

ANZAG magazin

AUSGABE 1/10 | 63. JAHRGANG



Wir bitten um Verständnis, dass das Originalbild aus lizenzrechtlichen Gründen nicht mehr angezeigt werden darf.

VOLLE KRAFT VORAUSS

VIVESCO KAMPAGNE
Starke Marke für Apothekenkunden

ANZAG GIRLS CUP 2010
Anpfiß in Freiburg

ANZAG KOLLEG
Mit Weiterbildung in die Zukunft

AKTUELL

KURZMELDUNGEN

■ ANZAG MAP: OSTERPOST FÜR APOTHEKENKUNDEN



Ostern ist das Frühlingsfest schlechthin – es wird begleitet von Blumen, Farben und guter Laune. Apothekerinnen und Apotheker können diese positiven Assoziationen jetzt aufgreifen und ihre Kunden mit stimmungsvollen Handzetteln von ANZAG MAP ansprechen. Die innovative Online-Plattform bietet unabhängigen und zukunftsorientierten Apotheken ein individuelles und professionelles Apothekenmarketing. Passend zu Ostern sind die Handzettel mit bunten Eiern

gestaltet. So wird das Werbemittel zur freundlichen Osterpost für die Apothekenkunden. Die Erstellung der Handzettel ist unkompliziert: ANZAG Kunden können über ihren geschlossenen Online-Kundenbereich auf das Marketingportal ANZAG MAP zugreifen. Mithilfe des Handzettel-Konfigurators gestaltet der Apotheker seine Handzettel einfach selbst – via Drag and Drop werden die gewünschten Aktionsprodukte auf das saisonale Grundmotiv gezogen. Coupons oder Gutscheine können einfach auf einen Klick zusätzlich platziert werden.

Neben dem Handzettel-Konfigurator bietet ANZAG MAP einen Plakat- und Mailing-Konfigurator an. So kann der Apotheker auch Informations- und Werbeplakate erstellen und seine Kunden mit einem individualisierten Anschreiben ansprechen. Mit dem Marketingplaner können sämtliche Werbeaktivitäten unkompliziert geplant, organisiert und verwaltet werden. So behält der Apotheker stets alle relevanten Informationen im Blick – von Lieferterminen bis zur Kostenübersicht.

Weitere Informationen zu ANZAG MAP erhalten Sie von Ihrem ANZAG Verkaufsberater oder über das ANZAG Service Center. (Telefon: 0800 500 8181).

■ ANZAG: GESETZLICHE NEUREGELUNGEN STABILISIEREN GESCHÄFTSENTWICKLUNG IM ERSTEN QUARTAL

Die ANZAG hat im ersten Quartal des Geschäftsjahres 2010 (1. September bis 30. November 2009) ihren Konzernumsatz um 6,4 Prozent auf 1,05 Mrd. Euro gesteigert. Das Ergebnis nach Steuern erhöhte sich um 1,5 Mio. Euro auf 7,1 Mio. Euro.



Grund für die positive Geschäftsentwicklung sind unter anderem gesetzliche Neuregelungen, die sich stabilisierend auf den Pharmagroßhandel ausgewirkt haben. So hat gerade das Inkrafttreten der 15. Novelle des Arzneimittelgesetzes (AMG) die Position des Großhandels im Vertriebssystem für Medikamente leicht verbessert: Nach § 52b Absatz 1 AMG werden Pharmaunternehmen und Betreiber von Arzneimittelgroßhandlungen allgemein verpflichtet, eine ange-

messene und kontinuierliche Bereitstellung von Arzneimitteln sicherzustellen. Der öffentliche Versorgungsauftrag und der damit verbundene Belieferungsanspruch des Großhandels haben dazu geführt, dass der Anteil der Direktbelieferungen am Gesamtmarkt von 17,7 Prozent im Vorjahreszeitraum auf 16,6 Prozent zurückgegangen ist.

„Der Rückgang der Direktbelieferungen gibt Anlass zu vorsichtigem Optimismus“, so Dr. Thomas Trümper, Vorstandsvorsitzender der ANZAG. „Seit Inkrafttreten der Novelle hat sich bestätigt, dass viele Apotheken die Belieferung durch den Pharmagroßhandel bevorzugen, weil sie effizienter und insgesamt kostengünstiger ist als die Direktbelieferung.“

Das Ziel für das laufende Geschäftsjahr lautet, die Marktposition der ANZAG im deutschen Großhandelsmarkt zu festigen. Um die Apotheker in dem immer komplexeren Markt effizient zu unterstützen, soll im Jahr 2010 zudem die Bekanntheit der Apothekenkooperation *vivesco* spürbar erhöht werden. Die dafür entwickelte Kommunikationsoffensive zur Stärkung der Marke ist vor wenigen Tagen gestartet.



