

farbiger Druck, reich illustriert. Jetzt ganz stark mit Fokus auf Apotheke und dem naturwissenschaftlichen Bereich. Zielgruppe: 8 bis 13 Jahre.

Bestellhinweis:

1 VE = 200 Stück, nur solange der Vorrat reicht für 80,80 Euro/VE, exkl. 19% Umsatzsteuer. Durchgeblättert werden kann der Jugendkalender in Auszügen unter www.lav-sofo-markt.de auf der LAV-Sofo-Markt-Startseite. Dort gibt es auch die Möglichkeit, online einzukaufen. Weitere Infos und telefonische Bestellung beim LAV-Sofo-Markt auch unter Tel. (07 11) 2 23 34-26.

NAMEN + DATEN

Neue Gesichter bei Lierac und Phyto

Seit 15. Oktober hat Stephanie Maurer die Geschäftsleitung der Alès Groupe Cosmetic Deutschland GmbH* übernommen. Stephanie Maurer ist seit 15 Jahren für das Unternehmen tätig und zeichnete zuletzt für die Marketingleitung der beiden Marken Lierac und Phyto verantwortlich. Die Marketing-



Stephanie Maurer

leitung übernimmt nun Claudia Knecht. Der französische Kosmetikkonzern Alès Groupe ist weltweit in mehr als 50 Ländern vertreten. Als deutsche Tochter mit Sitz in Frankfurt am Main vertritt die Alès Groupe Cosmetic Deutschland GmbH die apotheken- bzw. friseur exklusiven Marken Lierac und Phyto.

*Alès Groupe Cosmetic Deutschland GmbH, Schwanheimer Straße 113, 60528 Frankfurt/M., Internet: www.lierac.de und www.phyto.de

APOTHEKEN-WERBUNG

Zehn Jahre „Marketing für aktive Kollegen“

Vor zehn Jahren gründete Albrecht Kiesow zusammen mit der Kauffrau Bettina Moser die „MAK Marketing für aktive Kollegen GmbH“ mit Sitz in Mühlhausen (Thüringen) und bietet seither Apotheken-Werbung mit einem bewährten Konzept.

Kiesow ist selbst Apotheker und Inhaber der Brücken-Apotheke in Mühlhausen. Diese stellt die Keimzelle der MAK* dar, denn schon lange vor deren Gründung wurden viele Berufskollegen aus dem ganzen Bundesgebiet auf Kiesows Werbung aufmerksam. Der Erfolg seiner Werbung war vor allem deshalb beachtlich, da sich die Brücken-Apotheke an einem Standort mit ungünstiger Auflage, wenigen Ärzten, niedriger Kaufkraft und für die neuen Bundesländer hoher Apothekendichte befindet und sich dennoch zu einer überaus erfolgreichen Apotheke entwickelte.

Bald baten seine Kollegen, die Werbeideen mitmachen zu dürfen und anfangs organisierte Kiesow seine Marketingunterstützung zusammen mit Bettina Moser aus der Brücken-Apotheke heraus. Sie entwickelten eine gemeinsame Kundenzeitung und 1996 – nach dem Wegfall des Werbeverbotes für Apotheken – auch einen gemeinsamen Flyer, damals noch mit Drogerieartikeln. Als schließlich 1999 über 700 Apotheker aus dem gesamten Bundesgebiet den ersten „Diabetiker-katalog“ bestellten, lag die Gründung der MAK nahe.

Die MAK erweiterte im Laufe der Jahre ihr Angebot unter anderem durch individuelle Kalender, Geburtstagskarten für die Kunden, und schließlich 2001 durch das Bonus-Taler-Konzept. Die besondere Vorgehensweise bei der Entwicklung neuer Werbeideen war und ist es, diese zunächst in der Praxis in der Brücken-Apotheke zu testen und dort ständig weiterzuentwickeln.

Seit im Jahr 2004 die Preisbindung für OTC-Arzneimittel wegfiel, kommt der Flyer-Werbung wieder größere Bedeutung zu. In fünf verschiedenen Versionen monatlich aufgelegt, entwickelte sich der „Top-Preise-Flyer“ zu einem der erfolgreichsten Apotheken-Flyer Deutschlands. Dazu kam ein mehr ethisch orientierter Saison-Flyer und seit 2007 der MAK-Coupon-Flyer. Auf Initiative mehrerer MAK-Kunden mit Versandhandelserlaubnis erschien 2004 der erste Versandkatalog mit den Top-Artikeln aus Sicht- und Freiwahl sowie vielen nützlichen Tipps für die Kunden.



MARKETINGAKTION in der Brückenapotheke in Mühlhausen.

Dieser Katalog erschien jüngst in der 10. Auflage, zudem gibt es inzwischen auch eine Variante für Apotheken ohne Versandhandelserlaubnis.

*MAK Marketing für aktive Kollegen GmbH, Breitenstraße 20, 99974 Mühlhausen, Tel. (0 36 01) 85 10-0, Fax (0 36 01) 85 10-85, E-Mail: info@mak.de, Internet: www.mak.de

ZUSATZQUALIFIKATION

Apotheker ohne Schule zur Heilpraktiker-Erlaubnis

Bei der Fachfortbildungsfirma Forum med. Seminare Gattermann* werden seit 15 Jahren Apotheker in verkürzter Ausbildung ohne Schule zur Heilpraktiker-Erlaubnis geführt. Die grundlegenden Info-Seminare sind inzwischen als Fachfortbildung akkreditiert. Der Heilpraktiker unterliegt keiner Behandlungspflicht, kann also grundsätzlich selbst entscheiden, ob er jemanden behandeln will. So bleibt es auch dem Apotheker überlassen, wie er seinen „Zweitberuf“ einsetzen will, einfach nur den Titel tragen bis hin zur praktischen Tätigkeit. Insgesamt ist in einer Zeit, da sich Patienten immer mehr der Naturheilkunde zuwenden, der Titel „Heilpraktiker“ eine Aufwertung und naturheilkundliche Kompetenz im Apothekenalltag von großem Vorteil.

*Forum med. Seminare Gattermann, Hoher Weg 9, 86152 Augsburg, Tel. (08 21) 3 19 76 22, E-Mail: apotheker-seminare@gmx.de