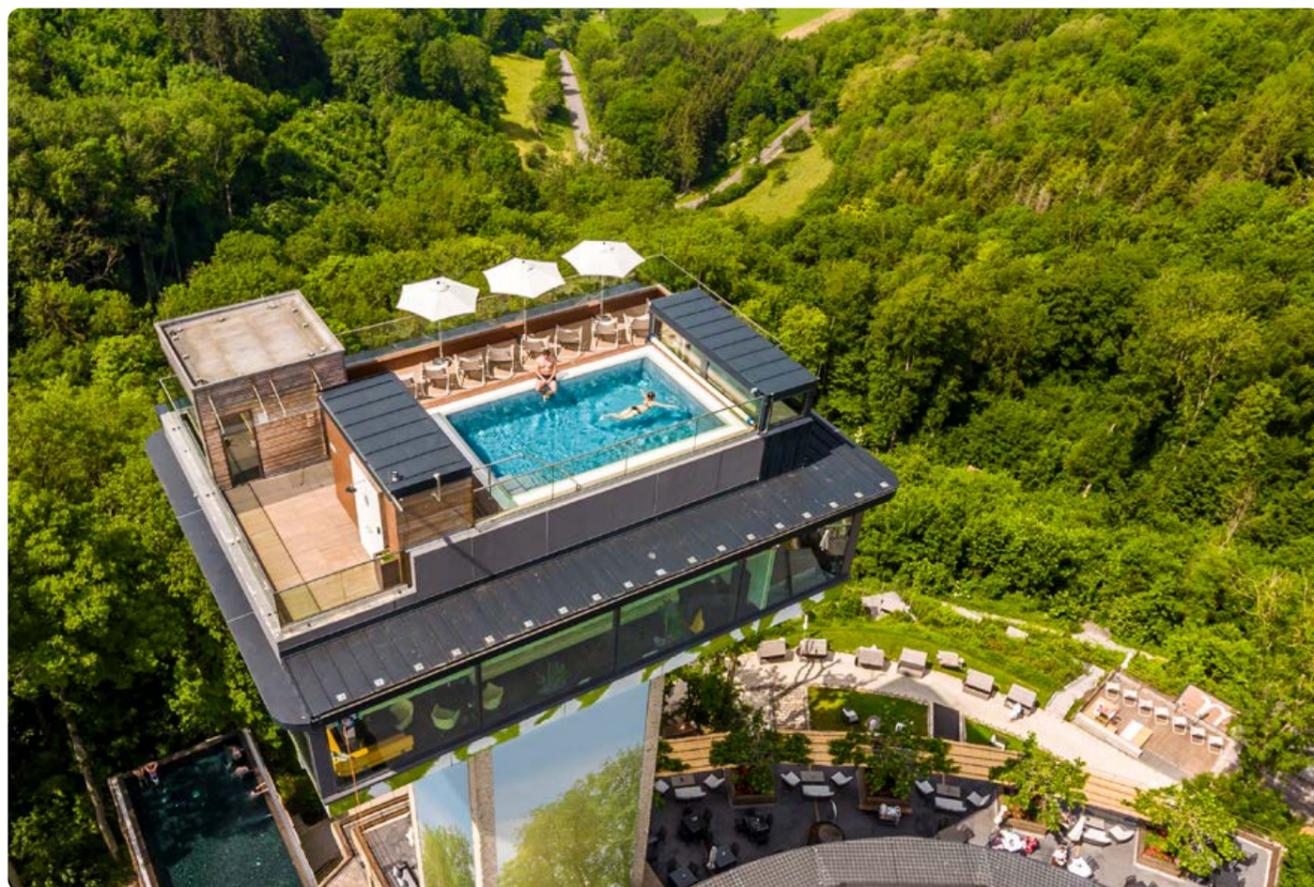
Hier zum Videomeeting anmelden:



Gewinnspiel

Exklusiv für
WAVE App
Nutzer

Maximieren Sie die Downloads der WAVE App bei Ihren Kunden und gewinnen Sie ein unvergessliches Wellnesswochenende! Als Nutzer unserer WAVE App bieten wir Ihnen die exklusive Chance, ein Wellnesswochenende für zwei Personen zu gewinnen. Wir möchten Sie damit nicht nur für Ihre bisherigen Mühen belohnen, sondern Sie auch dazu motivieren, die WAVE App bei Ihren EndkundInnen aktiv zu bewerben, um noch mehr Menschen zu erreichen.



