



FRAGEBOGEN DROGOVISION 2010 – AUSWERTUNG UND AUSBLICK

Beschreibung Fragebogen

Jeder Eckpunkt der DrogoVision 2010 (Positionierung, Marktleistung, Marktnähe, Kommunikation, Wirtschaftlichkeit, Marketing, Vernetzung, Qualität und Motivation) ist mit einer unterschiedlichen Farbe gekennzeichnet. In der ersten Kolonne sind die Vorgaben der DrogoVision 2010 fettgedruckt aufgeführt und durch die Einschätzung des SDV ergänzt worden. In der ersten Kolonne «Ich bin mit der Einschätzung des SDV einverstanden» haben verschiedene Exponenten aus der Drogeriebranche, dass für sie passenden «Smiley» ausgewählt und entsprechende Kommentare in das Feld «Bemerkungen» geschrieben, sowie in der dritten Kolonne entsprechend ihrer Einschätzung, die Wichtigkeit der einzelnen Punkte (Vorgaben) für die Zukunft bestimmt. **Vielen Dank allen, welche an der Umfrage teilgenommen haben!**

folgende Personen haben teilgenommen:

Vorname und Name	Funktion im Zusammenhang DrogoVision	Tätigkeit heute
Jörg Egger	Mitglied Prospektivgruppe	Inhaber Chrüter-Drogerie Egger, Schaffhausen
Maja Fabich Stutz	Mitglied Prospektivgruppe	Inhaberin Drogerie Stutz, Sarmenstorf; Präsidentin Sektion AG
Andrea Frank	Mitglied Prospektivgruppe	Leiterin Franchising Dropa
Felix Hunger	Mitglied Prospektivgruppe	DrogoThek Bewerter SDV
Oliver Lüscher	Mitglied Prospektivgruppe	Mitglied Geschäftsleitung Parsenn-Produkte AG
Marco Masiello	Mitglied Prospektivgruppe	Inhaber Drogerie Masiello, Weggis (LU)
Geni Merz	Mitglied Prospektivgruppe	Inhaber Merz Marketing
Isabella Mosca	Mitglied Prospektivgruppe	Inhaberin Drogeria Mosca, Scoul, Samedan und St. Moritz
Meinrad Sonderegger	Mitglied Prospektivgruppe	Inhaber Drogerie Sonderegger, Speicher
Patrick Thurner	Mitglied Prospektivgruppe	Inhaber Drogeria Surses, Savognin; Präsident Sektion GR
Susanne Werder	Mitglied Prospektivgruppe	Inhaberin Drogerie im Centro, Lostorf und Drogerie im Telli, Aarau
Andrea Wingeier	Mitglied Prospektivgruppe	Inhaberin Dropa Drogerie Rosenberg, Winterthur



Vorname und Name	Funktion im Zusammenhang DrogoVision	Tätigkeit heute
Maja Bomberger		Inhaberin Horizont Drogerie Marketing GmbH
Roman Buchs		Inhaber Drogerie Buchs, Aadorf; Präsident VR Dromenta
Philipp Dietschi		Inhaber Dropa Drogerie Dietschi, MuttENZ; Vorstandsmitglied Sektion BS/BL
Peter Dobler		Inhaber Drogerie Dobler, Lachen und Wollerau; Präsident Sektion SZ/GL
Peter Eberhart		Inhaber Drogerie Eberhart, Erlenbach; Präsident Sektion BE
Stefan Fehr		Inhaber Kloster Drogerie, St. Gallen; Präsident Sektion SG/TG/AR/AI
Daniel Fontolliet	Zentralpräsident SDV	Inhaber Drogerie Hönggermarkt AG, Zürich Präsident VR Impuls Service Genossenschaft
Stefan Hermann		Inhaber Drogerie Hermann, Unterägeri; Präsident Sektion ZS
Julius Jezerniczky		Inhaber Drogerie Süess, Wädenswil; Präsident Sektion ZH/SH
Patrik Knupp		Sanovit Drogerien, Manor AG
Anton Löffel-Kilchenmann		Inhaber Kräuterhaus-Drogerie Zeller AG, Solothurn; Präsident Sektion SO
Heinz Rothenberger	Mitglied Projektsteuerungsgruppe	Inhaber Heilkräuter-Drogerie, Buchs; Präsident swidro GmbH
Franklin Schatzmann		Vorsitzender der Geschäftleitung Dropa Management AG
Stephan Vögeli		Inhaber Drogerie Naturheilmittel Käser & Vögeli, Kirchberg; Präsident Apdrowell



Einschätzungen SDV zu den einzelnen Punkte der DrogoVision	Ich bin mit der Einschätzung des SDV einverstanden:			Ich schätze diese Punkte für die Zukunft wie folgt ein:				
1) Positionierung	😊	😐	☹️	Bemerkung	sehr wichtig	wichtig	nicht so wichtig	unwichtig
<p>a) Gesamtschweizerische und lokale PR-Aktivitäten und Events</p> <p>Aktive PR wird für spezielle Anlässe und Aktivitäten wie beispielsweise mit «Wehweh und Bobo» oder «besser gesund» betrieben. Passive PR wird auf Anfrage von Mitglieder oder Journalisten betrieben.</p> <p>Mehrere nationale Kampagnen:</p> <ul style="list-style-type: none"> – 2004 – 2005 Die Schweiz nimmts leichter: Die Thematik «Übergewicht» und das daraus entstehende Potential wurde frühzeitig erkannt. Nach der ersten Umsetzung zeigte sich, dass Verbesserungspotential vorhanden war, die Chance dazu wurde bei der zweiten Durchführung jedoch nur selten gegeben. – 2006 – 2008 kidzz! Nationale Wirkung kann nur erreicht werden, wenn ein grosser Teil der Drogerien sich auch aktiv beteiligt und die entsprechenden Hilfsmittel zur Umsetzung, wie beispielsweise die Aktivitäten-Planer genutzt werden. – 2009 – heute: «Wehweh und Bobo» – Publikumskurse: 	13	11	1	<p><i>Vor allem Wehweh und Bobo steigen und fallen mit dem Referenten. Eine gute Einarbeitung seitens des Referenten ist wichtig. Dass wir froh sind um Referenten ist klar, aber es muss doch jedem Referenten bewusst sein, dass er eine aufwändige Aufgabe hat und diese auch an die Hand nehmen. (Weiss allerdings nicht wie die Bezahlung der aufgewendeten Zeit aussieht. Bei guter Bezahlung kann verlangt werden, bei mittlerer Bezahlung müssen halt Kompromisse geschlossen werden).</i></p> <p><i>Gruppierte Drogerien haben häufig kein "Bedürfnis" auf solche Aktivitäten des Verbandes bzw. sind schon in Aktivitäten ihrer Gruppierung eingebunden. Für gruppierte Drogerien ist somit wichtig dass die Gruppierungen auch in die Kampagne eingebunden werden.</i></p> <p><i>Es könnte ja eine nationale Kampagne geben welche durch die Gruppierungen in verschiedener Weise umgesetzt werden.</i></p>	8	11	6	-



Einschätzungen SDV zu den einzelnen Punkte der DrogoVision	Ich bin mit der Einschätzung des SDV einverstanden:				Ich schätze diese Punkte für die Zukunft wie folgt ein:			
1) Positionierung	😊	😐	☹️	Bemerkung	sehr wichtig	wichtig	nicht so wichtig	unwichtig
<p>Auch hier waren Startschwierigkeiten vorhanden. Doch danach waren die Echos der Kurse sehr gut und die Medienpräsenz ausgezeichnet. Ebenso haben sich die Besuchszahlen der Kurse positiv entwickelt.</p> <p>– 2009 – heute: «besser gesund»: Gesundheitscoaching für Firmen</p> <p>Die Drogerien stehen solchen nationalen Aktivitäten kritisch gegenüber. Die bisherigen Erfahrungen zeigen, dass eine Aktivität erfolgreicher ist, wenn sie vom SDV organisiert wird und die Drogerien erst in einem zweiten Schritt lokal und regional mit einbezogen werden.</p>				<p><i>Meines Erachtens fordern die Drogisten / Drogistinnen zwar mehr Präsenz in der Öffentlichkeit der Marke Drogerie, sind dann aber nur sehr beschränkt bereit, selber etwas dazu beizutragen. (z.B. Teilnahme und Präsenz an einem Abendkurs mit Kundinnen und Kunden)</i></p> <p><i>Auch haben bei Aktivitäten von Gruppierungen bei vielen Drogerien Priorität. Deshalb finde ich es wichtig, dass bei nationalen PR-Kampagnen die Gruppierungen vermehrt stärker involviert werden.</i></p> <p><i>Die Drogeriebranche denkt und versteht sich nach wie vor als Handelskanal ist sich der Chancen auf eine national starkes und unaustauschbares Profil im wachsenden Gesundheitsmarkt wenig bewusst. In der Umsetzung der meisten Partner hat deshalb kurzfristiger Opportunismus Priorität und bestimmt den Inhalt der Drogerien. Eine national längerfristige Profilierung Richtung DrogoVision kann nur gelingen, wenn dieses opportunistische Gen gleichzeitig mitbefriedigt werden kann. D.h. Integration von starken Marken, starken Gruppen und markanten Konsumtrends. Die Kasse muss klingeln...</i></p> <p><i>Kampagne fand ich genial, habe viel damit gearbeitet, passt in meinen Beratungsalltag arbeite</i></p>				



Einschätzungen SDV zu den einzelnen Punkte der DrogoVision	Ich bin mit der Einschätzung des SDV einverstanden:			Ich schätze diese Punkte für die Zukunft wie folgt ein:				
1) Positionierung	😊	😐	☹️	Bemerkung	sehr wichtig	wichtig	nicht so wichtig	unwichtig
				<p><i>heute noch damit.</i></p> <p><i>Ja, die vielen Startschwierigkeiten lassen die Vertrauenswürdigkeit einer Kampagne in Frage stellen. Leider konnte sich z.B. IB Wohlen auch dieses Jahr nicht ohne Schwierigkeiten beim SDV anmelden! Dies schmerzt!</i></p> <p><i>Aus eigener Erfahrung: Solche Aktivitäten stehen und fallen mit dem Einsatz des/r Drogist/in vor Ort: CH nimmt's leichter. von mir voll umgesetzt, insgesamt 4 Jahre lang Nordic walking Kurse angeboten mit total über 250 Teilnehmer/Innen Besser gesund: nach dem Flop im ersten Jahr mit der ungenügenden Planung.... von 5 interessierten Firmen hat am Schluss nur noch 1 mitgemacht !! konnte ich mich in diesem Jahr nicht mehr motivieren.</i></p> <p><i>Die CH nimmt's leichter wurde noch mit Begeisterung aufgenommen, die anderen Kampagnen nicht, weil sie erstens zu lange dauerten und zweitens die Identifikation am POS kaum wahrnehmbar war. Die Ausbildungsforen an der ESD hingegen waren exzellent.</i></p> <p><i>Imagewerbung ist wichtig (das das jedoch nicht</i></p>				