ZWEITER ANZAG GIRLS CUP IN FREIBURG

APOTHEKER SCHICKEN NACHWUCHSKICKERINNEN ZUR WM

Der ANZAG GIRLS CUP hat sich als erfolgreiche Fördermaßnahme für den Mädchenfußball etabliert. Auf dem zweiten Turnier in Freiburg Anfang Februar kickten über 600 Nachwuchsspielerinnen um den Sieg. Die Apotheker aus der Region hatten wieder eine tragende Rolle: Sie betreuten die Mädchenmannschaften als Gesundheitspaten und überreichten den Spielerinnen im Namen der ANZAG Tickets für die U-20-WM der Frauen.

Mit mehr als 60 teilnehmenden Mannschaften der B- und C-Juniorinnen und zahlreichen Zuschauern war der ANZAG GIRLS CUP 2010 erneut das größte Mädchenfußballturnier in Südbaden. „Wir freuen uns, dass wir an die erfolgreiche Premiere im letzten Jahr anknüpfen konnten“, so Matthias Greutter, Vertriebsleiter ANZAG in Freiburg und Singen. „Der ANZAG GIRLS CUP geht spielerisch mit den Themen Gesundheit, Sport und Teamwork um – das passt perfekt zur ANZAG und kommt bei Spielerinnen und Zuschauern ganz offensichtlich gut an.“

Die ANZAG hatte den GIRLS CUP 2008 ins Leben gerufen, um den Mädchen- und Frauenfußball in Deutschland voranzubringen. Dafür kooperiert der Großhändler mit führenden Bundesligavereinen wie

dem SC Freiburg, mit dem Deutschen Fußball-Bund (DFB) und mit Apothekern aus der Region. In diesem Jahr werden neben Freiburg auch GIRLS CUPS in Berlin (20./21. März 2010), München (26. Juni 2010) und Bremen (23./24. Oktober 2010) stattfinden.

KOOPERATION MIT APOTHEKERN VOR ORT

In Freiburg standen mehr als 30 Pharmazeuten aus der Region den Mädchenmannschaften als Paten zur Seite. Schon in der Vorbereitungsphase versorgten sie die Spielerinnen mit Tipps zur Fitness, Prävention und Versorgung bei Verletzungen sowie mit nagelneuen Trikots. Die Spielerinnen erhielten auf dem Turnier au-

Berdem Tickets für die FIFA U-20-Frauen-Weltmeisterschaft im Sommer – spendiert von der ANZAG, übergeben von den Patenapothekern. Auch die zahlreichen Zuschauer des Turniers profitierten von den anwesenden Pharmazeuten: Im Gesundheits-Check mit Cholesterin-Messung konnten sie herausfinden, wie es um ihre eigene körperliche Fitness bestellt ist.

Die positive Bilanz für die Apotheker: Im Rahmen der Patenschaft standen sie über mehrere Monate in kontinuierlichem Kontakt zur jugendlichen Zielgruppe. Bei den erwachsenen Kunden kam das Engagement ebenfalls gut an; die lokale Presse berichtete über die Aktion. So konnten sich die Apotheker in der Region als moderne und kompetente Ansprechpartner in Gesundheitsfragen profilieren.



VIVESCO MARKETINGKAMPAGNE

„WIR WOLLEN SIE GESUND“

vivesco geht in die Offensive und startet eine große Marketing- und Kommunikationskampagne. Ab dem Frühjahr treten die vivesco Apotheken mit ihrem neuen Claim „Wir wollen Sie gesund“ auf.

Alles neu macht der Mai – manchmal aber auch der März: vivesco startet eine groß angelegte Kommunikationskampagne und stößt mit einem neuen Konzept, neuem Logo und einem neuen, einheitlichen Auftritt das Tor zur Zukunft auf. „Diese Kampagne ist der Beginn einer neuen Ära“, sagt Thomas Hofmann, Geschäftsführer von vivesco. „Wir wollen die qualitativ führende Kooperation im Apothekenmarkt werden. Um dieses Ziel zu erreichen, müssen wir uns noch stärker im Markt profilieren und vom Wettbewerb differenzieren.“

vivesco will vor allem bei den Konsumenten noch bekannter werden und wird ab März in TV-Spots, Anzeigen und auf Online-Bannern in ganz Deutschland mit dem neuen Claim „Wir wollen Sie gesund“ für

Aufmerksamkeit sorgen. Ausstrahlungen bei großen Sendern wie RTL und SAT1, aber auch ARD und ZDF werden dazu beitragen, dass vivesco bei Endverbrauchern stärker wahrgenommen und zu einer deutlich prominenteren Marke wird.

„WIR WOLLEN SIE GESUND“

Doch was steckt genau hinter dem neuen Konzept und dem Claim „Wir wollen Sie gesund“?

Ganz einfach gesagt: Der Gedanke, dass jeder am liebsten immer gesund sein möchte. Denn nur, wer gesund ist, kann das machen, was ihn antreibt. Dabei wollen die vivesco Apotheker den Kunden

helfen. Der Claim „Wir wollen Sie gesund“ soll verdeutlichen, dass sie die Gesundheit ihrer Kunden als ihr wichtigstes Ziel ansehen.

