



Generalversammlung des Schweizerischen Drogistenverbandes vom 14. November 2014

- Tagungsort:** Stade de Suisse in Bern, Champions Lounge
- Sitzungsdauer:** 10.30 Uhr bis 17.45 Uhr
- Sitzungsleitung:** Martin Bangerter
- Protokoll:** Elisabeth Huber
- Übersetzung simultan:** Frau Susanne Bollinger und Frau Christel Goumaz
- Übersetzung Unterlagen:** Frau Claudia Spätig, Frau Marie-Noëlle Hofmann, Daphné Grekos
- Übersetzung Protokoll:** Frau Claudia Spätig und Frau Marie-Noëlle Hofmann
- Technik:** Herr Serrafin Schmutz, Stade de Suisse und Herr Markus Horlacher, InformTeam
- Einberufung:** Der Termin der Generalversammlung wurde erstmals im d-inside Nr. 12/2013 kommuniziert. Mit Schreiben vom 12. September 2014 wurde über die bevorstehenden Statutenänderungen fristgerecht informiert. Mit Versand des Einladungsschreibens und den Traktanden per 14. Oktober 2014 und dem gleichzeitigen Bereitstellen der Unterlagen zum Download auf www.drogistenverband.ch wurde die Versammlung den Statuten entsprechend und rechtzeitig einberufen.
- Unterlagen:** Mit dem Versand des Einladungsschreibens und dem gleichzeitigen Bereitstellen der Unterlagen zum Download auf www.drogistenverband.ch per 14. Oktober 2014 wurden alle entscheidungsrelevanten Unterlagen zur Verfügung gestellt.
- Protokoll:** Zum Protokoll der letzten GV vom 14. November 2010 sind innert vier Wochen nach der Veröffentlichung des Protokolls keine schriftlichen und begründeten Einsprachen eingegangen. Das Protokoll gilt somit – gemäss den Statuten Artikel 22 Absatz 2 – als genehmigt.
- Zentralvorstand:**
- Martin Bangerter, Zentralpräsident (MB)
 - Bernhard Kunz, Vizepräsident, Aus-, Fort- und Weiterbildung (BK)
 - Raphael Wyss, Vizepräsident, Kommunikation, Medien und Verkauf (RW)
 - Isabella Mosca, Politik und Branche (IM)
 - Jürg Rolli, Ressourcen und Services (JR)



- Geschäftsleitung:**
- Martin Bangerter, Vorsitz, Aus-, Fort- und Weiterbildung, Ressourcen (MB)
 - Heinrich Gasser, Medien und Kommunikation (HRG)
 - Elisabeth Huber, Politik und Branche (EH)

Stimmberechtigte:

| | | |
|------------------------------------|-----|---------------------------|
| Anzahl anwesende Stimmberechtigte | 206 | |
| absolutes Mehr (50% + 1 Stimme) | 104 | |
| Qualifiziertes Mehr (2/3 Mehrheit) | 138 | (für zusätzliche Anträge) |
| ¼ der Anwesenden | 52 | (geheime Wahl verlangen) |

Vorbemerkung:

Es wurde ein Beschlussprotokoll erstellt. Voten einzelner Teilnehmer/-innen wurden zusammengefasst. Die im Anhang I publizierten Folien sind integrierter Bestandteil des Protokolls und dienen zur Erläuterung der einzelnen Protokollpunkte (siehe auch Verweise auf die jeweiligen Folien im Text).

1 Begrüssung und Eröffnung

Martin Bangerter begrüsst die ehemaligen Zentralpräsidenten und oder Ehrenmitglieder Daniel Fontolliet, Erich Müller und Maja Fabich-Stutz sowie den Direktor des Schweizerischen Gewerbeverbandes Hans-Ulrich Bigler namentlich und alle weiteren nicht minder wichtigen SDV-Mitglieder und Gäste in globo. Er eröffnet die ordentliche Generalversammlung 2014 mit dem Zitat von Curt Goetz (Schauspieler und Schriftsteller) «*Man soll die Dinge so nehmen wie sie kommen. Aber man sollte auch dafür sorgen, dass die Dinge so kommen wie man sie nehmen möchte.*» Dieses Zitat passe gut zu den Traktanden dieser GV, welche eine Ausstrahlung auf die gesamte Branche hätten und den zukünftigen Weg und die Positionierung der Drogeriebranche mitbeeinflussen würden.