Einschätzungen SDV zu den einzelnen Punkte der DrogoVision	Ich bin mit der Einschätzung des SDV einverstanden:				Ich schätze diese Punkte für die Zukunft wie folgt ein:			
1) Positionierung	😊	😐	☹️	Bemerkung	sehr wichtig	wichtig	nicht so wichtig	unwichtig
				<p><i>einfach ist mit den zur Verfügung stehenden Mittel, ist mir bewusst)</i></p> <p><i>Gruppierte Drogisten, welche bereits viele Gruppenaktivitäten haben, sind mit diesen zusätzlichen Angeboten z.T überfordert</i></p> <p><i>Grundsätzlich gute Idee, leider machen viele Drogerien nicht mit, deshalb keine gute Unterstützung vor Ort. Deshalb sollte man anderen Fokus setzen, da anscheinend viele Mitglieder diese Kommunikationsform nicht schätzen.</i></p> <p><i>Die Einschätzung des SDV stimmt. Die Kampagnen sind aber gesamtschweizerisch gesehen fast bedeutungslos. Mit diesen Kampagnen konnte dem "Schweizervolk" die Drogerie als Fachgeschäft mit dem d-Stern für Gesundheit und Schönheit zuwenig vermittelt werden. Nationale Werbung wie sie nun geplant und die es früher schon gegeben hat, wäre auch meiner Sicht besser gewesen.</i></p> <p><i>Mit meinem Punkt "sehr wichtig" meine ich die geplante schweizweite Imagewerbung.</i></p> <p><i>Die Mitglieder sind zu wenig motiviert die Kampagnen zu tragen! Ich würde sogar sagen, dass</i></p>				



Einschätzungen SDV zu den einzelnen Punkte der DrogoVision	Ich bin mit der Einschätzung des SDV einverstanden:				Ich schätze diese Punkte für die Zukunft wie folgt ein:			
1) Positionierung	😊	😐	☹️	Bemerkung	sehr wichtig	wichtig	nicht so wichtig	unwichtig
				<p><i>die beiden letzten Kampagnen ein Flop waren. Zu kompliziert! Neben den vielen Gruppenaktivitäten hat man einfach nicht mehr viel Potenzial noch solche Sachen wie eine Tonikum D-Aktivität zu fahren!!!</i></p> <p><i>Ursprünglich wurde mit ca. 300 Personen pro Vortrag gerechnet. Wenn dann 20-50 Nasen erscheinen und das als gutes "Echo" gewertet wird, dann reden man das Ganze etwas schön!</i></p> <p><i>Ich denke der Weg mit den Radiospots bzw. Gesundheitsbeiträgen ist der Richtige! Wenn es geht, einfach Lieferantenunabhängig bleiben. Die Marke "Drogerie" muss gestärkt werden und das geht schlecht mit Tonikum D...</i></p>				
<p>b) Vernetzungsaktivitäten mit Unternehmen und Organisationen</p> <p>In den letzten Jahren hat der SDV fortlaufend ein Netz mit verschiedenen Partnerorganisationen auf- und ausgebaut, welches die Drogerien lokal nutzen können. Dazu gehörten z.B. das Schweizerische Rote Kreuz, der Schweizerische Hebammenverband, der Schweizerische Samariterbund, der Schweizerische Turnverband, aha und die Krebsliga. Aufgrund der geringen Nachfrage nach den</p>	16	7	1	<p><i>Die Bemerkung mit dem D-Stern trifft's. Der Nutzen ist bis dato sehr einseitig. Ein Phänomen, dass uns Drogisten immer wieder betrifft.</i></p> <p><i>Schulungsangebot "Wie netzwerkelt man" oder ähnliches finde ich sinnvoll - das Netzwerk muss vor Ort lokal durch die Drogerie aufgebaut werden - Ein Kontakt des SDV zu den Sitzen solcher Organisationen ist jedoch sicher sinnvoll.</i></p>	5	6	13	1



Einschätzungen SDV zu den einzelnen Punkte der DrogoVision	Ich bin mit der Einschätzung des SDV einverstanden:				Ich schätze diese Punkte für die Zukunft wie folgt ein:			
1) Positionierung	😊	😐	☹️	Bemerkung	sehr wichtig	wichtig	nicht so wichtig	unwichtig
<p>Partneraktivitäten konzentriert sich der SDV heute jedoch bspw. mit «besser gesund» mehr auf Unternehmen.</p> <p>Die gemeinsame Umsetzung mit den Drogerien erwies sich schwieriger als erwartet. Ebenso waren die Organisationen teilweise alleine am <i>Drogistenstern</i> und nicht an effektiven lokalen Partnerschaften interessiert.</p>				<p><i>Verbände sind national ausgerichtet. Drogerien lokal. Die lokale Umsetzung national organisierter Netzwerke überfordert oft das Bodenpersonal der nationalen Verbände wie auch die Teams der lokalen Drogerien. Und auch da stellt sich ein Erfolg mittelfristig und nicht kurzfristig ein.</i></p> <p><i>Muss vermutlich lokal von jedem Drogisten selber gefördert werden und kann schwer vom SDV gemacht werden wenn an der Basis nichts geschieht...</i></p> <p><i>Finde ich super, da diese Organisationen nach einem Event nur viel Spendegelder wollen --> zu einseitige Netzwerke. Kann ich total zustimmen. Die Organisationen kaufen heute auch direkt ein!</i></p> <p><i>Zusammenarbeiten mit Organisationen und Unternehmen müssen vor Ort angegangen werden</i></p> <p><i>Ich persönlich finde Zusammenarbeit oder PR mit Hebammenverband, Samariterbund, Turnverband, Mütterberatung, Stillberatung etc. viel wichtiger fürs langfristige Image der Drogerien. Wenn Drogerien erfolgreich sind, springen die Unternehmen von</i></p>				



Einschätzungen SDV zu den einzelnen Punkte der DrogoVision	Ich bin mit der Einschätzung des SDV einverstanden:				Ich schätze diese Punkte für die Zukunft wie folgt ein:			
1) Positionierung	😊	😐	☹️	Bemerkung	sehr wichtig	wichtig	nicht so wichtig	unwichtig
				<i>selbst wieder auf, diese muss man nur bedingt pflegen für Sponsoring-Zwecke wie Drogistenstern etc..!</i>				
<p>c) Qualitätssteigernde Ausbildungssteine</p> <p>Die Einführung der neuen Bildungsvorlage steht kurz bevor. So wird nächstes Jahr zum ersten Mal gemäss dem neuen Berufsbild des Drogisten unterrichtet. Zum Nachweisen der absolvierten Weiterbildungskurse wurde im Jahr 2009 die Pflichtausbildung eingerichtet.</p> <p>Dank der Pflichtausbildung kann die stets aktuelle Kompetenz für Selbstmedikation und Komplementärmedizin nachgewiesen werden und die Forderung der Politik erfüllt werden. So ist die Dokumentation der Aus-, Fort- und Weiterbildung gegenüber Behörden heute unabdingbar.</p>	20	3	1	<p><i>Gut gemacht! Verbesserungspotenzial besteht in der Aktiv-Kommunikation gegenüber dem Konsumenten.</i></p> <p><i>Aus meiner Sicht dürfte die Pflichtausbildung offener gestaltet werden. ZB. nicht validierte Kurse zählen die Hälfte</i></p> <p><i>Sollte ein Schwerpunkt vom Verband bleiben. Die neue Berufsausbildung ist enorm wichtig und auch wenn ich die Details noch nicht alle kenne, finde ich es schön, dass bereits im 2011 gestartet wird.</i></p> <p><i>Natürlich ist gut geschultes Verkaufspersonal wichtig im Gesundheitsmarkt. Doch leider lauf der Trend im OTC Bereich in eine andere Richtung. Valora, Coop, Migros etc. werden alles tun, um in Zukunft auch gewisse 'Gesundheitsprodukte' verkaufen zu dürfen und ich bin sicher, die werden durchkommen. In EU und Amerika ist das schon der Trend.</i></p> <p><i>Einseitig aufgebaut - Registratur für kleine Firmen und Anlässe zu teuer</i></p>	20	4	-	-



Einschätzungen SDV zu den einzelnen Punkte der DrogoVision	Ich bin mit der Einschätzung des SDV einverstanden:				Ich schätze diese Punkte für die Zukunft wie folgt ein:			
1) Positionierung	😊	😐	☹️	Bemerkung	sehr wichtig	wichtig	nicht so wichtig	unwichtig
				<p><i>Individuelle z. Bsp auch tägliche Mitarbeiterschulungen werden nicht berücksichtigt. Eine Verbandskontrolle in der Form (nur registrierte Seminare zählen) ist nicht notwendig & führt zu Probleme & wenn der Druck in der ungerechten Form steigt, zu Austritten. Gegenüber der Behörden kann eine Drogerie ja die Ausbildung selbstständig dokumentieren.</i></p> <p><i>Die Kontrolle der Kurse und Inhalt ist absolut mangelhaft. Es besteht kein Leitfaden für die Kontrolle der Kurse.</i></p>				
<p>d) Konsequente Umsetzung des Labels «Drogistenstern»</p> <p>Sämtliche Drogerien wurden besucht und nach den Punkten des QSS Drogerie bewertet und gecoacht. (Die definitive Änderung der Statuten, die den d-Stern mit dem Qualitätsanspruch verknüpft, kommt an der GV 2011 zur Abstimmung.)</p> <p>Bei den QSS Drogerie-DrogoThek-Bewertungen haben die Drogerien klare Fortschritte gemacht. Bei allen Nachbewertungen konnten in der Regel Verbesserungen festgestellt werden. Vergleicht man die Drogerien heute mit denen vor zehn Jahren, so sind mit wenigen Ausnahmen</p>	19	5	-	<p><i>Ich glaube nicht an Drohungen. Ich würde den Drogistenstern nicht wegnehmen. Ich glaube jeder macht was möglich ist. Nur Empfehlungscharakter</i></p> <p><i>Eine Marke muss unbedingt mit Qualitätsmerkmalen verbunden sein</i></p> <p><i>Falls wir damit bei den Behörden eine Verbesserung unserer Situation erreichen, bin ich dafür das Label zwingend umsetzen zu lassen, sprich Ausschluss falls Anspruch nicht erreicht wird. Sicher diesen</i></p>	21	4	-	-