„Wir wollen Sie gesund“ heißt auch: Die vivesco Apotheker möchten jeden ihrer Kunden so individuell beraten, wie er es verdient hat. Im Einklang mit seinen Wünschen, Zielen und Herausforderungen. Deshalb gibt es für vivesco nicht nur „die Gesundheit“, sondern viele „Gesundheiten“. Denn Gesundheit hat für jeden eine völlig andere Bedeutung, und so gibt es genauso viele unterschiedliche Wege, um gesund zu bleiben – oder es wieder zu werden.

Basis des Konzepts waren umfassende Marktforschungsanalysen und Experten-

Hinter dem Wunsch gesund zu sein, steht immer ein guter Grund. Über 1000 Vivesco Apotheker in Deutschland wissen das und machen sich gemeinsam stark für Ihre Gesundheit. Bei allem, was Sie vorhaben. Zum Beispiel, wenn Sie ganz bis an Ihre Grenzen gehen wollen. www.vivesco.de

vivesco
apotheken
Wir wollen Sie gesund.

Mit einem Marathon fordert man seinen Körper heraus, geht bis an seine Grenzen. Damit die Gesundheit dabei nie auf der Strecke bleibt, steht Ihnen Ihr Vivesco Apotheker immer zur Seite.

gespräche. Ziel war es, eine klare Markt-orientierung zu finden, Zukunftspotenziale zu definieren und die Apotheken für die zunehmenden Herausforderungen im Markt wettbewerbsfähig aufzustellen. Kern der Strategie ist die klare Ausrichtung am Endverbraucher, seinen Motiven und Bedürfnissen. Das erste sichtbare Zeichen der Neuausrichtung ist die neue Kommunikationskampagne.

„VERSCHIEDENE GESUNDHEITEN“

Einige der verschiedenen „Gesundheiten“ sind auf den Kampagnenmotiven der Vivesco zu sehen. Da gibt es den fußballverrückten Jungen, der die Bolzplatz-Champions-League gewinnen will

(weltmeistergesund), oder den Mann im mittleren Alter, der für den nächsten Marathon trainiert (42,195-km-gesund). Da ist die Dame älteren Semesters, die es noch mal wissen will (unigesund), und die Frau um die 30, die noch nicht erwachsen werden möchte oder einfach nur ihre Kinder zum Lachen bringen will (kinderkopfgesund). Was immer die Menschen antreibt: Die Vivesco Apotheker verstehen sich als Berater, die allen Kunden mit ihren unterschiedlichen Wünschen in jeder Lage zur Seite stehen.

Die Botschaft der Vivesco von den „Gesundheiten“ wird außerdem durch PR-Aktionen weiter bekannt gemacht und in auflagenstarken Zeitungen und Magazinen verbreitet. So wird Achim Achilles,

Deutschlands bekanntester Laufexperte und Kolumnist auf Spiegel Online, mit der Vivesco für das Thema 42,195-km-gesund kooperieren. Und auch zu weltmeistergesund hat sich die Vivesco im Jahr der Fußball-WM etwas ausgedacht und wird Deutschlands größte Bolzplatzhelden suchen. Alle Informationen zu diesen Aktionen, die aktuellen Kampagnenmotive und der TV-Spot von Vivesco sind auf der neuen Vivesco Kampagnenseite zu finden:

www.wir-wollen-sie-gesund.de

Zusätzlich ist Vivesco jetzt auch in sozialen Netzwerken wie Facebook und Twitter oder bei YouTube aktiv und tritt dort in den direkten Dialog mit Interessierten und Kunden.

**DR. NORBERT LAGONI**

studierte BWL und Medizin, danach war er als Referent beim ehemaligen Bundesgesundheitsamt tätig. Heute ist Dr. Lagoni als Pharma Management Consultant und Medizin-Journalist tätig.



ANZAG KOLLEG 2010

TROCKENES AUGE – HINSCHAUEN UND HANDELN!

Das menschliche Auge ist das leistungsfähigste Sinnesorgan, ein absolutes Meisterwerk der Natur. Augen bilden die kommunikative Brücke zwischen unserer Außen- und Innenwelt. Knapp 90 Prozent der Sinneseindrücke nehmen wir über die Augen auf. Eine sachgerechte Augenpflege und Erhaltung des Sehvermögens fordern von jedem Aufmerksamkeit und Handlungsbereitschaft. Aus der Sicht der Ophthalmologie gilt das trockene Auge weltweit als eine der häufigsten Erkrankungen und verursacht auch gerade bei jüngeren Menschen mehr oder weniger starke Einschränkungen des Wohlbefindens. Bei einer nicht harmlosen Befindlichkeitsstörung wie dem trockenen Auge suchen Betroffene immer häufiger individuelle und kompetente Beratung direkt in der wohnortnahen Apotheke und erwarten anhaltende Linderung durch wirksame und gut verträgliche Ophthalmika. Eine kompetente Beratung leitet sich aus der grundsätzlichen Erklärungsbedürftigkeit der pharmazeutisch-technologischen Besonderheiten von Augenpräparaten ab.