Preis: Ein unvergessliches Wellnesswochenende im Mawell Resort Langenburg, einem exquisiten Refugium, das Entspannung und Wohlbefinden verspricht.

Der Gewinn beinhaltet:
Wellnessauszeit für 2 Personen – Ihre Mawell Inklusivleistungen
Das Mawell Resort ist bekannt für seinen exzellenten Service und seine traumhafte Lage, die zur Erholung einlädt. Es bietet den perfekten Rahmen, um sich eine Auszeit vom Alltag zu gönnen.

- 2 Übernachtungen in einem Doppelzimmer der Kategorie Hohenlohe
- Vital-Langschläfer-Frühstück
- Kuchen-Snack mit Tagessuppe
- Obst- und Joghurtcke
- Vital-Buffer am Abend
- Einmalige, exklusive Nutzung des Private Spa für 2 Stunden

Teilnahmebedingungen:

1. Dieses Gewinnspiel richtet sich ausschließlich an ApothekerInnen, die die WAVE App bereits erworben haben.
2. Ziel ist es, die Anzahl der Downloads der WAVE App durch EndkundInnen bis Ende September 2024 zu maximieren.
3. Der Gewinner wird anhand der höchsten Anzahl verifizierter Downloads bis zum 30.09.2024 ermittelt.
4. Der Einlösezeitraum kann bis zum 31.12.2025 nach Verfügbarkeit und in Absprache mit dem Gewinner flexibel festgelegt werden.

So nehmen Sie teil: Alle PartnerInnen, die unsere WAVE App gebucht haben, nehmen automatisch an unserem Gewinnspiel teil. Nutzen Sie dabei alle zur Verfügung stehenden Kanäle, um die Sichtbarkeit und die Downloads zu erhöhen. In unserem Marketingmanager finden Sie die passenden Marketingpakete – buchen Sie noch heute!

Warum teilnehmen? Neben der Chance auf ein luxuriöses Wellnesswochenende bietet Ihnen diese Aktion die Möglichkeit, die Bindung zu Ihren KundInnen zu stärken und die Vorteile der WAVE App weiter zu verbreiten. Es ist eine Win-win-Situation: Ihre KundInnen profitieren von einer innovativen Gesundheitsapp, während Sie die Chance auf eine wohlverdiente Auszeit erhalten. Wir freuen uns auf Ihre Teilnahme!

Datenschutz: Mit der Teilnahme am Gewinnspiel geht zwingend die Verarbeitung der insoweit erforderlichen personenbezogenen Daten der Teilnehmer auf Grundlage von Art. 6 Abs. 1 S. 1 lit. b der Europäischen Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) einher. Wir werden die vom Teilnehmer im Rahmen der Teilnahme am Gewinnspiel übermittelten personenbezogenen Daten (z. B. Name, Anschrift, Telefonnummer, weitere Kontaktdaten) ausschließlich zu Zwecken der Durchführung des Gewinnspiels nutzen, sofern nicht eine gesonderte Einwilligung des Teilnehmers für weitere Nutzungen vorliegt. Nach Abwicklung der Gewinnspielaktion löschen wir die Daten, vorbehaltlich gesetzlicher Aufbewahrungsverpflichtungen oder anschließender redaktioneller Bearbeitung. Eine Weitergabe an Dritte erfolgt nur zweckgebunden und soweit dies zur Abwicklung des Gewinnspiels erforderlich ist. Dies kann insbesondere der Fall sein, wenn die Übergabe des Gewinns durch einen Kooperationspartner erfolgt, der den Gewinn zur Verfügung stellt. Ergänzend gelten unsere hier abrufbaren Datenschutzbestimmungen, in der u. a. die Betroffenenrechte des Teilnehmers ausführlich und vollständig beschrieben werden: www.erfolg-fuer-apotheken.de/datenschutz