1.1 Genehmigung der Traktandenliste

Es gibt keine Wortmeldungen. Die Traktandenliste wird einstimmig gutgeheissen.

1.2 Wahl der Stimmenzähler

Martin Bangerter schlägt folgende Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des SDV als Stimmenzähler vor:

| | |
|--------------------|------------------|
| Dominique Allemand | Vanessa Naef |
| Nadine Leuenberger | Prisca Rothen |
| Claudia Luginbühl | Mireille Schmutz |
| Claudia Meier | André Schnider |
| Odetta Montandon | |

Es gibt keine Gegenvorschläge oder Wortmeldungen. Die Vorschläge werden einstimmig angenommen.



2 Gastredner: Hans-Ulrich Bigler

Direktor Schweizerischer Gewerbeverband

Hans-Ulrich Bigler überbringt dem Drogistenverband und allen anwesenden Gästen die besten Wünsche des Schweizerischen Gewerbeverbandes. Er betont, dass er die Drogeriebranche als starke Branche, mit dem Drogistenstern als bekannte Marke wahrnehme. In seinem Wohnort beispielsweise gehöre der Drogistenstern zum allgemeinen Dorf-Bild. Der Drogistenstern sei für ihn Ausdruck dafür, dass er im Laden willkommen sei und freundlich empfangen werde, Fachkompetenz antreffe und eine gute, umfassende Beratung erhalte. Für diesen Auftritt gratuliere er den Drogerien ganz herzlich. Diesen Branchenzusammenhalt und Auftritt würde der Gewerbeverband auch in der Zusammenarbeit mit dem Präsidenten, dem Zentralvorstand und der Geschäftsstelle des SDV wahrnehmen.

Der Gewerbeverband verfolge zusammen mit seinen Mitgliedern eine Politik, welche den KMU vor Ort einen möglichst grossen Freiraum in ihrem unternehmerischen Wirken ermöglichen soll, ohne Einschränkungen durch lästige Rahmenbedingungen. Im weiteren geht Hans-Ulrich Bigler aus aktuellem Anlass auf drei nationale Abstimmungen «Ecopop-Initiative», «Pauschalbesteuerung» und «Gold-Initiative» ein. Zudem bittet er die Anwesenden den Gewerbeverband bei der Unterschriftensammlung zum Referendum gegen die Billag-Mediensteuer zu unterstützen. Der Kampf gegen immer neue Steuern, Gebühren und Abgaben sei ein Kernanliegen des Gewerbeverbandes.

3 «Weitsichtige Reformen für mehr Mitsprache»

Martin Bangerter führt aus, dass der ZV vor rund drei Jahren festgestellt habe, dass die Statuten des SDV die Drogeriebranche nicht mehr in allen Bereichen korrekt abbilde. Die jetzigen Statuten aus dem Jahr 1998 hätten sich gut bewährt. Mittlerweile habe sich aber Umfeld und Branche so stark entwickelt, dass die Statuten den aktuellen Begebenheiten nicht mehr ganz entsprechen würden und deshalb schlage der ZV den SDV-Mitgliedern an der heutigen GV umfangreiche Statutenänderungen vor. Der ZV habe sich bei der Erarbeitung der Vorschläge bemüht, eine langfristige Perspektive im Blick zu behalten und mögliche Entwicklungen der Zukunft zu antizipieren. Daneben seien die Änderungen vor der definitiven Ausarbeitung mit vielen Exponenten aus der Branche diskutiert worden. Nun sei der ZV überzeugt, den SDV-Mitgliedern zukunftsgerichtete Statutenänderungen vorschlagen zu können.