TRÄNEN EIN BESONDERER „STOFF“

Tränendrüsen, die sich am oberen und unteren Lidinnenrand befinden, produzieren kontinuierlich Tränenflüssigkeit. Im Verlauf eines langen Lebens kann von den Tränendrüsen (*Glandula lacrimalis*) bis zu 70 Liter Tränenflüssigkeit gebildet werden. Sie ist eine klare, leicht salzig schmeckende Flüssigkeit und enthält eine Vielzahl in Wasser gelöster Bestandteile: Proteine, Lipide, Glukose, Zytokine, Elektrolyte, Immunglobuline, NaCl, Vitamine und Wachstumsfaktoren. Bereitstellung und Steuerung der Tränenflüssigkeit erfolgen neuro-vegetativ, tageszeitliche Schwankungen hinsichtlich Menge und Zusammensetzung sind zu berücksichtigen. Die Bildung der Tränenflüssigkeit ist sowohl vom Alter – „je älter, desto weniger“ – als auch vom Geschlecht (♀ bis zu 20 Prozent weniger) abhängig. Die primären Funktionen der Tränenflüssigkeit sind:

- Physiologische Benetzung der Augenoberflächen: Bindehaut, Hornhaut

- Versorgung der transparenten Hornhaut: Sauerstoff und Nährstoffe
- Glättung der Hornhaut: Erhöhung der Gleitfähigkeit
- Wirksame Keimabwehr: keimtötend, antitoxisch
- Elimination von Schadstoffen: Einträge (Fremdkörper, Stäube)

Die durchschnittliche Menge an Tränenflüssigkeit beträgt ca. zwei Milliliter pro Tag. Starker Tränenfluss, durch Weinen oder Fremdkörperreizung ausgelöst, kann die Flüssigkeitsmenge auf mehr als das 100-Fache ansteigen lassen.

EIN 3-SCHICHTEN-SYSTEM

Der äußerst feine Tränenfilm, der mit jedem Lidschlag alle fünf bis zehn Sekunden auf die Horn- und Bindehaut aufgetragen wird, besteht aus einem 3-schichtigen Flüssigkeitskomplex mit charakteristischer Zusammensetzung und einer Schichtdicke von etwa 1/100 Millimeter. Die innere

Schicht, die unmittelbar Kontakt mit der Horn- und Bindehaut hat, besteht aus von Becherzellen sezernierten Muzinen (Schleimstoffe). Diese mucinöse, dünne Schleimschicht haftet auf der Hornhaut, wirkt glättend, stark wasseranziehend und bildet das Fundament des Tränenfilms. Muzine können außerdem von außen aufgetragene Fremdkörper mit einem Schleimmantel umhüllen und neutralisieren. Die mittlere „wässrige“ Komponente stammt von Tränendrüsen und bildet mengenmäßig den Hauptanteil des Tränenfilms. Diese Schicht besteht zu 99 Prozent aus Wasser, enthält Enzyme und Antikörper und dient der Befeuchtung, Ernährung und dem Schutz der nicht vaskularisierten Hornhaut. Meibom-Drüsen, die im Ober- und Unterlidknorpel lokalisiert sind, sondern ein öliges Sekret in den Lidspalt ab und bilden so die äußere Lipidschicht. Das Meibom-Öl verteilt sich mit jedem Lidschlag auf dem Tränenfilm und verhindert so ein schnelles Aufreißen des Tränenfilms, es wirkt als Verdunstungsschutz sowie natürliche Erregerbarriere.

BENETZUNGSSTÖRUNG – QUANTITATIV UND/ODER QUALITATIV

Zum trockenen Auge liegt eine aktuelle Definition des BVA (Berufsverband der Augenärzte Deutschlands e.V.) und der DOG (Deutsche Ophthalmologische Gesellschaft) vor:

„Das trockene Auge (Keratoconjunctivitis sicca) ist eine Benetzungsstörung der Augenoberfläche – eine weltweit verbreitete Erkrankung, die durch eine Verminderung der Tränenmenge oder durch eine veränderte Zusammensetzung des Tränenfilms hervorgerufen wird. Darüber hinaus kann ein trockenes Auge auch bei diversen Augenerkrankungen oder Allgemeinerkrankungen vorkommen. Das Auge wird nicht mehr ideal befeuchtet.“

Das trockene Auge ist demnach eine multikausal bedingte Funktionsstörung, gekennzeichnet durch eine Hyperosmolarität des Tränenfilms sowie entzündliche Prozesse der Augenoberfläche. Der Tränenfilm kann die Oberfläche nicht mehr

ausreichend benetzen, es können Komfort- und Sehstörungen auftreten.