E-Mail von dir

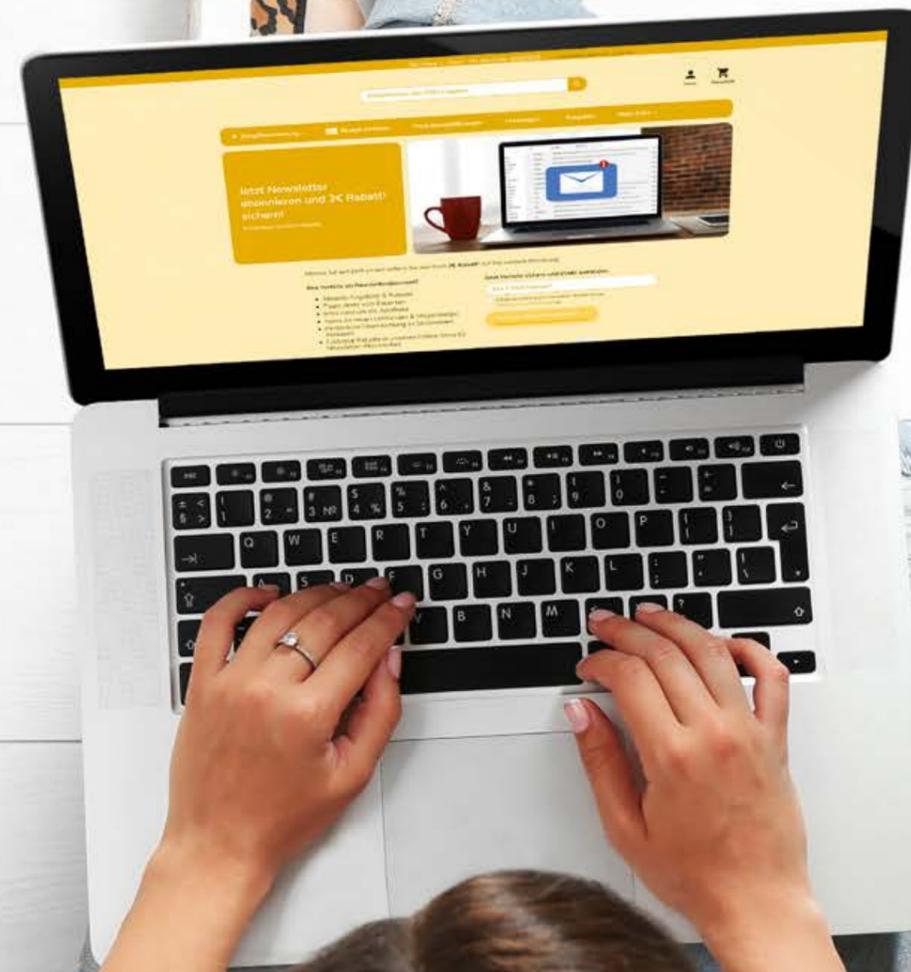
WAVE bringt automatisierte Newsletter-Erstellung für Apotheken auf den Markt

Regelmäßiger und persönlicher Kontakt zu PatientInnen und KundInnen nimmt für Apotheken als Gesundheitsdienstleister vor Ort eine zentrale Bedeutung ein – Beratungen zählen zu den Hauptaufgaben. Doch die eigenen KundInnen zu informieren und über neue Produkte, Services und Angebote auf dem Laufenden zu halten, gelingt nicht nur vor Ort, sondern auch über den digitalen Weg. „Newsletter-Marketing bietet eine Möglichkeit, auch online personalisierte Nachrichten an die eigene Zielgruppe zu verschicken. E-Mails sind schließlich allgegenwärtig – fast jeder Mensch checkt täglich mehrmals sein Postfach“, sagt Oliver Prönnecke, Geschäftsführer der Apothekenkooperation WAVE, und ergänzt: „Regelmäßig hochwertige Inhalte zu erstellen und zu versenden, kostet jedoch Zeit. Unser neuer Service WAVE Newsletter ermöglicht deshalb eine automatisierte Zusammenstellung von Inhalten: Basierend auf den jeweiligen Website- und eShop-Einstellungen sowie auf den gebuchten Leistungen, setzt sich jeder Newsletter individuell zusammen.“