Einschätzungen SDV zu den einzelnen Punkte der DrogoVision	Ich bin mit der Einschätzung des SDV einverstanden:				Ich schätze diese Punkte für die Zukunft wie folgt ein:			
1) Positionierung	😊	😐	☹️	Bemerkung	sehr wichtig	wichtig	nicht so wichtig	unwichtig
<p>markante Steigerungen im Bereich Laden/Auftritt und Sortiment festzustellen.</p> <p>Die Pflichtausbildung garantiert Kompetenz unter der Marke d-Stern.</p> <p>QSS Drogerie-DrogoCare soll für eine Vereinheitlichung der Erfüllung des Kundennutzes sorgen.</p> <p>Die Steigerung der genannten Punkte ist, dass mittelfristig die Benutzung der Marke Drogistenstern überprüft und an Bedingungen geknüpft wird.</p> <p>Eine Publikumsbefragung 2008 hat ergeben, dass 63% die Drogerie als Spezialistin für Selbstmedikation und Naturheilmittel sehen. Das entspricht gegenüber der selben Befragung 2001 einer Steigerung von über 60%!</p>				<p><i>Schritt aber nicht voreilig machen, sondern nur wenn die Ämter entsprechende Zugeständnisse ihrerseits machen !!</i></p> <p><i>Für mich wäre das eigentlich logisch und sehr wichtig die Branche mit dem Stern zu schützen resp. zu stärken.</i></p> <p><i>Nur sieht das in der Praxis ja auch ein bisschen anders aus, Müller, Droga-Bähler sind schon soweit und verzichten auf den Stern, und wie Impuls-Toppharm weiterfährt weiss im Moment auch noch niemand so richtig!</i></p> <p><i>Wie kommt es vor, dass Drogistensterne nach Schliessung jahrelang weiterhängen u. auch unansehnlich werden.</i></p> <p><i>Bei Schliessung sollte jedes Mitglied verpflichtet werden ihn abzuhängen!!! Wichtig! SDV sollte nicht mehr verlangen als Behörden es tun - oder nur wo sinnvoll.</i></p> <p><i>- für nicht sinnvolle QSS Richtlinie dafür einstehen, dass Erleichterungen möglich sind. Gesunder Menschenverstand walten lassen.</i></p> <p><i>Ich schätze den QSS Personalanteil auf gegen 20%. Wann ein Stern verboten wird - braucht Richtlinien die auf 80% Akzeptanz stossen!</i></p>				



Einschätzungen SDV zu den einzelnen Punkte der DrogoVision	Ich bin mit der Einschätzung des SDV einverstanden:				Ich schätze diese Punkte für die Zukunft wie folgt ein:			
1) Positionierung	😊	😐	☹️	Bemerkung	sehr wichtig	wichtig	nicht so wichtig	unwichtig
<p>e) Drogerie: wichtigster Gesundheits- und Schönheitsberater</p> <p>Diese Aussage steht bei den Image-Aktivitäten im Vordergrund. Ein offizieller Claim, um diese zusätzlich national umzusetzen, ist in Diskussion.</p>	21	3	1	<p><i>Ein "Second Hand" Claim finde ich peinlich</i></p> <p><i>Wie wärs mit dem Claim der Dropa: Ganz schön gesund?</i></p> <p><i>Der Claim ist generisch und inside-out fixiert. Dem Konsumenten ist doch eher egal, was wir sind. Er will wissen, was er davon hat und bei uns besser kriegt, als irgendwo sonst.</i></p> <p><i>Der Claim muss sich abheben von jenen, der einzelnen Gruppierungen</i></p> <p><i>Prävention betreiben. Bewusstsein dass eine gesundheitliche Störung noch lange keine Krankheit ist. Die meisten gesundheitlichen Störungen können zuverlässig mit Naturheilmitteln behoben werden. Die beste Art Krankenkassenprämien zu sparen ist: Gesundbleiben!</i></p> <p><i>"Die Drogerie - für dini Gsundheit und dini Schönheit!" möglicher erster Ansatz für einen sympathischen Claim.</i></p>	18	6	1	-



Einschätzungen SDV zu den einzelnen Punkte der DrogoVision	Ich bin mit der Einschätzung des SDV einverstanden:				Ich schätze diese Punkte für die Zukunft wie folgt ein:			
1) Positionierung	😊	😐	☹️	Bemerkung	sehr wichtig	wichtig	nicht so wichtig	unwichtig
<p>f) Drogerie: der Kostenverbesserer im Gesundheitsbereich</p> <p>Dies wurde im Rahmen der Volksinitiativen «Ja zur Komplementärmedizin» und der parlamentarischen Initiative Borer (heute Kommissionsmotion 07.3290) gegenüber den Behörden, den Konsumenten und der Industrie aufgezeigt. Mit der Überweisung der Kommissionsmotion 07.3290 an den Bundesrat hat das Parlament die Aufhebung der Abgabekategorie C und die Erweiterung der Liste D zu einer einzigen Selbstmedikationsliste beschlossen. Momentan werden die gesetzlichen Rahmenbedingungen für diese Neuerung geschaffen. Daneben hat NR Jürg Stahl im Frühsommer 2010 eine Interpellation eingereicht, welche die Stellung der Drogerien im Managed Care Modell der schweizerischen Gesundheitspolitik thematisiert. Einmal jährlich findet der Politikerapéro mit National- und Ständeräte statt, an dem diese Botschaft jeweils besonders prominent vorgetragen wird.</p>	22	2	1	<p><i>Bin mit den Leistungen des SDV CH absolut zufrieden. Aber wirklich erkannt hat die Politik uns als Kostenverminderer immer noch nicht! (Vielleicht auch nur die Meinung eines Aussenstehenden). Aber wenn ich das Theater in Bern um die Krankenkassen, Spitäler und Spezialärzte (wohlerstanden nicht unbedingt die Hausärzte) mitbekomme, frage ich mich ob die Mehrheit der Politiker überhaupt am Sparen interessiert ist. Uns Drogisten kommt nur Leistungsabbau bei den KK zugute!</i></p> <p><i>Dieser Punkt darf auch gerne in eine Imagewerbung einfließen.</i></p> <p><i>Ist auf politischer Bühne wichtig. Für den Markt und den Konsumenten völlig irrelevant, so lange sich die persönlichen Investitionen in Gesundheitsvorsorge und Selbstverantwortung nicht in Form von Prämienreduktionen auszahlen.</i></p> <p><i>Evt. aber wäre die einzigartige Sozialstaat-Unabhängigkeit der Drogerien mit den präventiven Interessen der Politik besser vernetzbar.</i></p> <p><i>Wir müssen zwingend Mittel und Wege suchen um</i></p>	21	4	-	-



Einschätzungen SDV zu den einzelnen Punkte der DrogoVision	Ich bin mit der Einschätzung des SDV einverstanden:			Ich schätze diese Punkte für die Zukunft wie folgt ein:				
1) Positionierung	😊	😐	☹️	Bemerkung	sehr wichtig	wichtig	nicht so wichtig	unwichtig
				<p><i>als Partner im Managed Care Modell überhaupt wahrgenommen zu werden und es muss definiert werden welche Rolle die CHer Drogerie in diesem neuen Modell zu erfüllen hat.</i></p> <p><i>Gratulation, was hier alles schon erreicht wurde</i></p> <p><i>Gleichzeitig aber auch die Lieberalisierung im Grossverteiler einschränken mit Forderungen. Bsp. Nahrungsergänzungen, Cholesterin-, Milchtoleranz-, Diabetikerbluttest im Coop Kiosk: Neways Medizinalprodukte, Migros Aspirin Heilkräuter in Tees (Ex.liste D) Forderung. Mit Beratung (evtl. Führung eines Beratungsprotokolls) muss ein Medikamentenversand möglich sein. Beschränkte Werbung für Hausspezialitäten! Information der Wirkung von Nahrungsergänzungsmittel</i></p> <p><i>Klassische Verbandsaufgabe. Sehr wichtig und wird auch sehr gut betrieben!!!</i></p> <p><i>Wie schon an der PK von mir ins Feld geführt, fehlt mir eine nationale Strategie gegen diese CE-Produkte. Die Heilmittelverkaufsrechte werden hier torpediert und wir schauen einfach zu!!!!</i></p>				



Einschätzungen SDV zu den einzelnen Punkte der DrogoVision	Ich bin mit der Einschätzung des SDV einverstanden:			Ich schätze diese Punkte für die Zukunft wie folgt ein:				
2) Marktleistung	😊	😐	☹️	Bemerkung	sehr wichtig	wichtig	nicht so wichtig	unwichtig
<p>a) Elektronischer Gesundheitspass</p> <p>Ein umfassendes Internet-, Vernetzungs- und Dienstleistungsprojekt für die Drogerie und Ihre Kundschaft wurde evaluiert und aufgrund der Resultate zurückgestellt. Im Bereich der nationalen Anstrengungen zu e-Health bringt sich der SDV wo sinnvoll ein.</p>	15	6	2	<p><i>Leider zu früh! Sobald die vernetzten Inhalte an der Basis qualitativ und quantitativ stimmen, macht es Sinn.</i></p> <p><i>Wir brauchen kein Alleingang, die Zeit dreht schneller als wir denken können.</i></p> <p><i>Da auf dem Gesundheitspass vertrauliche Gesundheitsdaten gespeichert sind, werden wir wohl keinen Zugang zu diesem Projekt haben, da wir keine Leistungserbringer sind.</i></p> <p><i>Wird vom Kunden nicht positiv aufgenommen.</i></p> <p><i>Ich kann das nicht beurteilen. Grundsätzlich sollten wir den Abverkauf in den Drogerien fördern und nicht komplizierte Projekte verfolgen.</i></p> <p><i>Die Zurückstellung ist richtig. Die Drogerie als Fachgeschäft mit persönlicher Beratung ist so natürlich gegensätzlich zum elektronischen Gesundheitspass. Unsere Stärke liegt im persönlichen Beratungs- und Verkaufsgespräch und darf durch zuviel Elektronik und PC-Gläubigkeit nicht ausgehebelt werden.</i></p>	1	3	18	2



Einschätzungen SDV zu den einzelnen Punkte der DrogoVision	Ich bin mit der Einschätzung des SDV einverstanden:				Ich schätze diese Punkte für die Zukunft wie folgt ein:			
2) Marktleistung	😊	😐	☹️	Bemerkung	sehr wichtig	wichtig	nicht so wichtig	unwichtig
<p>b) Vitaltests, Analysen und Check ups</p> <p>Auf <i>vitagate24.ch</i> können unter «my vita» verschiedene Tests durchgeführt werden. Im Weiteren wurden in der Branche weitere Projekte wie beispielsweise das Programm «vitaserv» gestartet.</p>	6	11	5	<p><i>Was ist "my vita" und "vitaserv". Wann wurde informiert? Hab wohl nicht aufgepasst! (Nach Vitagatebesuch:) Warum kann ich den ausführlichen Test nicht ohne Logindaten absolvieren? Mache prinzipiell keine solchen Test mit Login. Für mich ist das klar, dass hier Werbedaten gesammelt werden. Verlasse dadurch die Seite recht schnell. Sollte für mich beides möglich sein. (Übrigens bei Onlineshop Warenkörben dasselbe, ich will Wahlfreiheit ob ich als gast bestellen will oder mit eigenem Login).</i></p> <p><i>Müsste künftig konsequent in die Events und PR-Aktivitäten einbezogen werden. Als sicht- und messbare Leistung der Drogerie.</i></p> <p><i>Test 's müssen seriös sein und sollten nur dienen um den Kunden zu begleiten. Leider werden Test 's aufgeschaltet ohne uns zu schulen</i> <i>"Tu gutes und sprich darüber"</i></p> <p><i>Ältere Kundschaft ist überfordert</i></p> <p><i>Vernetzung anderer Art hat sicher mehr Priorität !!</i></p> <p><i>Der Mensch vergleicht sich gerne mit Anderen.</i></p>	3	11	5	4