TROCKENHEIT – ERZEUGT BESCHWERDEN

Die meisten Augenkrankheiten beginnen schleichend. Das Spektrum der Beschwerden reicht je nach Schweregrad von einem leichten Brennen über eine Lidrandrötung bis zur chronischen Hornhautentzündung, der Eintrübung der Horn- und Bindehaut und Beeinträchtigung des Visus. Eine Vielzahl unspezifischer Symptome ist richtungsweisend für ein trockenes Auge. Typische Merkmale sind: Bindehautreizung, Brennen, Kratzen, Reiben, Fremdkörper-/Sandkorngefühl, geschwollene Augenlider, Druckgefühl, oberflächliche Schmerzen, Licht- und Blendungsempfindlichkeit, Schleimabsonderung (verklebte Lider), müde Augen und nicht selten unterschiedlich klare Seheindrücke durch Schleiersehen.

SICCASYNDROM – HAT VIELE URSACHEN

Ein komplexer neurovegetativer Regelkreis steuert die Tränenbildung und Abgabe. Tageszeitliche Schwankungen in Menge und Zusammensetzung der Tränenflüssigkeit sind physiologisch, so wird die Tränenproduktion nachts und im Schlaf gedrosselt. Der Tränenfluss korrespondiert mit dem Alter und Geschlecht. Eine Vielzahl anerkannter Ursachen ist für die Entstehung und Reizempfindlichkeit des trockenen Auges verantwortlich.

Unmittelbare, direkt wirkende Ursachen

- Umweltluft: trockene, klimatisierte Raum-/Heizungsluft
- MAK-Werte: hohe Rauch-, Hitzebelastung, Stäube, Lösungsmitteldämpfe
- Klima/Wetter: (Sommer-)Smog, Ozon, Winde
- Umwelttoxine: industrielle Emissionen
- Stickoxide: Autoabgase

- Augenkosmetika
- Kontaktlinsenunverträglichkeit
- Tabakrauch in Innenräumen
- Hormonstatus: Schwangerschaft, Klimakterium, hormonelle Kontrazeption

Klimatisierte und verschmutzte Luft sowie Tabakrauch können die Bindehaut so verändern, dass die Becherzellen weniger und verändertes Muzin bilden, was eine Veränderung des Tränenfilms auslöst. Augenkosmetika verkleben die Öffnungen der lipidbildenden Drüsen in den Lidkanten, was sowohl die Abgabe der Fettstoffe als auch den Tränenfilm direkt beeinträchtigt. Kontaktlinsen „schwimmen“ auf der Hornhaut. Das Einsetzen und Tragen der Linsen kann vorrangig den Tränenfilm durch Aufreißen, insbesondere der Lipidschicht, beeinträchtigen. Das Tragen von Kontaktlinsen bewirkt eine Erwärmung der Augenoberfläche und erhöht die Verdunstung des Tränenfilms. Eine vorhandene Benetzungsstörung kann durch Winde/Zugluft und insbesondere durch extremes Klima (Winterkälte) paradoxerweise ein verstärktes Augentränen („trärende Augen“) auslösen.

Eine wesentliche Ursache für trockene Augen sind hormonelle Veränderungen. Im Alter produzieren Männer und Frauen weniger Testosteron, welches direkt die Aktivität der Tränendrüsen beeinflusst. Der Mangel an männlichem Geschlechtshormon stört die Funktion der Meibom-Drüsen, die weniger Meibom-Öl abgeben. Während der Schwangerschaft treten trockene Augen häufig auf. Das Östrogenfazit in der Postmenopause fördert die Veränderung der Zusammensetzung des Tränenfilms und bedingt die Abnahme des Lipidanteils, was recht häufig zum typischen Beschwerdebild des trockenen Auges führt.

MODERNE ARBEITSWELT – IRRITIERT DIE AUGEN

- Ozonbelastung: Emissionen älterer Laserdrucker und Kopiergeräte
- Bildschirmarbeitsplatz: „Office Eye Syndrome“

PC-Arbeitsplätze und Computerarbeit begünstigen deutlich die Entstehung und Ausprägung des trockenen Auges. Anhaltende Bildschirmarbeit bewirkt durch visuelle Konzentration – den „starrten Blick“ – auf den Bildschirm einen Rückgang des regulären Lidschlages von durchschnittlich 20 bis 25 Schlägen auf sieben bis zehn Lidschläge pro Minute. Durch die Reduzierung der Blinkfrequenz wird die Augenoberfläche weniger mit Tränenfilm benetzt. Insbesondere die Lipidschicht verliert ihre Schutzfunktion, Tränenflüssigkeit verdunstet vermehrt.