Kundenbindung stärken – ohne Aufwand

Durch die Steuerung über den eShop und die Website entsteht kein separater Pflegeaufwand für den Newsletter. Über das WAVE Cockpit lässt sich die Leistung verwalten – die Generierung des Newsletters erfolgt jedoch automatisch und wird anschließend für den schnellen und einfachen Versand bereitgestellt. „Damit sichern sich Apotheken einen zusätzlichen Absatz- und Kommunikationskanal, der sich positiv auf die Kundenbindung auswirken kann“, berichtet Prönnecke. Apothekenteams bleiben so stetig mit ihren KundInnen in Kontakt und informieren ihre AbonnentInnen über aktuelle Angebote, exklusive Rabatte, neue Apothekenleistungen und Gesundheitsthemen oder erinnern an Features im eShop. Ebenfalls lassen sich Überraschungen zum Geburtstag an die AbonnentInnen versenden. Die Anmeldung für den jeweiligen Apotheken-Newsletter ist für den Endverbraucher kinderleicht. Auf der Apotheken-Website gibt es an verschiedenen Stellen die Möglichkeit, sich DSGVO-konform für den Newsletter einzutragen.

„Über die regelmäßigen Updates und Interaktionen schaffen Vor-Ort-Apotheken Vertrauen. Gleichzeitig bleibt durch die automatisierte Zusammenstellung mehr Zeit für andere Aufgaben in der Apotheke“, sagt Prönnecke abschließend. Die einmalige Einrichtungsgebühr für den WAVE Newsletter liegt bei 149 Euro zuzüglich Mehrwertsteuer, im laufenden Betrieb kostet die Leistung 29 Euro zuzüglich Mehrwertsteuer pro Monat.



Weitere Infos:
www.erfolg-fuer-apotheken.de

Coop Study 2024

WAVE erzielt 1. Plätze

Wir freuen uns, dass wir in der Coop Study 2024 erneut herausragende Erfolge erzielt haben. So konnten wir wie schon im Vorjahr die Spitzenpositionen in den Kategorien „Bester Einkauf“, „Beste Marketingunterstützung“ und „Gewinnsteigerung“ für uns beanspruchen und uns jeweils den 1. Platz sichern.

Da die Coop Study auf den Bewertungen von ApothekerInnen und FilialleiterInnen basiert, wissen wir, welche großen Anteile Sie mit Ihrer Meinung an den Ergebnissen hatten. Wir danken Ihnen sehr für das Vertrauen, das Sie in uns setzen, und für die Treue, die Sie uns halten. Es erfüllt uns mit Stolz, dass wir Sie im Alltag Ihrer Apotheke zu Ihrer hohen Zufriedenheit unterstützen und Sie uns diese Zufriedenheit

durch die Teilnahme an der Coop Study zeigen. Das bestätigt uns in unserer Arbeit und spornt uns an, Ihnen auch in Zukunft nicht nur guten Service zu bieten, sondern darüber hinaus weitere Leistungen zu entwickeln, damit Ihre Arbeit die beste Unterstützung erfährt.

Mit Blick auf die Zukunft arbeiten wir bereits jetzt an der nächsten Innovation für Apotheken, um den Anforderungen von morgen gerecht zu werden. Unsere individuelle, voll automatisierte, datenschutzkonforme und komfortable App für Apotheken in Verbindung mit der geplanten Integration des neuen Card-Link-Verfahrens werden wir Ihnen in naher Zukunft präsentieren. Oliver Prönncke betont im Rahmen der Veranstaltungsreihe Meet WAVE, dass ApothekerInnen jetzt die eigenen Kundenbeziehungen absichern müssen und mit der Kommunikation lieber heute als morgen starten.



Tag der Apotheke

7 JUNI 2024

Für uns an jedem Tag!

Eine Gemeinschaftsaktion der PHARMA PRIVAT GmbH durch die inhabergeführten Großhandlungen aus Aachen | Berlin | Braunschweig | Dessau | Kiel | Koblenz | Lübeck | Lüneburg | Mönchengladbach | Neumünster

Auch in diesem Jahr ist der 7. Juni der „Tag der Apotheke“, ein Tag, an dem bundesweit über die wichtige Arbeit der Vor-Ort-Apotheken im Rahmen der Gesundheitsversorgung aufgeklärt und informiert wird. Großartig leisten Sie und Ihr Team aber nicht nur an diesem, sondern an jedem Tag im Jahr – und das täglich aufs Neue.