Einschätzungen SDV zu den einzelnen Punkte der DrogoVision	Ich bin mit der Einschätzung des SDV einverstanden:				Ich schätze diese Punkte für die Zukunft wie folgt ein:			
2) Marktleistung	😊	😐	☹️	Bemerkung	sehr wichtig	wichtig	nicht so wichtig	unwichtig
				<p><i>Darum können Tests durchaus attraktiv sein. Oft gemacht zum Zeitvertreib aber ev. guter Hinweis auf Drogerie möglich</i></p> <p><i>der Erfolg von Vitaserv war sehr bescheiden, in den besten Jahren zwischen 15'000-20'000.00 Umsatz. z.Z. wird über eine Liquidation diskustiert, wir waren der Zeit einfach voraus. Denke auch, dass vitagate24 enorm viele Kosten verursacht hat und in Zukunft wird (teure Werbung ist nötig), im Verhältnis wie es genutzt wird! Das Internet ist voll von solchen Gesundheitsseiten und Test, alle Gruppierungen machen das schon, bin mir wirklich nicht sicher, ob das die Mitglieder honorieren?</i></p> <p><i>Mit diesen Tests wird die persönliche Beratung des Drogisten in seinem Geschäft nicht gestärkt. Der Glaube an den anonymen Check der jederzeit und überall durchgeführt werden kann wird gefördert. Trotz meiner Einschätzung müssen wir auch auf diesem Gebiet einige Test anbieten. Die Beurteilung sollte aber in einer Drogerie erfolgen. Dazu benötigt es aber auch entsprechende Schulung.</i></p>				



Einschätzungen SDV zu den einzelnen Punkte der DrogoVision	Ich bin mit der Einschätzung des SDV einverstanden:				Ich schätze diese Punkte für die Zukunft wie folgt ein:			
2) Marktleistung	😊	😐	☹️	Bemerkung	sehr wichtig	wichtig	nicht so wichtig	unwichtig
<p>c) Kern- und Spezialsortimente</p> <p>Die Leitlinien wurden vom SDV im Rahmen des QSS Drogerie-DrogoThek vorgegeben und werden laufend überprüft. Daneben gibt es diverses CMs von Gruppierungen und Unternehmen.</p>	19	6	-	<p><i>QSS-Leitlinien vom SDV finde ich gut, Gruppierungen sollten nur Waren CMS betreiben.</i></p> <p><i>Positionierung übers Sortiment ist ein wichtiger Teil vom Image</i></p> <p><i>Naturheilmittel fördern</i></p>	9	14	2	-
<p>d) Bezahlte Dienstleistungen</p> <p>Versuche wurden beispielsweise während der Kampagne «Die Schweiz nimmts leichter» durchgeführt, stiessen noch auf (zu) geringe Akzeptanz. Lokal werden bezahlte Dienstleistungen von einzelnen Drogerien sehr gut umgesetzt.</p>	13	10	2	<p><i>Ist nicht Aufgabe des Verbandes CH</i></p> <p><i>Die Ausbildungen dazu waren sehr gut. Der Schritt vom Produktverkäufer zum Dienstleistungsverkäufer braucht Übung und Zeit! Der beste Schritt dazu ist, solche Dienstleistungen konsequent in künftige Events und PR-Kampagnen einzubauen und zu schulen.</i></p> <p><i>Für eine gute Dienstleistung bezahlt der Kunde sehr gern! Erfordert aber Zusatzleistungen damit der Preis gerechtfertigt ist.</i></p> <p><i>Die Drogisten müssen lernen, dass sie DL verkaufen dürfen. Momentan fällt das vielen noch zu schwer (ev. sollte das in der Ausbildung irgendwie integriert</i></p>	3	13	7	2



Einschätzungen SDV zu den einzelnen Punkte der DrogoVision	Ich bin mit der Einschätzung des SDV einverstanden:				Ich schätze diese Punkte für die Zukunft wie folgt ein:			
2) Marktleistung	😊	😐	☹️	Bemerkung	sehr wichtig	wichtig	nicht so wichtig	unwichtig
				<p><i>werden können. Gemäss unserer Erfahrung, braucht dieser Aufbau viel Zeit und Energie und ob das übergeordnet möglich ist, wage ich zu bezweifeln... Es wäre eine gute Möglichkeit, den DB zu verbessern.</i></p> <p><i>Diese Einschätzung ist zu blauäugig. Nur wenige Drogisten können Beratungen wirklich verkaufen. Meist zahlt im Hintergrund eine KK 50 oder mehr % daran. Wenn wir als Fachgeschäft für Gesundheit den hohen Kassenkosten entgegenreten wollen, so müssen wir bereit sein unsere Kunden im Bereich Selbstmeditation umfassend, ehrlich und gratis zu beraten!</i></p> <p><i>Bei klarer Regelung kein Problem Drogist muss als Leistungserbringer, wie ein Heilpraktiker -ohne Körperanwendungen akzeptiert werden</i></p> <p><i>Illusion die Beratung in Rechnung stellen zu können. Ausnahme: Homöopathen und Naturheilpraktiker mit separater Praxis</i></p>				



Einschätzungen SDV zu den einzelnen Punkte der DrogoVision	Ich bin mit der Einschätzung des SDV einverstanden:				Ich schätze diese Punkte für die Zukunft wie folgt ein:			
2) Marktleistung	😊	😐	☹️	Bemerkung	sehr wichtig	wichtig	nicht so wichtig	unwichtig
<p>e) «Health Care Programme» und «Beauty Programme»</p> <p>Nicht umgesetzt.</p>	12	5	3	<p><i>Nicht 1. Priorität.</i></p> <p><i>wäre sicher interessant anzusehen, kann aber evtl. auch den Gruppierungen überlassen werden.</i></p> <p><i>Richtig - weniger ist Mehr!</i></p>	1	2	13	4
<p>f) Ratgeber-Serie (Taschenbücher usw. und online)</p> <p>Themenspezifische Specials wie Reisen, Kinder, Schönheit sowie indikationsbezogene Booklets werden produziert und angeboten.</p>	15	6	3	<p><i>Ein Smiley für den Finanzgewinn dieses Produkts. An der Front bräuchte ich es nicht wirklich.</i></p> <p><i>Und leider zu wenig propagiert am POS!</i></p> <p><i>Es gibt schon eine Überflut</i></p> <p><i>Bringen wenig - Konzentration der Kräfte!</i></p> <p><i>Sind meist sehr schön gemacht, bringen aber meist keinen Franken mehr Umsatz</i></p> <p><i>Gute Inhalte, fast zu viel zum Abgeben neben Balance und Drogistenstern.</i></p>	2	10	10	3



Einschätzungen SDV zu den einzelnen Punkte der DrogoVision	Ich bin mit der Einschätzung des SDV einverstanden:				Ich schätze diese Punkte für die Zukunft wie folgt ein:			
2) Marktleistung	😊	😐	☹️	Bemerkung	sehr wichtig	wichtig	nicht so wichtig	unwichtig
<p>g) Gesundheits- und Schönheitsveranstaltungen Im Rahmen der Imageaktivitäten werden seit letztem Jahr «Wehweh und Bobo» Kurse durchgeführt.</p>	13	9	2	<p><i>Heute schwierig, die rare Freizeit des Konsumenten dafür zu gewinnen...</i> <i>Neue mediale Wege? Konsumenten-Newsletter Interessengruppen-gerecht?</i></p> <p><i>Bequem wenn es vom SDV organisiert wird, wäre jedoch auch eine Aufgabe die den einzelnen Drogerien überlassen werden kann. Gut im Zusammenhang mit nat. Kampagnen</i></p> <p><i>"Wehweh und Bobo" sollten zu Spezial - Themenschulungen heranwachsen. Von der Gemischtwareninformation zu seriösen einzelnen Sachthemen.</i></p> <p><i>Muss vor allem lokal passieren</i></p> <p><i>Nur sinnvoll, wenn lokale Drogerien diese Kurse mittragen, Akzeptanz der Drogisten schlecht, Akzeptanz der Kunden gut, jedoch zu schlechte Beteiligung.</i></p> <p><i>Sind besser geworden. Können eine gute Ergänzung zur nationalen Imagewerbung darstellen.</i> <i>Nur mit den Kursen allein kann jedoch keine breite</i></p>	3	11	10	



Einschätzungen SDV zu den einzelnen Punkte der DrogoVision	Ich bin mit der Einschätzung des SDV einverstanden:				Ich schätze diese Punkte für die Zukunft wie folgt ein:			
2) Marktleistung	😊	😐	☹️	Bemerkung	sehr wichtig	wichtig	nicht so wichtig	unwichtig
				<p><i>Imagewerbung für uns Drogerie erzielt werden.</i></p> <p><i>Firmenfrage</i></p>				
<p>h) Eigenmarkenkonzepte</p> <p>Dies ist gemäss dem Leitbild des SDV die Aufgabe der Drogerien.</p>	23	1	-	<p><i>Auch so belassen, weil nationale Ausrichtung dem lokalen Profilierungswunsch widerspricht.</i></p> <p><i>Muss über die Gruppierungen oder am STO umgesetzt werden.</i></p> <p><i>Gesetzgebung ist auch einschränkend</i></p> <p><i>Finde ich für Drogerien sehr wichtig</i></p> <p><i>Ist eines unserer Standbeine. Hier sind wir nicht oder nur bedingt austauschbar!</i></p> <p><i>Da haben wir den Zug längst verpasst:-)</i></p> <p><i>siehe Naturathek!</i></p>	10	9	-	4



Einschätzungen SDV zu den einzelnen Punkte der DrogoVision	Ich bin mit der Einschätzung des SDV einverstanden:				Ich schätze diese Punkte für die Zukunft wie folgt ein:			
2) Marktleistung	😊	😐	☹️	Bemerkung	sehr wichtig	wichtig	nicht so wichtig	unwichtig
<p>i) After-Sales-Services QSS Drogerie-DrogoCare</p>	2	3	-	<p>Komplikationen beim Ausfüllen der Smiley, resp. Wichtigkeit für Zukunft!!!</p> <p><i>QSS hat jeder Betrieb massgeschneidert auf sich selber zu lösen. QSS Ordner viel zu umfassend. Schreibtischtat. Leitfaden zur Erstellung wäre besser gewesen.</i></p> <p><i>Drogocare jedoch gut.</i></p> <p><i>Aufgabe von jeder Drogerie selber</i></p> <p><i>so wenig wie nötig</i></p> <p><i>Sollte mehr in der Ausbildung gewichtet werden. Das ist Kundenbindung</i></p> <p><i>Drogo Care freiwillig lassen</i></p> <p><i>Drogo Care wäre sehr wichtig.</i></p> <p><i>Hier hat der SDV leider so gut wie nicht mehr unternommen. Die Kosten seinen hoch und mussten von den Geschäften getragen werden.</i></p> <p><i>Wollen wir als Fachgeschäfte brillieren, so müssen die Beratungen in den Drogerie überdurchschnittlich sein. Und dies muss geschult und regelmässig getestet werden!</i></p>	7	5	2	2