APOTHEKE – BENETZUNGSLÖSUNGEN UND KUNDENBERATUNG

Beschwerdefreies Sehen erfordert eine ausreichende und gleichmäßige Benetzung der Augenoberfläche mit Feuchtigkeit. Die herkömmliche Behandlung von Beschwerden durch trockene Augen beschränkt sich

auf die bedarfsgerechte Nachbenetzung mit Augentropfen oder Augengelen unter Berücksichtigung der Form und des Schweregrades der Benetzungsstörung. Bei Empfehlung zur Selbstanwendung kann der Apotheker aus einer Vielzahl unterschiedlicher Benetzungslösungen (Tränenersatzmittel, Filmbildner) mit unterschiedlicher Zusammensetzung und Viskosität (wässrig bis stark viskös) auswählen:

- Synthetische Polymere: Polyvinylpyrrolidon (PVP); Polyacrylsäure (PAA); Carbomer
- Cellulosederivate: Hydroxyethylcellulose (HEC); Hypromellose (HMC)
- Hyaluronsäure

HYALORONSÄURE – EIN INNOVATIVER WIRKSTOFF

Die aus N-Acetylglucosamin und D-Glucuronsäure bestehende Hyaluronsäure

kommt als natürliches Polymer im Tränenfilm vor. Zur Behandlung unterschiedlicher Erscheinungsformen des trockenen Auges ist der Wirkstoff Natriumhyaluronat gut geeignet. Er besitzt ein hohes Wasserbindungsvermögen und kombiniert so eine schnelle Verteilung auf dem Augapfel mit einer anhaltenden Befeuchtung der Augenoberfläche. Hyaluronsäure fördert bei leichten Verletzungen der Hornhaut die Wundheilung. Hinsichtlich Wirksamkeit und Unbedenklichkeit sollten handelsübliche hyaluronsäurehaltige Produkte, wie unter anderem die Produkte der VISMED®-Palette*, optimierte Anwendungseigenschaften haben:

- Monotherapeutisch
- Hypoosmolar, viskositätserhöhend
- Konservierungsmittelfrei
- Kontaminationssicheres Behältnis
- Präzise Dosierbarkeit der MDO
- Günstige Anbruchhaltbarkeit
- Einfache Handhabung

*M Literatur: Messmer, E. et al.: Diagnose und Therapie des trockenen Auges. UNI-MED Verlag, Bremen 2007, 2. Auflage/Verfasser: Dr. Norbert Lagoni, München, n.lagoni@t-online.de

VERBINDLICHE SEMINARANMELDUNG



Hiermit melde ich folgende/-n Teilnehmer/-in

FÜR DIE ABENDVERANSTALTUNG: „**AUGENLEIDEN RICHTIG EINSCHÄTZEN – SELBSTMEDIKATION BERATEN**“ AN.

Referent:

Herr Dr. Norbert Lagoni,
im Auftrag der TRB CHEMEDICA AG

(Bitte ankreuzen)

02.06.2010 – MAGDEBURG

16.06.2010 – GREIFSWALD

Apothekenstempel/ Unterschrift

Ort/Datum:

Mit freundlicher Unterstützung der TRB CHEMEDICA AG. Der Kostenbeitrag beträgt 19,-- € zzgl. MwSt. Dauer: 19.30 bis ca. 22.00 Uhr. Ab 19.00 Uhr steht ein Imbiss für Sie bereit. Das komplette Seminarangebot mit Anmelde-möglichkeit sowie aktuelle Informationen zu Fortbildungspunkten und Akkreditierung finden Sie unter ANZAGmap im geschlossenen Bereich von anzag.de.

Was kickt Girls wirklich?