Machen Sie am Aktionstag auf Ihre digitalen Service-Angebote aufmerksam. Mit unseren Werbematerialien kann jede teilnehmende Apotheke diese #unverzichtbar*e Stärke lokal als auch digital kommunizieren.

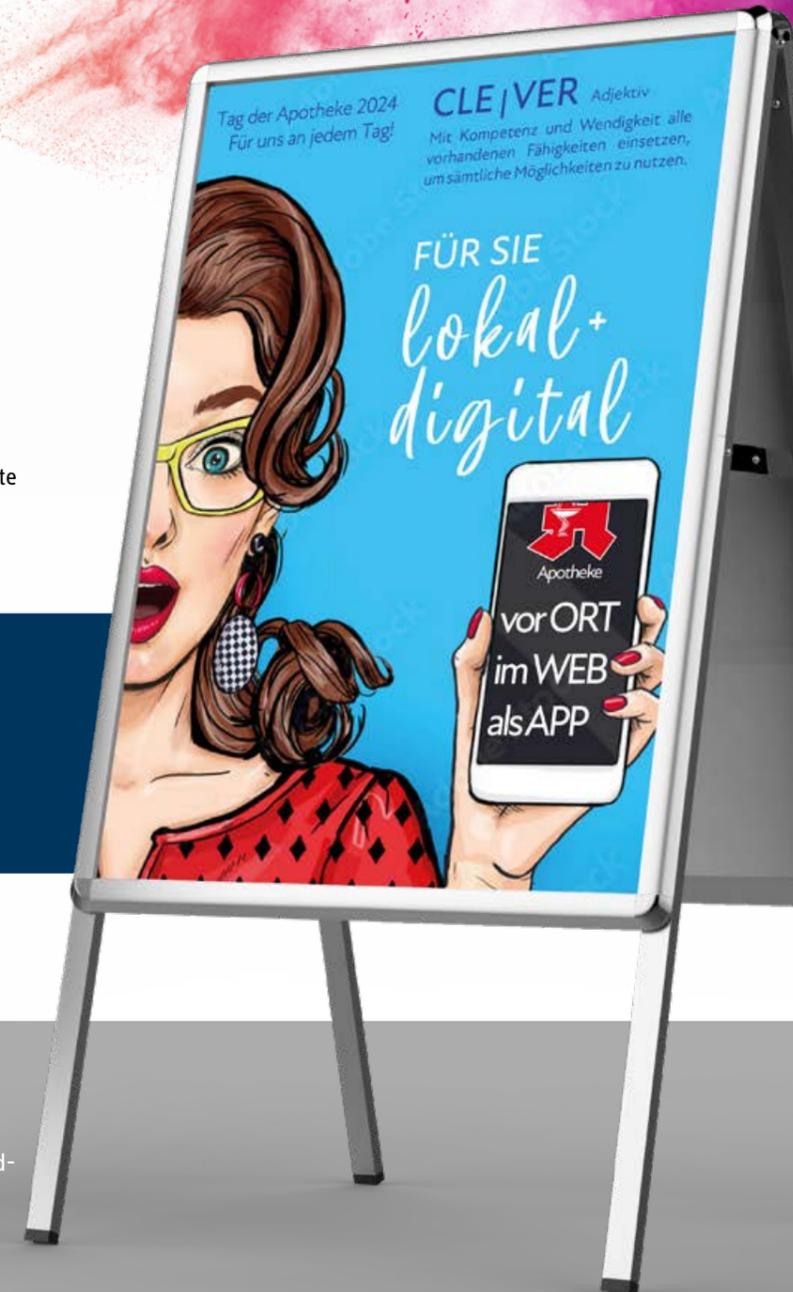
- Plakat DIN A1
- Schaufensterbanner
- Luftballons
- Display Cleaner
- Textilbutton – zum Tragen auf der Kleidung
- Digitales Präsentationsmaterial
- Ausmalbild für Kinder

*Aktionstag für die Apotheke, der von der ABDA 1998 ins Leben gerufen wurde. www.abda.de

„Clever“ ist das Motto unserer diesjährigen Aktion. Lokal und digital – mit Kompetenz und Wendigkeit – ist Ihr Team im Auftrag der Gesundheitsvorsorge für Ihre Patienten im Einsatz.