Einschätzungen SDV zu den einzelnen Punkte der DrogoVision	Ich bin mit der Einschätzung des SDV einverstanden:				Ich schätze diese Punkte für die Zukunft wie folgt ein:			
3) Marktnähe	😊	😐	☹️	Bemerkung	sehr wichtig	wichtig	nicht so wichtig	unwichtig
<p>a) Trendbeobachtung international</p> <p>Unter anderem dafür wurde 2006 die Stelle des Branchenentwicklers SDV geschaffen. Internationale Veranstaltungen und Messen werden nach Möglichkeit besucht. Daneben werden Trends im Rahmen der Recherchen der Redaktion gesucht und entsprechend publiziert.</p>	9	10	5	<p><i>Von dieser Arbeit haben wir an der Front wenig mitbekommen.</i></p> <p><i>nie gesehen....aber ich bin evt. dafür zu weit weg.</i></p> <p><i>Davon habe ich aber nichts mitgekriegt!?!</i></p> <p><i>Wäre wichtig. Würde aber viel Zeit und Geld beanspruchen, wenn das wirklich professionell gemacht werden soll</i></p> <p><i>Ist Sache mehrheitlich der Gruppierungen</i></p> <p><i>Ich habe den Eindruck, dass diese Aufgabe nicht erfüllt ist, weder von der Branchenentwicklung noch von der Redaktion</i></p> <p><i>Für die Branche unwichtig, für den Drogistenstern falls nötig beibehalten, dann aber klar als Aufwand Drogistenstern deklarieren.</i></p> <p><i>??? Hab ich noch nie gehört. Ich glaube wir haben nähere Aufgaben zu lösen als viel Zeit an internationalen Messen zu verbringen...</i></p>	5	14	5	1



Einschätzungen SDV zu den einzelnen Punkte der DrogoVision	Ich bin mit der Einschätzung des SDV einverstanden:			Ich schätze diese Punkte für die Zukunft wie folgt ein:				
3) Marktnähe	😊	😐	☹️	Bemerkung	sehr wichtig	wichtig	nicht so wichtig	unwichtig
				<p><i>Diese Stelle hat aus meiner Sicht sehr wenig gebracht.</i></p> <p><i>Branchenentwicklung erfolgt immer und überall. Alle Drogisten und Mitarbeiter des SDV sollten diesbezüglich ein natürliches Interesse an der Entwicklung der Branche haben.</i></p>				
<p>b) Förderung der Selbstmedikation</p> <p>Die Umsetzung der früheren parlamentarischen Initiative Borer – heute der Kommissionsmotion – ist durch das Parlament an den Bundesrat überwiesen worden. Auch die Interpellation von NR Jürg Stahl (siehe Punkt «Drogerie: der Kostenverbesserer im Gesundheitsbereich») ist in Diskussion. Für die Umteilung von Arzneimitteln werden durch die WiF des SDV laufend Gespräche geführt.</p>	23	2	-	<p><i>... allerdings war meines Erachtens die WIF vor allem im Inside auch schon präsenter, aber vielleicht hat das auch damit zu tun, dass der Name und Gesicht "Rolando Geiser" für die WIF stand</i></p> <p><i>Bravo! Lobbying sehr gut und hartnäckig gemacht. Permanente Nachbearbeitung entscheidend für den Umsetzungs-Erfolg. Neue Einheitsliste Selbstmedi möglichst ohne Liste-D Verluste zu den Grossverteilern.</i></p> <p><i>Davon hängt unsere Zukunft an</i></p>	24	1	-	-



Einschätzungen SDV zu den einzelnen Punkte der DrogoVision	Ich bin mit der Einschätzung des SDV einverstanden:				Ich schätze diese Punkte für die Zukunft wie folgt ein:			
3) Marktnähe	😊	😐	☹️	Bemerkung	sehr wichtig	wichtig	nicht so wichtig	unwichtig
<p>c) Förderung der natürlichen Heilmittel und – methoden</p> <p>Volksinitiative «Ja zur Komplementärmedizin», regelmässig in den SDV-Medien thematisiert. Im Weiteren ist der SDV im Vorstand des Dachverbandes Komplementärmedizin (Dakomed) vertreten und bringt die Anliegen der Drogerien in die Diskussionen mit ein. Einbindung des Themas in die Aus- und Weiterbildung, Schaffung einer Passerelle mit der Paramed in Baar.</p>	20	5	-	<p><i>Wie schon in mehreren Diskussionen vertreten ist der Nutzen eher auf der Gegenseite. Politischer Entscheid hier mitzumachen.</i></p> <p><i>Als Nichtleistungserbringer bei den Kassen ist die Drogerie hier nicht relevant.</i></p> <p><i>Macht die Paramed aus guten Drogisten bessere Drogisten oder Therapeuten die sich von der Drogerie abwenden?</i></p> <p><i>Vor allem das politische Engagement ist wichtig mit dem Ziel, den Zusammenhang zur Senkung der Gesundheitskosten zu schaffen.</i></p> <p><i>Standort der Fachschule in Neuenburg wird immer problematischer. Zürich wäre besser oder berufsbegleitende Kurse mit max 3 Mte Vollpensum zwischendurch. - Leider entscheiden sich aus diesen Gründen viele nicht mehr dafür!</i></p> <p><i>Das JA zur Komplementärmedizin ist für uns Drogisten kein Segen! Wer sich alternativ behandelt will soll dies in der Selbstmedikation selbst bezahlen! Und genau dort ist der Platz der Drogerien!</i></p>	11	12	2	-



Einschätzungen SDV zu den einzelnen Punkte der DrogoVision	Ich bin mit der Einschätzung des SDV einverstanden:				Ich schätze diese Punkte für die Zukunft wie folgt ein:			
3) Marktnähe	😊	😐	☹️	Bemerkung	sehr wichtig	wichtig	nicht so wichtig	unwichtig
d) Persönliches, individuelles Gesundheitscoaching siehe Punkt «Elektronischer Gesundheitspass»	6	11	4	Von dieser Arbeit haben wir an der Front wenig mitbekommen. Wunsch ist hier Vater des Gedanken! Entspricht nicht einem echten Kundenbedürfnis. Schwierige Beurteilung?	3	5	10	3
e) Firmen-Gesundheitscoaching Ein vollständiges Konzept für das Coaching von KMUs wurde erarbeitet, aufgrund von geringem Interesse der Branche jedoch zurückgestellt und neu organisiert. Das Thema wird heute im Rahmen der Imageaktivität «besser gesund» umgesetzt.	12	10	2	KMU-Firmen machen es kaum, Grossfirmen verlangen medizinisch validierte evidence-based Programme. Vielleicht nicht wichtig aber ein sehr gutes Instrument das noch Ausbaufähig ist in form von Vermehrter Umsetzung. Braucht evtl. auch Anlaufzeit. Steiniger Boden. Hätte grosses Potential, muss aber auch lokal von der Drogerie mitgetragen werden - sehe ich noch zu wenig Beteiligung.	1	8	11	3



Einschätzungen SDV zu den einzelnen Punkte der DrogoVision	Ich bin mit der Einschätzung des SDV einverstanden:				Ich schätze diese Punkte für die Zukunft wie folgt ein:			
3) Marktnähe	😊	😐	☹️	Bemerkung	sehr wichtig	wichtig	nicht so wichtig	unwichtig
<p>f) Selbsthilfe-Plattform im Internet Expertenforum auf <i>vitagate24.ch</i></p>	11	9	1	<p><i>Läuft das schon?</i></p> <p><i>Da alle Drogisten Experten sind, sollten auch alle als Experten dort aktiv sein können - Eine Art moderiertes Forum...</i></p> <p><i>ist die Drogerie im Facebook?</i></p> <p><i>Kann ich nicht beurteilen. Ich zweifle ob diese Plattform den Drogerien zum Überleben hilft</i></p> <p><i>?????????????, vermutlich gut, Resonanz über Homepage ??</i></p>	2	10	8	1



Einschätzungen SDV zu den einzelnen Punkte der DrogoVision	Ich bin mit der Einschätzung des SDV einverstanden:				Ich schätze diese Punkte für die Zukunft wie folgt ein:			
4) Kommunikation	😊	😐	☹️	Bemerkung	sehr wichtig	wichtig	nicht so wichtig	unwichtig
<p>a) Multimediale Gesundheits- und Schönheitsplattform Mit <i>vitagate24.ch</i> umgesetzt.</p>	13	11	-	<p><i>So riesig "multimedial" ist nun die Plattform auch nicht. Programmiertechnisch einfach gehalten. Könnte man mehr daraus machen. Inhalte absolut in Ordnung. Optische Übersicht, na ja.</i></p> <p><i>Aktivierung Basis? Vernetzung in Gruppierungsmedien? PR in Tagesmedien?</i></p> <p><i>Einfach zuwenig bekannt!</i></p> <p><i>alle Drogerien selber haben schon Homepage's und alle Gruppierungen haben nochmals eine Homepage. Wenn schon, dann würde es hier ev. Sinn machen ein Benchmarking zu betreiben und überall das beste klauen oder kaufen! :-)</i></p> <p><i>die Gesundheitsdatenbank und check-ups von Vitaserv könnt ihr günstig haben! :-)</i></p> <p><i>Ist zukunftssträftig.</i></p> <p><i>irgendwie zu steril und zu wenig ansprechend aber mit grosses Potenzial.</i></p>	5	12	7	-



Einschätzungen SDV zu den einzelnen Punkte der DrogoVision	Ich bin mit der Einschätzung des SDV einverstanden:				Ich schätze diese Punkte für die Zukunft wie folgt ein:			
4) Kommunikation	😊	😐	☹️	Bemerkung	sehr wichtig	wichtig	nicht so wichtig	unwichtig
<p>b) «Health&Beauty Club»-Newsletter vorläufig offen</p>	9	4	5	<p>Sache der Gruppierungen</p> <p>Klingt spannend</p> <p>im Zusammenhang mit facebook Fans? Nur falls wirklich speziell...</p> <p>Newsletters an wen? Wenn Newsletters an Konsumenten, dann ist es nicht Auftrag des SDV.</p> <p>Von Newslettern werden wir überhäuft!</p>	1	2	9	7
<p>c) «Health&Beauty» Sendungen in Radio und Fernsehen</p> <p>Radio-Werbung wurde im Rahmen von «Wehweh und Bobo» umgesetzt, Fernsehwerbung wurde aus Kostengründen zurückgestellt. Als Ergänzung zur bestehenden Imagewerbung wurde ein Konzept für nationale Radio-Gesundheitssendungen erarbeitet. Dieses kommt an der GV 2010 zur Abstimmung.</p>	16	6	3	<p>Die Marke Drogerie / Drogistenstern ist in der Werbung zu wenig präsent. Ausser den billigen Müller-Drogeriemarkt-Aktionen ist die "richtige" Drogerie kaum präsent</p> <p>Es gelingt nicht, die Drogerie in Massenmedien als Präventions- und Gesundheitskompetenzgeschäfte zu verankern. Themen-Präsenz ist nicht vorhanden.</p> <p>Wir brauchen Imagewerbung für unsere Zukunft</p>	15	3	6	-