Der ANZAG GIRLS CUP 2010



Das ANZAG Fußball-Turnier für
Mädchenmannschaften in Deutschland

Partner und Sponsoren



BAYERISCHER
FUSSBALL-VERBAND



Großhandelspartner
Deutscher Apotheken



ANZAG
GIRLS
CUP

www.anzag-girlscup.de

FORTBILDUNG FÜR DIE PRAXIS

ANZAG KOLLEG

TERMINE IM MÄRZ/APRIL/MAI/JUNI 2010

THEMA	DAUER	GEBÜHR	TERMIN/ORT
ERFOLGREICHE APOTHEKENSTEUERUNG – BWL PRAXISNAH ERKLÄRT STATT VORGERECHNET Referentin: Frau Marcella Jung, Dipl.-Betriebswirtin (BA), Trainerin, Dozentin	10.00 Uhr → 18.00 Uhr	299,- € zzgl. MwSt.	24.03.2010 – Dresden
HERPES ZOSTER – „GIFT“ IM KÖRPER Referentin: Frau Dr. Ute Koch, Apothekerin, freie Referentin	19.30 Uhr → 22.00 Uhr	19,- € zzgl. MwSt. Mit freundlicher Unterstützung der Berlin-Chemie AG	16.03.2010 – Neubrandenburg 14.04.2010 – Bad Dürkheim 28.04.2010 – Fürth / Nürnberg 19.05.2010 – Dresden
VAGINALMYKOSEN UND BAKTERIELLE VAGINOSE – BERATUNG ZU INTIMGESUNDHEIT LEICHT GEMACHT Referentinnen: Frau Bruni Röss, PTA und Seminarleiterin für pharmazeutische Verkaufsschulungen, Frau Dr. Meike Criswell, Apothekerin, sowie Frau Andrea Wohlers	19.30 Uhr → 22.00 Uhr	19,- € zzgl. MwSt. Mit freundlicher Unterstützung der Dr. Kade Pharmazeutische Fabrik GmbH	12.04.2010 – Harsum 20.04.2010 – Radolfzell 04.05.2010 – Rostock 20.05.2010 – Stuttgart 10.06.2010 – Freiburg
MIT HEILERDE NATÜRLICH BEHANDELN – EIN TRADITIONSREICHES NATURHEILMITTEL IM FOKUS DER WISSENSCHAFT Referent: Dr. med. Dr. rer. nat. Bernhard Uehleke, Abt. für Naturheilkunde der Charité – Berlin	19.30 Uhr → 22.00 Uhr	19,- € zzgl. MwSt. Mit freundlicher Unterstützung der Heilerde-Gesellschaft Luvos Just GmbH & Co. KG	14.04.2010 – Würzburg 21.04.2010 – Regensburg 29.04.2010 – Perleberg 26.05.2010 – Stralsund
TINNITUS UND STRESSMANAGEMENT – ERFOLGREICHE THERAPIEANSÄTZE MIT PFLANZLICHEN WIRKSTOFFEN Referentinnen: Frau Peggy Münch oder Frau Pia Krämer, Apothekerinnen und RedLine-Referentinnen	19.30 Uhr → 22.00 Uhr	19,- € zzgl. MwSt. Mit freundlicher Unterstützung der HEXAL AG	14.04.2010 – Wolferschwenden 05.05.2010 – Bad Dürkheim 19.05.2010 – Regensburg
SCHWINDEL – SYMPTOM MIT UNTERSCHIEDLICHEM URSPRUNG Referent: Herr Frank Schoeps, Key Account Manager aus dem Hause Klinge Pharma GmbH	19.30 Uhr → 21.30 Uhr	19,- € zzgl. MwSt. Mit freundlicher Unterstützung der Klinge GmbH, Astellas Group	14.04.2010 – Osnabrück 05.05.2010 – Bremen 09.06.2010 – Itzehoe
BASISWISSEN ENTERALE ERNÄHRUNG FÜR APOTHEKER Referent: Herr Dr. Peter Schmidt, Fresenius Kabi Deutschland GmbH	19.30 Uhr → 22.00 Uhr	19,- € zzgl. MwSt. Mit freundlicher Unterstützung der Fresenius Kabi Deutschland GmbH	11.03.2010 – Köln 17.03.2010 – Frankfurt 15.04.2010 – Kassel 20.04.2010 – Hagen



THEMA	DAUER	GEBÜHR	TERMIN/ORT
<p>WIRKSAME MITARBEITERFÜHRUNG – METHODEN UND TECHNIKEN FÜR MEHR ERFOLG IN DER APOTHEKE</p> <p>Referent: Herr Michael Gobran, Wirtschaftswissenschaftler und Partner der Goll Consulting in Bonn</p>	<p>09.00 Uhr → 17.00 Uhr</p>	<p>199,- € zzgl. MwSt.</p>	<p>20.04.2010 – Berlin</p>
<p>FARB- UND STILBERATUNG ODER: DER WEG ZU ORIGINALITÄT UND EINZIGARTIGKEIT</p> <p>Referentin: Frau Uschi Hack, Farb- und Stilberaterin, Visagistin und Kosmetikerin</p>	<p>09.00 Uhr → 17.30 Uhr</p>	<p>99,- € zzgl. MwSt.</p>	<p>15.04.2010 – Dresden 05.05.2010 – Frankfurt 12.05.2010 – Kavelstorf 23.06.2010 – Nürnberg</p>
<p>ZERTIFIZIERUNGSEMINAR: KOMPRESSIONS-STRÜMPFE UND -STRUMPFHOSEN</p> <p>Referenten: Qualifizierte MedizinprodukteberaterInnen aus dem Hause BELSANA, Medizinische Erzeugnisse</p>	<p>09.00 Uhr → 18.00 Uhr</p>	<p>55,- € zzgl. MwSt.</p> <p>Mit freundlicher Unterstützung der Firma BELSANA</p>	<p>15.04.2010 – Kavelstorf 23.06.2010 – Dresden</p>
<p>HOMÖOPATHIE FÜR KINDER: BEHANDLUNGSMÖGLICHKEITEN HÄUFIGER KINDERKRANKHEITEN</p> <p>Referenten: Qualifizierte Heilpraktiker und Apotheker im Auftrag der Deutschen Homöopathie-Union, DHU-Arzneimittel GmbH & Co. KG, Karlsruhe</p>	<p>19.00 Uhr → 22.00 Uhr</p>	<p>39,- € zzgl. MwSt.</p> <p>Mit freundlicher Unterstützung der Deutschen Homöopathie-Union</p>	<p>24.03.2010 – Jena 20.04.2010 – Bindlach</p>
<p>EINFACH MEHR ÜBER DIABETES WISSEN</p> <p>Referenten: Diabetesberaterinnen DDG oder andere anerkannte Referenten aus der Praxis</p>	<p>19.30 Uhr → 22.00 Uhr</p>	<p>19,- € zzgl. MwSt.</p> <p>Mit freundlicher Unterstützung der Roche Diagnostics GmbH</p>	<p>21.04.2010 – Duisburg 08.06.2010 – Hagen 09.06.2010 – Bremen 15.06.2010 – Berlin 23.06.2010 – Kassel</p>
<p>FORTGESCHRITTENSEMINAR: KUNDEN ERKENNEN – KUNDEN BERATEN (WAS KONSTITUTIONSMITTEL AUSSAGEN KÖNNEN)</p> <p>Referenten: Qualifizierte Heilpraktiker und Apotheker im Auftrag der Deutschen Homöopathie-Union, DHU-Arzneimittel GmbH & Co. KG, Karlsruhe</p>	<p>19.00 Uhr → 22.00 Uhr</p>	<p>39,- € zzgl. MwSt.</p> <p>Mit freundlicher Unterstützung der Deutschen Homöopathie-Union</p>	<p>18.03.2010 – Hagen 22.03.2010 – Freiburg 28.04.2010 – Leipzig 28.04.2010 – Coburg 18.05.2010 – Osnabrück 19.05.2010 – Gießen 26.05.2010 – Itzehoe 10.06.2010 – Rostock</p>
<p>KLIMAKTERIUM + KREISLAUFSTÖRUNGEN: VOM BASISWISSEN ZUR RICHTIGEN BERATUNGSSTRATEGIE</p> <p>Referent: Herr Dr. Norbert Lagoni, im Auftrag der ROBUGEN GMBH, Esslingen</p>	<p>19.30 Uhr → 22.00 Uhr</p>	<p>19,- € zzgl. MwSt.</p> <p>Mit freundlicher Unterstützung der ROBUGEN GMBH</p>	<p>28.04.2010 – Dresden 05.05.2010 – Halle 11.05.2010 – Weingarten</p>