Cle | ver

Definition: Adjektiv
Mit Kompetenz und Wendigkeit alle vorhandenen Fähigkeiten einsetzen, um sämtliche Möglichkeiten zu nutzen.





Die Jury

Eine Symbiose aus Expertise und Leidenschaft

In der pharmazeutischen Welt, wo Fachwissen, Empathie und Engagement den Grundstein für herausragende Leistungen legen, hebt der Wettbewerb „PTA des Jahres“ jene hervor, die in ihrem Beruf Außergewöhnliches leisten. Dieser besondere Wettbewerb, initiiert von PHARMA PRIVAT, zielt darauf ab, die Arbeit von PTA ins Rampenlicht zu rücken und ihnen die Anerkennung zu schenken, die sie verdienen. Ein entscheidender Faktor, der die Integrität und den Erfolg dieses Wettbewerbs sicherstellt, ist die Jury, die eine ausgewogene Mischung aus Fachwissen, Erfahrung und Hingabe in den Beurteilungsprozess einbringt.

Die Zusammensetzung der Jury 2024

Die Jury des Wettbewerbs „PTA des Jahres 2024“ besteht aus einer vielseitigen Gruppe von Expertinnen und Experten aus verschiedenen Bereichen des Gesundheitswesens. Dazu gehören erfahrene PTA, Apothekerinnen und Apotheker, Vertreter aus der pharmazeutischen Industrie und dem pharmazeutischen Großhandel sowie Rezeptur-Profis und Vertreter des Berufsverbandes der PTA. Diese Diversität gewährleistet eine umfassende Bewertung der Kandidatinnen und Kandidaten aus mehreren Perspektiven und trägt dazu bei, dass die Auszeichnung einen echten Qualitätsstandard in der Branche setzt.

Die Bedeutung der Jury für den Wettbewerb

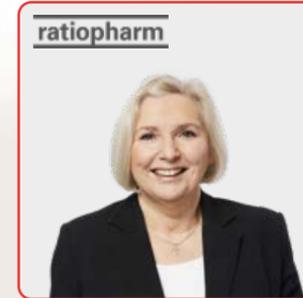
Die Jury ist das Herzstück des Wettbewerbs „PTA des Jahres“. Ihre Expertise und ihr Engagement für die Förderung der beruflichen Exzellenz innerhalb der PTA-Gemeinschaft sind unerlässlich für den Erfolg des Wettbewerbs. Durch ihre Arbeit tragen die Jurymitglieder nicht nur zur Anerkennung herausragender Einzelpersonen bei, sondern inspirieren auch andere PTA, in ihrer beruflichen Praxis nach Exzellenz zu streben.

Der Wettbewerb „PTA des Jahres“ ist eine wichtige Initiative, die das Bewusstsein für die entscheidende Rolle von PTA in der Gesundheitsversorgung schärft und die berufliche Entwicklung innerhalb dieses Berufsfeldes fördert. Die Jury spielt dabei eine zentrale Rolle, indem sie sicherstellt, dass die Auszeichnung diejenigen ehrt, die durch ihre herausragende Arbeit, ihr Engagement und ihre Innovation wirklich einen Unterschied machen. PHARMA PRIVAT ist stolz darauf, eine Plattform zu bieten, die nicht nur die Leistungen von PTA würdigt, sondern auch zur kontinuierlichen Verbesserung der pharmazeutischen Praxis beiträgt.

Unsere Jury im Überblick



Jochen Meyer-Dönselmann
Geschäftsführer Pharma Privat GmbH



Karin Theobald
Director Customer Excellence
Pharmacies ratiopharm GmbH



Dominik Weber
Key Account Manager Wholesale &
VTOs, Bayer Vital GmbH



Anja Zierath
Bundesvorsitzende BVpta e.V.