Einschätzungen SDV zu den einzelnen Punkte der DrogoVision	Ich bin mit der Einschätzung des SDV einverstanden:				Ich schätze diese Punkte für die Zukunft wie folgt ein:			
4) Kommunikation	😊	😐	☹️	Bemerkung	sehr wichtig	wichtig	nicht so wichtig	unwichtig
				<p><i>Finde ich gut. Kurze prägnante Aussagen</i></p> <p><i>TV ist immer noch etwas vom Besten, siehe Apotheken, forschende Industrie, Heilmittel generell wie gut die vertreten sind.</i></p> <p><i>Somit könnte es uns gelingen einer breiten Öffentlichkeit zu zeigen wie wertvoll eine Drogerie für die eigene Gesundheit und Prävention sein kann.</i></p>				
<p>d) Konsequenter optischer Auftritt, verknüpft mit Qualitätsanforderungen</p> <p>siehe Punkt «Konsequente Umsetzung des Labels «Drogistenstern»» – Abstimmung GV 2011</p>	15	7	-	<p><i>wie wichtig ist der Stern denn bei euren noch rund 500 Mitgliedern? wollen die alle am Stern festhalten oder verkaufe die alle an Apotheken weiter wie die letzten Jahre?!?</i></p> <p><i>Auf eine Verbanddrogerie gehört der d-Stern.</i></p>	11	10	1	-



Einschätzungen SDV zu den einzelnen Punkte der DrogoVision	Ich bin mit der Einschätzung des SDV einverstanden:			Ich schätze diese Punkte für die Zukunft wie folgt ein:				
5) Wirtschaftlichkeit	😊	😐	☹️	Bemerkung	sehr wichtig	wichtig	nicht so wichtig	unwichtig
<p>a) Erhöhung der Kundenfrequenz und des Kundenfrankens</p> <p>Der SDV liefert die Mittel via Image-Aktivitäten, ansonsten sind die einzelnen Drogerien dafür verantwortlich.</p>	17	7	1	<p><i>Nicht Aufgabe des Verbandes</i></p> <p><i>Könnte mit einer nationalen Werbekampagne verbessert werden</i></p> <p><i>Sehr wichtig für die Drogerie, aber sollte ein Produkt aus allen Aktivitäten sein.</i></p> <p><i>Ja, aber mir regelmässiger nationaler Werbung (Radio) könnten die individuellen Anstrengungen unterstützt werden.</i></p> <p><i>Zur Kundenfrequenz gehören auch alle politischen Aktivitäten</i></p> <p><i>Imageaktivitäten ungenügend</i></p> <p><i>Die rechtzeitige und flächendeckende Information des SDV an die Drogerien gehört auch dazu.</i></p> <p><i>O.K. so, abgesehen Punkt 1 a)</i></p>	15	6	2	1



Einschätzungen SDV zu den einzelnen Punkte der DrogoVision	Ich bin mit der Einschätzung des SDV einverstanden:			Ich schätze diese Punkte für die Zukunft wie folgt ein:				
5) Wirtschaftlichkeit	😊	😐	☹️	Bemerkung	sehr wichtig	wichtig	nicht so wichtig	unwichtig
b) Mehreinnahmen durch Vermittlungsgebühren Nicht praktikabel.	5	1	-	Komplikationen beim Ausfüllen der Smiley, resp. Wichtigkeit für Zukunft!!! <i>Nicht Aufgabe des Verbandes</i> <i>Die Einschätzung ist richtig!</i>	-	-	3	15
c) Bessere Attraktivität dank höherer Wertschöpfung Noch offen	5	9	2	Nur mit Dienstleistungsvermarktung und Eigenmarken zu erreichen. <i>Nicht Aufgabe des Verbandes</i>	2	6	7	-
d) Shop-in-shop-Konzepte Erste Konzepte wie die Naturathek wurden in der Branche erarbeitet und von verschiedenen Gruppierungen umgesetzt. Ähnliche Konzepte bestehen im Bereich der Kosmetik.	11	7	3	Läuft dem Ziel den D-Stern zu verankern entgegen. Lehne ich ab (Schön dass die Apotheken nun mit dem auch Anfängen: Verwirrt den Kunden nur noch mehr). Bei solchen Shops muss dann auch drinsein was draufsteht. Häufig stimmt die Hardware (Ware, Mobilium) aber die weichen Faktoren (Wissen, Vermittlung) nicht. <i>Erfolg ja/nein hängt primär vom Engagement der Menschen vor Ort ab!</i> <i>Jede Drogerie selber verantwortlich, je nach Grösse</i>	2	6	12	4



Einschätzungen SDV zu den einzelnen Punkte der DrogoVision	Ich bin mit der Einschätzung des SDV einverstanden:			Ich schätze diese Punkte für die Zukunft wie folgt ein:				
5) Wirtschaftlichkeit	😊	😐	☹️	Bemerkung	sehr wichtig	wichtig	nicht so wichtig	unwichtig
				<p><i>möglich oder nicht...</i></p> <p><i>Könnte auch mit Grossverteilern spannend sein. Nur übersteigt das wahrscheinlich unsere Kapazitäten und ist nicht Sache vom Verband</i></p> <p><i>Können erfolgreich sein. Sind zurzeit im Trend. Bestehen aber in vielen Drogerien als "Naturheilmittlecken" seit über 20 Jahren und sind nüchtern gesehen nicht so revolutionär wie sie heute angepriesen werden!</i></p> <p><i>Sache der Unternehmen !!</i></p> <p><i>auf Verbandebene - sortimentsspezifisch schon z.Bsp. Testcenter und was es dafür braucht</i></p> <p><i>ob diese Shop-in-shop-Konzepte den Stern retten glaube ich nicht. wenns mir recht ist, haben die gar keinen Stern!?</i></p> <p><i>Leider nur in grossen Drogerien möglich</i></p>				



Einschätzungen SDV zu den einzelnen Punkte der DrogoVision	Ich bin mit der Einschätzung des SDV einverstanden:				Ich schätze diese Punkte für die Zukunft wie folgt ein:			
5) Wirtschaftlichkeit	😊	😐	☹️	Bemerkung	sehr wichtig	wichtig	nicht so wichtig	unwichtig
<p>e) Kundenbindungssystem</p> <p>Siehe Punkt «Elektronischer Gesundheitspass». Bei der Ausarbeitung des Leitbildes hat sich der SDV mit den Gruppierungen und Drogerien geeinigt, dass direkt marktwirtschaftliche Angelegenheiten von den Drogerien und Gruppierungen übernommen werden.</p>	16	7	-	<p><i>Nicht Aufgabe des Verbandes</i></p> <p><i>zu komplex! Viele haben schon eigene Systeme und wir sind keine AERZTE!</i></p>	5	10	3	3
<p>f) Bessere Rentabilität dank zentralen Abschlüssen mit Lieferanten</p> <p>Lieferantenverhandlungen werden vor allem von den Gruppierungen geführt.</p>	18	5	1	<p><i>Schwächt den Verband in finanziellen Angelegenheiten.</i></p> <p><i>Nicht Aufgabe des Verbandes</i></p> <p><i>keine Aufgabe des SDV!</i></p> <p><i>Ist Sache der Gruppierungen. SDV sollte sich auf die Politik und das nötige Netzwerk konzentrieren</i></p> <p><i>Keine Verbandsaufgabe !!</i></p> <p><i>Ist Sache der Gruppierungen oder des Einzelkämpfers und nicht des SDV.</i></p>	9	10	-	3



Einschätzungen SDV zu den einzelnen Punkte der DrogoVision	Ich bin mit der Einschätzung des SDV einverstanden:				Ich schätze diese Punkte für die Zukunft wie folgt ein:			
6) Marketing	😊	😐	☹️	Bemerkung	sehr wichtig	wichtig	nicht so wichtig	unwichtig
<p>a) «DrogerieGuide»</p> <p>Erste Durchführung in Zusammenarbeit mit gate24 war nicht befriedigend. Weitere Möglichkeiten sind in Arbeit.</p>	7	9	-	<p><i>Eigene Drogeriepräsentation ist wichtig. Verträge mit Vitagate24 machen keinen Sinn mehr. Bezahle lieber an die Imagewerbung diesen 1000er.</i></p> <p><i>Wenn das ein Tool für i-Phone etc. ist dann gut.</i></p>	1	5	11	-
<p>b) Präsenz an Messen und Ausstellungen</p> <p>Im Bereich von einzelnen Aktivitäten war der SDV an Publikums- und Fachmessen präsent. Verschiedene Sektionen wie z.B. die Sektion Bern, Basel oder Zürich sind zudem regelmässig an regionalen Messen vor Ort.</p>	17	7	-	<p><i>Infrastruktur für Messen bereitstellen</i></p> <p><i>Habe selber keine solche Messe gesehen</i></p> <p><i>Messen sind Sektions-Aufgabe. Allenfalls Unterstützung mit Messematerial sofern nicht bereits vorhanden.</i></p> <p><i>Kann auch von Gruppierungen übernommen werden. National sollte der SDV aktiv sein</i></p> <p><i>Nützt sich mit der Zeit ab.</i></p>	5	13	5	-



Einschätzungen SDV zu den einzelnen Punkte der DrogoVision	Ich bin mit der Einschätzung des SDV einverstanden:				Ich schätze diese Punkte für die Zukunft wie folgt ein:			
	😊	😐	☹️	Bemerkung	sehr wichtig	wichtig	nicht so wichtig	unwichtig
6) Marketing								
c) Swiss Health Care & Beauty Award Wird nicht durchgeführt.	10	3	2	<p>Wäre vielleicht eine Idee die medial Wirkung zeigen könnte! "drogo-Prix", Prämiertes Produkt etc...</p> <p>??? Testsieger finden beim Publikum anklang. Könnte zur Verkaufsförderung genutzt werden</p>	1	-	8	9
d) Standortoptimierungs-Programm QSS Drogerie-DrogoThek	13	5	1	<p>Insbesondere wäre wichtig für die Drogeriebranche, dass nicht in allen (grösseren) Centern eine Apotheke oder eine Apotheke-Drogerie sein muss. Eine Drogerie deckt die Bedürfnisse ab!</p> <p>Wirtschaftliche Angelegenheit der Gruppierungen/Unternehmer vor Ort</p> <p>Drogothek ist erfolgreich und wichtig und sollte, möglichst nicht zu kompliziert, weiter betrieben werden.</p>	7	14	-	-



Einschätzungen SDV zu den einzelnen Punkte der DrogoVision	Ich bin mit der Einschätzung des SDV einverstanden:				Ich schätze diese Punkte für die Zukunft wie folgt ein:			
7) Vernetzung	😊	😐	☹️	Bemerkung	sehr wichtig	wichtig	nicht so wichtig	unwichtig
<p>a) regionale Vernetzung der Drogerien zu einem kundenorientierten Leistungsverbund, inkl. regionale Gesundheitszentren.</p> <p>Aufgabe der einzelnen SDV-Sektionen</p>	15	5	3	<p><i>Auch hier wird der Nutzen meist einseitig gesehen. Rheumaliga, Krebsliga uns Co. kennen uns vor allem zur Verteilung Ihrer Anliegen an die Bevölkerung.</i></p> <p><i>Grosse Lokale Unterschiede bzw. Aufgabe jeder einzelnen Drogerie vor Ort</i></p> <p><i>Zu futuristisch...</i></p> <p><i>Aufgabe der Sektionen, Gruppierungen und einzelnen STO</i></p> <p><i>Bin kein Fan von solchen nicht natürlich gewachsenen Strukturen</i></p> <p><i>Da sind die meist schwach geführten Sektionen nicht der richtige Partner!</i></p> <p><i>Die Sektionen sind leider kein Kundenorientierter Leistungsverbund (Konkurrenzdenken) sondern eine träge Informationszusammenkunft des SDV. Dies liegt aber nicht am SDV</i></p> <p><i>Nationale Aufgabe! nicht Sektion</i></p>	2	7	10	2