FORTBILDUNG FÜR DIE PRAXIS



ANZAG KOLLEG

TERMINE IM MÄRZ/APRIL/MAI/JUNI 2010

THEMA	DAUER	GEBÜHR	TERMIN/ORT
SELEN – EIN ESSENZIELLES SPURENELEMENT BEI KREBS IN PRÄVENTION, THERAPIE UND NACHSORGE Referenten: Anerkannte Experten der Firma Cefak	19.30 Uhr → 22.00 Uhr	19,- € zzgl. MwSt. Mit freundlicher Unterstützung der Cefak KG	10.03.2010 – Bad Dürkheim 19.05.2010 – Köln
AUGENLEIDEN RICHTIG EINSCHÄTZEN – SELBSTMEDIKATION BERATEN Referent: Herr Dr. Norbert Lagoni, im Auftrag der TRB CHEMEDICA AG, Haar bei München	19.30 Uhr → 22.00 Uhr	19,- € zzgl. MwSt. Mit freundlicher Unterstützung der TRB CHEMEDICA AG	02.06.2010 – Magdeburg 16.06.2010 – Greifswald
BERATUNGSKOMPETENZ OPTIMIEREN – OMEPRAZOL IN DER SELBSTMEDIKATION Referentin: Frau Dr. Ilsabe Behrens, Apothekerin mit langjähriger Offizin-Erfahrung	19.30 Uhr → 22.00 Uhr	19,- € zzgl. MwSt. Mit freundlicher Unterstützung der HEXAL AG	10.03.2010 – München 24.03.2010 – Harsum
AUFBAUSEMINAR: DR.-SCHÜSSLER-SALZE – WERTVOLLE EINSATZMÖGLICHKEITEN UND KOMBINATIONEN VON EXTERNA UND KUREN Referenten: Qualifizierte Heilpraktiker und Apotheker	19.00 Uhr → 22.00 Uhr	39,- € zzgl. MwSt.	16.03.2010 – Berlin 09.06.2010 – München 23.06.2010 – Chemnitz
HOMÖOPATHIE BEI ENTZÜNDUNGEN Referenten: Qualifizierte Heilpraktiker und Apotheker im Auftrag der Deutschen Homöopathie-Union, DHU-Arzneimittel GmbH & Co. KG, Karlsruhe	19.00 Uhr → 22.00 Uhr	39,- € zzgl. MwSt. Mit freundlicher Unterstützung der Deutschen Homöopathie-Union	12.05.2010 – Bamberg

ANMELDUNG:

Per Post, Telefon oder Telefax an Ihre ANZAG Niederlassung oder an ANZAG Kolleg, Solmsstraße 25, 60486 Frankfurt, Telefon 0800 / 5008181 (kostenfrei), Fax: 069 / 770638-440, E-Mail: kolleg@anzag-service.de.

Das Seminarangebot mit Anmeldeöglichkeit sowie den aktuellen Stand (Fortbildungspunkte) der zur Akkreditierung eingereichten Veranstaltungen finden Sie unter www.anzag.de, im geschlossenen Bereich unter dem Menüpunkt ANZAGmap.



**Intelligente Lösungen
für Ihren Erfolg**