Ingrid Tiede
Leitung Produktmanagement, Leitung
Vertrieb Apotheken/Krankenhaus
Caesar & Loretz GmbH



Verena Meiers
Marketing Coordinator
CC Pharma GmbH



Silvia von Maydell
Chefredakteurin My Life-Magazin



Florian Rüd
Regionalverkaufsleiter Süd
Paul Hartmann AG



Tanja Lorz
PTA des Jahres 2017



Cornelia Neth
Chefredakteurin PTAheute



Martina Busch
Chefredakteurin PTAheute



Thomas Mall
Key Account Manager Viatris



Dominik Pfennig
Head of Regional Key Account
Management, Engelhard



Moderation & Beratung

Juliane von Meding und Dr. Stefan Bär sind von Anfang an mit dabei. Als ausgebildete Apotheker kennen Sie die Abläufe in der Praxis und wissen genau, was eine/n engagierte/n PTA ausmacht. Mit ihrer humorvollen Art und Zugewandtheit machen sie den Wettbewerb sowohl für die Finalisten, als auch für die Jurymitglieder zu einem besonderen Erlebnis.



Juliane von Meding Geschäftsführerin
AZERTA GmbH



Dr. Stefan Bär
Leitung R&D/Rezeptur-Hotline
Euro OTC & Audor Pharma GmbH



Anzeige



»Mein Beruf ist meine Leidenschaft«

Wolf-Hendrik Ittner »PTA des Jahres 2023«



Von der Apotheke zum Global Player

Vor über 150 Jahren aus der Rosenapotheke in Frankfurt am Main entstanden, ist Engelhard seinem Standort bis heute treu geblieben. Engelhard ist eines der wenigen Pharmaunternehmen, das ausschließlich am Standort Deutschland forscht, entwickelt und produziert. Made in Germany ist das Qualitätsversprechen des OTC-Herstellers – mittlerweile in über 100 Ländern weltweit.

Trotz internationalem Erfolg weiß man bei Engelhard um seine Wurzeln – und damit die Bedeutung unserer wichtigen Partnerinnen und Partner in der Apotheke. „Als Teil der PTA des Jahres Jury möchten wir ganz deutlich zeigen, welche wichtige Rolle die beziehungsweise der PTA innerhalb der Apotheke einnimmt“, schildert Azra Kurtovic, Customer Success Managerin bei Engelhard. „Wir freuen uns Teil des Wettbewerbs zu sein und wollen damit die Relevanz des Apothekenteams für das Gesundheitssystem verdeutlichen“, erklärt Dominik Pfennig Head of Regional Key Account Management bei Engelhard.



Anzeige

Jetzt bewerben und
»PTA des Jahres 2024«
werden!



Bewerbung ausfüllen:
www.pta-des-jahres.de



Folge uns:
www.facebook.com/PTAdesjahres
und Instagram [ptadesjahres](https://www.instagram.com/ptadesjahres)

Premium-Partner



Klassik-Partner



Fach- und Medienpartner



Lesen & Spielen

In einer Welt voller Geschichten bieten Bücher oft einen Zufluchtsort, ein Abenteuer oder auch eine Reflexion über das Leben selbst. Hier sind zwei Buchempfehlungen, die Sie in ihren Bann ziehen werden.

Eine Frau zwischen Liebhaber und Familie

Elle Bishop, 50 Jahre alt und glücklich verheiratet, steht plötzlich vor einer Entscheidung, die ihr ganzes Leben auf den Kopf stellt. Nach einer unvergesslichen Nacht mit ihrem Jugendfreund steht sie vor der Wahl: bei ihrem Ehemann und ihrer Familie bleiben oder alles hinter sich lassen für eine neue Liebe. Innerhalb eines Tages in dem idyllischen Sommerhaus der Familie, dem "Papierpalast", muss sie herausfinden, wer sie wirklich ist und was sie vom Leben will. Ein fesselnder Roman über die Sommertage unseres Lebens und die Komplexität der weiblichen Identität.