Einschätzungen SDV zu den einzelnen Punkte der DrogoVision	Ich bin mit der Einschätzung des SDV einverstanden:				Ich schätze diese Punkte für die Zukunft wie folgt ein:			
7) Vernetzung	😊	😐	☹️	Bemerkung	sehr wichtig	wichtig	nicht so wichtig	unwichtig
<p>b) Vernetzung mit anderen Leistungserbringern wie Therapeuten</p> <p>Bisherige Versuche wie bspw. mit den Naturheilärzten waren eher ernüchternd. Fazit: Vernetzungen müssen lokal regional angeregt und gepflegt werden.</p>	19	4	1	<p>siehe oben</p> <p><i>Das Problem ist, dass die Drogerien nicht Leistungserbringer der Krankenkassen sind und daher nicht direkt abrechnen können.</i></p> <p><i>Sache der einzelnen Drogerie</i></p> <p><i>Diese Vernetzung passiert beim einzelnen Drogisten vor Ort.</i></p>	4	11	5	-
<p>c) Vernetzung in der Ausbildung</p> <p>Das neue Berufsbild wird im Rahmen des neuen Berufsausbildungsgesetzes überarbeitet und wird ab dem nächsten Lehrgang gültig sein. Das Angebot und die Administration der Pflichtausbildung werden laufend verbessert. Zudem steht die erste Passerelle für eine an die ESD anschliessende Ausbildung mit der Paramed in Baar. Im Rahmen der Durchlässigkeit der Bildungslandschaft gewährt die HF-Ausbildung den idealen Anschluss an verschiedene FH-Ausbildungen.</p>	19	4	1	<p><i>Fördert die Attraktivität des Berufs</i></p> <p><i>Ausbildung ist unsere Zukunft.</i></p> <p><i>Wenn wir als Branche überleben wollen, so brauchen wir motivierte Drogistinnen und Drogisten, insbesondere ESD Abgänger, welche bereit sind eine Drogerie zu führen oder zu übernehmen und darin auch eine Zukunftschance und Existenz sehen! Mit einem super vernetzten Ausbildungsangebot schneiden wir uns hier ein wenig ins eigene Fleisch.</i></p>	10	11	2	-



Einschätzungen SDV zu den einzelnen Punkte der DrogoVision	Ich bin mit der Einschätzung des SDV einverstanden:				Ich schätze diese Punkte für die Zukunft wie folgt ein:			
7) Vernetzung	😊	😐	☹️	Bemerkung	sehr wichtig	wichtig	nicht so wichtig	unwichtig
				<p><i>vor 8 Jahren wurde die Passerelle schon angepriesen. Es wird zuwenig gemacht ein Zugang auf alle anderen FH Ausbildungen ist nicht löblich</i></p> <p><i>Wichtig wäre aber, dass die ESD mit dem Titel "Naturheilpraktiker" in der Tasche beendet werden könnte. Oder Homöopath, oder Kinesiologe etc. Auf jeden Fall mit einem Krankenkassen anerkannten Diplom.</i></p>				
<p>Intranet/Internet/Datenbank in Erarbeitung</p>	9	7	1	<p><i>Ewiges Werk, reichen die Ressourcen? Achtung vor einzelnen (günstigeren) Programmierungen die zuletzt nicht kompatibel sind.</i></p> <p><i>nicht so wichtig aber nötig....?</i></p> <p><i>Aufgabe der Gruppierungen</i></p> <p><i>hier wäre der ganze Vitaserv Consult Bereich eine ideale Ergänzung!</i></p> <p><i>Zur schnellen Information sehr tauglich. Der Weg über die Sektionsveranstaltung ist endgültig viel zu langsam und veraltet. Auch die Delegiertenversammlungen ersetzen; sie repräsentieren nicht die Branche.</i></p>	3	5	7	2



Einschätzungen SDV zu den einzelnen Punkte der DrogoVision	Ich bin mit der Einschätzung des SDV einverstanden:				Ich schätze diese Punkte für die Zukunft wie folgt ein:			
7) Vernetzung	😊	😐	☹️	Bemerkung	sehr wichtig	wichtig	nicht so wichtig	unwichtig
				<i>Unsere Delegierte ist nicht einmal in der Lage die Kollegen zu informieren weil sie nicht "vor Leuten" reden kann!!!</i>				
<p>d) Fach-Panels «Health&Beauty»</p> <p>Im Rahmen der Zusammenarbeit werden für die Verbandsmedien wie Drogistenstern und <i>vitagate24.ch</i> regelmässig Drogist/-innen befragt und zitiert. Ebenfalls erhalten Drogist/-innen auf Wunsch bei der Erstellung von Berichten in regionalen Medien redaktionelle Unterstützung.</p>	14	8	1	<p><i>Berichterstattung könnte noch intensiviert werden!</i></p> <p><i>Das lokal vorhandene und enorm gute Spezialisten-Knowhow wird zu wenig spürbar genutzt. Woran liegt das?</i></p> <p><i>Mir fehlte persönlich ein PR Text zum Mystery Shopping - habe ihn selber geschrieben, denn tu gutes und sprich darüber....</i></p> <p><i>gibt der Branche ein Bild!</i></p>	5	11	6	-



Einschätzungen SDV zu den einzelnen Punkte der DrogoVision	Ich bin mit der Einschätzung des SDV einverstanden:				Ich schätze diese Punkte für die Zukunft wie folgt ein:			
7) Vernetzung	😊	😐	☹️	Bemerkung	sehr wichtig	wichtig	nicht so wichtig	unwichtig
<p>e) Vernetzung mit Lieferanten, Activity-Partnern, nationalen Organisationen, Sportverbänden, Krankenkassen usw.</p> <p>Zum Austausch mit den Lieferanten finden u. a. verschiedene vom SDV organisierte Anlässe wie das Gipfeltreffen oder der Drogerie-Marketing-Event statt. Mit nationalen Organisationen wurden im Rahmen der Kampagnen verschiedene Zusammenarbeiten durchgeführt. Mit verschiedenen Krankenkassen laufen regelmässig Gespräche zu allfälligen Zusammenarbeiten.</p>	15	7	-	<p><i>Aufpassen dass man sich nicht zu billig verkauft....</i></p> <p><i>Gibt es auch Resultate was die Gespräche mit den Krankenkassen anbelangt?</i></p> <p><i>es wäre schön wenn es funktionieren täte...</i></p> <p><i>Ist Verbandsarbeit. Wichtigkeit ist hoch, wo der Nutzen letztendlich liegt ist schwer zu sagen.</i></p> <p><i>Zusammenarbeit mit Kassen führen zu mehr Aufwand! Quittierung, Bearbeitung von Fragen</i></p> <p><i>Preisreduktion bei Helsana ist nicht gerechtfertigt.</i></p>	6	13	2	-



Einschätzungen SDV zu den einzelnen Punkte der DrogoVision	Ich bin mit der Einschätzung des SDV einverstanden:				Ich schätze diese Punkte für die Zukunft wie folgt ein:			
8) Qualität	😊	😐	☹️	Bemerkung	sehr wichtig	wichtig	nicht so wichtig	unwichtig
<p>a) DrogoCare und DrogoThek ist für Mitglieder ein Muss (definierte Mindestanforderungen; Zertifizierung)</p> <p>QSS Drogerie – definitiver Entscheid und allfällige Änderung der Statuten fällt an der GV 2011.</p>	19	5	1	<p><i>Ist entscheidend wie Stur oder flexibel die beiden Projekte gehandhabt werden. Bis dato i.O.</i></p> <p><i>Das muss so sein, sonst wird die Branche keine Zukunft haben!</i></p> <p><i>wie schon gesagt ist für Drogerie wichtig, sollte aber jeder selber entscheiden. Eigenverantwortung</i></p> <p><i>DrogoCare wird schwierig sein umzusetzen.</i></p> <p><i>Wichtige Leitplanken für die Zukunft der Drogerie als das Fachgeschäft im Bereich Gesundheit und Schönheit!!!</i></p> <p><i>Hier sind entscheidend Kontrolle und Massnahmen.</i></p>	15	8	1	-
<p>b) Aus- und Weiterbildungspakete</p> <p>Siehe Punkt «Vernetzung in der Ausbildung»</p>	18	4	-	<p><i>Hier muss zwischen Pflicht und der restlichen Ausbildung Klarheit herrschen.</i></p>	9	10	-	-



Einschätzungen SDV zu den einzelnen Punkte der DrogoVision	Ich bin mit der Einschätzung des SDV einverstanden:				Ich schätze diese Punkte für die Zukunft wie folgt ein:			
8) Qualität	😊	😐	☹️	Bemerkung	sehr wichtig	wichtig	nicht so wichtig	unwichtig
<p>c) Aufbau von Kernkompetenzen</p> <p>Das Kursangebot wurde im Rahmen der Pflichtausbildung überarbeitet. Angeboten werden verschiedene Abend-, Tages-, Modulkurse zu diversen Themen und für alle Stufen.</p>	20	3	1	<p><i>Drogobrain wird gegenüber den Abendkursen immer noch mit zu wenigen Sternen belohnt. Die Nachhaltigkeit von Drogobrain ist viel höher, als diejenige von Abendkursen.</i></p> <p><i>Kernkompetenzen sollten durch die Ausbildung als Drogist schon gesetzt sein!</i></p>	9	13	-	-
<p>d) Unabhängige Qualitätskontrollen in Drogerien</p> <p>Auf freiwilliger Basis – Mystery Shopping Nationale Studie QSS Drogerie-DrogoCare</p>	12	9	3	<p><i>Das muss ein fixer Teil der D-Stern Zertifizierung werden. Potenziale sichtbar machen und für weitere Zertifikation Ausbildungsprogramme in Zeitrahmen festlegen.</i></p> <p><i>Freiwilligkeit bei DrogoCare ist immer gekoppelt mit der Kostenfrage. Vermutlich würden sich mehr testen lassen, bei tieferen Kosten.</i></p> <p><i>Die guten werden überleben, ob da ein mystery shopping viel ändern kann? man kann niemanden zum glück zwingen!</i></p> <p><i>Aus meiner Sicht wäre ein zweijährlicher Mystery Shopping Test ein kontinuierliches Muss welches vom Verband getragen werden sollte!</i></p>	7	5	8	3



Einschätzungen SDV zu den einzelnen Punkte der DrogoVision	Ich bin mit der Einschätzung des SDV einverstanden:				Ich schätze diese Punkte für die Zukunft wie folgt ein:			
8) Qualität	😊	😐	☹️	Bemerkung	sehr wichtig	wichtig	nicht so wichtig	unwichtig
				<i>Aufgabe der Drogerie; es gibt schon genug spezialisierte Anbieter.</i>				
e) Coaching von Drogerien QSS Drogerie	11	10	-	<i>QSS hat jeder Betrieb massgeschneidert auf sich selber zu lösen. QSS Ordner viel zu umfassend. Schreibtischtat. Leitfaden zur Erstellung wäre besser gewesen.</i> <i>könnte noch intensiviert werden, d.h. stärkere Begleitung der Umsetzung des QSS</i> <i>Kann nicht vom Verband übernommen werden</i> <i>Jede Drogerie muss selber in der Lage sein die QSS des Verbandes und des Gesetzgebers umzusetzen.</i>	5	10	5	1