„Ein Familiendrama, eine geheime Liebe, eine andauernde Tragödie. ‚Der Papierpalast‘ ist ein überwältigendes literarisches Debüt.“
The Independent

Ein köstlicher moderner Klassiker über Liebe, Verrat und süße Rache

Rachel, eine schwangere Kochbuchautorin, erfährt im siebten Monat, dass ihr Ehemann sie betrügt und in eine andere Frau verliebt ist. Die Tatsache, dass diese Frau eine ungewöhnliche körperliche Erscheinung hat, ist kaum ein Trost für Rachel. Doch inmitten des Verrats und des Verlusts findet sie in der Zubereitung von Gerichten einen gewissen Trost. Zwischen dem Versuch, ihren Mann zurückzugewinnen, und dem Wunsch nach Rache teilt sie mit den Lesern einige ihrer Lieblingsrezepte. „Heartburn“ ist eine Achterbahnfahrt der Gefühle, eine Geschichte von Liebe, Betrug, Verlust und - am befriedigendsten - süßer Rache.

Tauchen Sie ein in die fesselnden Welten dieser Bücher und lassen Sie sich von den vielschichtigen Geschichten und starken Emotionen mitreißen. Diese Bücher versprechen Lesegenuss und bieten Stoff für Diskussionen über die verschiedenen Facetten des Lebens, der Liebe und der menschlichen Natur.

Papierpalast



Der Papierpalast
Miranda Cowley Heller
448 Seiten
Verlag: Ullstein



Heartburn
Nora Ephron
224 Seiten
Verlag: Kein & Aber

Heartburn

Bilder: Jumbo Spiele, Ullstein, Kein & Aber

Hitster – Das Musikkartenspiel für die ultimative Party!

Feiere die Hits der letzten 100 Jahre mit Hitster, dem Musikkartenspiel, das deine Party zum absoluten Highlight macht! Mit über 300 der größten Hits aus verschiedenen Jahrzehnten ist Hitster das perfekte Spiel für einen Abend voller Spaß, Musik und gemeinsamer Erinnerungen. Einfach die Box öffnen, den QR-Code auf der Musikkarte scannen und schon kann die Party beginnen!

Das Spielprinzip von Hitster ist einfach: Suche dir eine Musikkarte aus und scanne den QR-Code mit der kostenlosen Hitster-App. Der Song wird automatisch auf Spotify abgespielt. Nun liegt es an dir, das Jahr zu erraten, in dem der Song veröffentlicht wurde. Platziere die Karte an der richtigen Stelle in deiner persönlichen Musikzeitleiste. Hast du das Jahr richtig geraten? Dann behalte die Musikkarte und erweitere deine Zeitleiste damit. Je mehr richtige Songs du errätst, desto länger wird deine Zeitleiste und desto näher kommst du dem Titel „HITSTER“.

Hitster
Das Musik-Kartenspiel
Altersempfehlung:
16-99 Jahre
Hersteller: Jumbo Spiele
Spieleranzahl: 2-10
Spieldauer: ca. 30 Min



Justin Bieber 2021



Fußballfieber pur: Jetzt mitmachen beim PHARMA PRIVAT Tippspiel zur EM!

Am 14. Juni 2024 geht es wieder los!

In diesem Jahr findet die Fußball-Europameisterschaft in Deutschland statt und wird in zehn Städten ausgetragen. Das Eröffnungsspiel bestreitet Deutschland gegen Schottland in der Fußballarena München.

PHARMA PRIVAT bietet auch in diesem Jahr allen Fußballfans, die in einer Apotheke unserer kooperierenden Pharma-Großhandlungen oder der WAVE Kooperation arbeiten, ein Online-Tippspiel mit attraktiven Preisen an.

Ab dem 3. Juni 2024 können die fußballbegeisterten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter die Ergebnisse der Begegnungen online tippen und sich somit Hoffnungen auf einen der großartigen Gewinne machen. Nach dem Finale am 15. Juli 2024 wird dann die Mitspielerin oder der Mitspieler mit den meisten Punkten als „Tippkönig/in“ gekrönt.

Die besten Tipper können sich wieder auf tolle Gewinne* freuen, beispielsweise einen Weber Elektrogrill Lumin Compact und einen Balkonstrom Basic Flat 430.

Wir freuen uns auf Ihre Teilnahme!

* Änderungen vorbehalten

...völlig losgelöst

Tippen Sie mit unter:
emtipp.tippspiel-pharma-privat.de

Ab
03. Juni 2024 |
10 Uhr