Einschätzungen SDV zu den einzelnen Punkte der DrogoVision	Ich bin mit der Einschätzung des SDV einverstanden:				Ich schätze diese Punkte für die Zukunft wie folgt ein:			
9) Motivation	😊	😐	☹️	Bemerkung	sehr wichtig	wichtig	nicht so wichtig	unwichtig
<p>a) Höhere Wertschöpfung für die Drogerien</p> <p>Der SDV hat im Rahmen u. a. der Kampagne «Die Schweiz nimmts leichter» Möglichkeiten gezeigt und Varianten angeboten. Die Nachfrage war mässig und der Erfolg gering.</p>	16	5	4	<p><i>siehe Dienstleistungen verkaufen.</i></p> <p><i>Sollte Sache jeder einzelnen Drogerie sein</i></p> <p><i>Ich persönlich hatte Erfolg</i></p> <p><i>Wäre wünschenswert. Ist aber wahrscheinlich auf Stufe Verband nicht realistisch. Verkauf von DL wäre gut für die Wertschöpfung. Muss aber vom STO umgesetzt werden. Der Verband hat zuwenig Handhabung und die Energie sollte anders investiert werden.</i></p> <p><i>Zuwenig konkret und einmalig für den Kunden</i></p>	1	8	12	3
<p>b) Attraktive Entlohnung nach Ausbildungsstand und Verantwortungsbereichen</p> <p>Die Löhne wurden im Rahmen einer Lohnumfrage evaluiert und die Mindestlöhne laufend angepasst. Die Details unterliegen den einzelnen Betrieben.</p>	17	5	3	<p><i>Nach wie vor stehen die Anforderungen an die Ausbildung nicht zum Lohn!</i></p> <p><i>Das ist die Folge, wenn's klappt.</i></p> <p><i>Auch wenn wir gerne höhere Löhne zahlen wollen, ist das wahrscheinlich in unserer Branche nicht realistisch.</i></p> <p><i>Empfehlungen (mal 13) für Mindestlöhne finde ich</i></p>	6	12	6	-



Einschätzungen SDV zu den einzelnen Punkte der DrogoVision	Ich bin mit der Einschätzung des SDV einverstanden:			Ich schätze diese Punkte für die Zukunft wie folgt ein:				
9) Motivation	😊	😐	☹️	Bemerkung	sehr wichtig	wichtig	nicht so wichtig	unwichtig
				<p><i>aber wichtig.</i></p> <p><i>Generell immer noch zu tiefe Löhne, aufgrund der limitierten Verrechnungsmöglichkeiten.</i></p> <p><i>Die Entlohnung der Drogistinn/en ist unwürdig.</i></p> <p><i>Thema der Wertschöpfung die unbedingt verbessert werden muss!!! Sonst verlieren wir die flexiblen und guten Mitarbeiter.</i></p> <p><i>Forderung: Ausschuss bilden für Erarbeitung</i></p>				
<p>c) Ausbildungs- und Karriereplanung</p> <p>Die Stelle für die Laufbahnberatung befindet sich an der ESD.</p>	18	5	1	<p><i>Wie bekannt ist diese Stelle?</i></p> <p><i>??? Habe ich noch nie gehört</i></p> <p><i>Der ESD-ler sollte wenn möglich in der Branche oder noch besser in seinem eigenen Geschäft Fuss fassen können.</i></p> <p><i>Zielkonflikt: In Neuenburg werden nur Unternehmer ausgebildet für Drogerie, was jedoch die Industrie für Bedürfnis hat wird absolut nicht beachtet.</i></p>	3	12	8	-



Einschätzungen SDV zu den einzelnen Punkte der DrogoVision	Ich bin mit der Einschätzung des SDV einverstanden:				Ich schätze diese Punkte für die Zukunft wie folgt ein:			
9) Motivation	😊	😐	☹️	Bemerkung	sehr wichtig	wichtig	nicht so wichtig	unwichtig
<p>d) Besseres Image der Drogerien in der Öffentlichkeit Dafür wurden u.a. die aktuellen Image-Aktivitäten «Wehweh und Bobo» sowie «besser gesund» geschaffen.</p>	8	15	2	<p><i>siehe Punkt 4c</i></p> <p><i>Produkt von allen Aktivitäten</i></p> <p><i>Das Image der Drogerie wurde damit nicht verbessert.</i></p> <p><i>hätte es da nicht bessere Kampagnen gegeben oder wurde es falsch angegangen? ich bin nicht drogist, aber viel gutes habe ich nun wirklich nicht über wehweh und bobo gehört???</i></p> <p><i>aber anders...</i></p> <p><i>Wichtig – Weiterarbeiten</i></p>	7	12	2	-
<p>e) Paket für Drogerie-Nachfolge Jährlich findet seit 2007 an der ESD in Neuchâtel ein Kurs zur Nachfolgeregelung statt – für Drogerieverkäufer und -käufer. Konkrete Standortsicherung wird teilweise durch Gruppierungen und einzelne Investoren vorgenommen.</p>	18	6	-	<p><i>Damit nicht noch mehr Drogerie-Standorte wegbrechen und in Apotheken umgewandelt werden ist eine Zusammenarbeit mit Grossisten wie der Galexis über die Standortsicherung und Darlehensvergabe zwingend. Frei werdende Standort sollten sehr früh erfasst werden können.</i></p> <p><i>Sache der Unternehmen vor Ort</i></p>	10	11	3	-



Einschätzungen SDV zu den einzelnen Punkte der DrogoVision	Ich bin mit der Einschätzung des SDV einverstanden:			Ich schätze diese Punkte für die Zukunft wie folgt ein:				
9) Motivation	😊	😐	☹️	Bemerkung	sehr wichtig	wichtig	nicht so wichtig	unwichtig
				<p><i>Der Kurs an der ESD wendet sich leider an ein viel zu junges Zielpublikum</i></p> <p><i>Ist nicht unbedingt Sache vom Verband.</i></p> <p><i>finde ich gut wenns so wäre, nur in letzter Zeit leider meistens an Apotheken verkauft!</i></p> <p><i>Standortsicherung ist sehr wichtig - Support und Motivation bestehender Drogerien umzuziehen!</i></p>				



Allgemeine Bemerkungen:

QSS: die Unterlagen GMP kleine Mengen sollten Bestandteil des QSS werden. Ebenso die wichtigsten Unterlagen oder Links zum BAG bezüglich Nahrungsergänzungen und deren Auslobung.

Und wie lautet die DrogoVision 2020?

Als erstes einen herzlichen Dank an euch [...]. Ohne euren Einsatz wäre die DrogoVision an der Tagesfront wohl längst vergessen. Viele Ideen wurden von euch bearbeitet, Vieles ist konzeptionell verwirklicht worden, Manches wurde in der Umsetzung erprobt, Spielraum für Versuch und Irrtum genutzt. Die Vision selbst hat immer nur ein Ziel verfolgt: Die Marktattraktivität der Drogerie im Gesundheits- und Schönheitsmarkt zu steigern und die Berufs-Zukunft dadurch wieder vermehrt selbst bestimmen zu können. Der Erfolg einer Berufs-Vision hängt bekanntlich davon ab, wie viel des Gedankengutes sich letztlich mit den zur Verfügung stehenden Ressourcen im Markt umsetzen und festsetzen lassen. Mit Ausnahme der konzeptionellen Arbeiten sind die Umsetzungs-Ressourcen im Fall des SDV weitgehend fremdbestimmt. Ohne Kumulierung und Gleichrichtung dieser fremdbestimmten partikulären Ressourcen auf das gemeinsame Berufsziel der Marktattraktivität wird die Selbstbestimmung Wunschtraum bleiben. Die Frage ist, wer bestimmt sich fremd oder lässt sich fremd bestimmen und warum? Und ab wann werden wir gemeinsam selbst bestimmend? Kämpft weiter dafür, denn wir brauchen einander mehr denn je!

Grundsätzlich finde ich, ist sehr viel gegangen in den letzten Jahren. Wir sind nicht dort wo wir es mit der Prospektiv Gruppe vorgeschlagen haben aber es ist viel geschehen. Es wurde viel gemacht und daraus gelernt. Gewisses ist vermutlich sogar besser, dass wir noch bei einigen Wurzeln geblieben sind. Manchmal braucht es vermutlich Ausdauer und darf nicht zu viel gewechselt werden. Die Richtung stimmt. Potential gibt es weiter. die Kunst wird sein die Träge Masse von 600 Drogerien in dieselbe Richtung zu bringen, gute Beispiele zu zeigen (grosse und kleine) und so zu Motivieren aktiv zu bleiben. Ich denke weiter so. Ziele fürs 2020 zu definieren und dran bleiben...

Gratulation zu allem was ihr geschafft habt und aufgegleist habt.



Ich fand und finde die Drogovision 2010 super. Wir Drogisten wären nicht da wo wir heute sind. Die Prospektivzeit war für mich sehr lehrreich! Mein Drogeriealltag kann Heute noch von diesen guten Ideen profitieren.

Die Drogerie und der Verband wären Heute nicht da wo wir sind! Die Drogovision gab eine Zielrichtung vor. Wir haben Selbstvertrauen entwickelt! Ich denke ohne Zielrichtung hätte man sich auch politisch nie so klar ausrichten können.

Vielleicht wollte man oft zuviel miteinander, darunter leidet ab und zu die Qualität.

Man sollte vielleicht einzelne Projekte tiefer ausarbeiten. Die Schweiz nimmts leichter hätte diese Voraussetzungen erfüllt, leider waren die Anfangsfehler zu Schwerwiegend!

Mit der Vision wurde das Kind gezeugt, wir haben es zur Welt gebracht und genährt. Inzwischen sind wir in der Pupertät! Die kann sehr anstrengend, aber auch sehr interessant sein. Behalten wir die Nerven und wir erfreuen uns noch lange an diesem Kind! Martin und seinem Team recht herzlichen Dank für den unermüdlichen Einsatz!

Die Fragen waren nicht immer eindeutig - daher sind Fehler möglich in der Beantwortung

SDV macht wertvolle Arbeit! Vielen Dank!

PS: Die Informatik-Kosten nehmen immer mehr zu - inklusive Datenstämme. Hier wären durch Verhandlungen eventuell Einsparungen möglich.

Viel Spass beim Auswerten

Dieser aufwändige Test fällt in die arbeitsreichste Jahreszeit.

In Schönheit gestorben nützt Niemandem! Es sollte kundenorientierter (Endverbraucher) gearbeitet werden. Dieser Test ist ein weiteres gutes Beispiel wie mit grossem Aufwand etwas sehr Praktisches und Schönes erstellt und bearbeitet wird. Viel viel Zeit wird mit der Erstellung, mit der Ausfüllung, mit der Auswertung und ev. aber nur ev. mit der Umsetzung des Testes verbracht. Selbstbeschäftigung nennt sich das. Dabei haben wir im Rahmen der Gruppierungsgespräche bereits die meisten Fragen mündlich und schriftlich schon mehrmals beantwortet. Und immer noch hat aber kein einzelner Drogist auch nur ein Traubenzucker mehr verkauft...