Für die nachfolgende Vorstellung und Diskussion der Statutenänderungen gelte das mit den Unterlagen zur Verfügung gestellte Dokument «Anpassungsanträge und Vergleich mit den aktuellen Statuten - Anhang A» zu den «Erläuterungen zu den beantragten Statutenanpassungen» als Basis und integrierter Bestandteil des Protokolls. *(Die beiden Dokumente stehen als Anhang II und III des Protokolls zum Download zur Verfügung).* Die verwendete Präsentation soll zusätzlich einzelne Punkte verdeutlichen.

Martin Bangerter stellt im Kapitel «Mitglieder» die einzelnen vorgeschlagenen Statutenanpassungen zu den neuen Mitglieder-kategorien «Personen- und Firmenmitglieder» sowie die Anpassungen bezüglich des Aufnahmeverfahrens vor. *(Details siehe Präsentation GV Teil 1 im Anhang I).*



Patrick Seiz fragt hierzu nach, ob es richtig sei, dass zukünftig jede Drogerie zwei Stimmen erhalte.

MB: Er bestätigt, dass jedes Firmenmitglied grundsätzlich zwei Stimmen habe. Wenn ein Eigentümer eine/n Geschäftsführer/in angestellt habe, entscheide der Eigentümer ob er eine Stimme für sich selber beanspruchen wolle oder ob beide Stimmen durch den/die Geschäftsführer/in vertreten werden soll.

Thomas Roth erläutert, dass er es schade fände, wenn diese gute Vorlage aufgrund des Passus zu HMG 30 und der sich daraus ergebenden Möglichkeit, dass eine Apotheke beim SDV Mitglied werden könne – ohne einen Drogisten HF angestellt zu haben – abgelehnt würde. Damit eine Apotheke-Drogerie erfolgreich am Markt tätig sein könne, erachte er es als zwingend, dass ein/e Drogist/in HF im Team mitarbeite. Das Argument, es sei schwierig zu kontrollieren, ob in einer Apotheke-Drogerie tatsächlich noch ein/e Drogist/in HF angestellt sei, überzeuge ihn nicht. Eine solche Nachfrage könne seiner Meinung nach über die Sektionen relativ einfach organisiert werden.

Sandro Rusconi erkundigt sich, ob es in der Vergangenheit einen Fall gegeben habe, bei dem der SDV eine Drogerie aufnehmen wollte, die Sektion jedoch nicht. Denn man müsse seiner Meinung nach nicht Dinge regeln, die es gar noch nie gegeben habe.

MB: Er bestätigt, dass es bereits einen solchen Fall gegeben habe. Dabei hätte es sich um einen Sanovit-Betrieb gehandelt und der SDV sei damals fest davon überzeugt gewesen, dass diese Drogerie hätte aufgenommen werden sollen. Insbesondere da alle anderen Sanovit-Drogerien aufgenommen worden seien. Auch im ZV hätten sie diskutiert ob es gerechtfertigt sei aufgrund eines Einzelfalles eine solche neue Regelung zu definieren. Sie seien dabei zur Meinung gelangt, dass sich die Strukturen mit Blick in die Zukunft möglicherweise immer überregionaler oder nationaler gestalten würden und ein ähnlicher Fall durchaus realistisch sein könne.

Zur Bemerkung von Thomas Roth: auch er sei überzeugt, dass eine Apotheke-Drogerie nur von einer Kombination zwischen Apotheker/in und Drogist/in HF profitieren könne. Der SDV würde wohl tatsächlich über die Sektionen relativ schnell erfahren, wenn der/die Drogist/in HF nicht mehr bei der entsprechenden Apotheke-Drogerie arbeiten würden. Das eigentliche Problem würde aber danach entstehen. Diese Regelung würde nämlich bedeuten, dass der SDV diese Geschäfte aus dem Verband ausschliessen müsste. Aktuell hätte dies zur Folge, dass rund 40 SDV-Mitglieder ausgeschlossen werden müssten. Zudem basiere die Regelung mit dem HF-Drogisten auf einer internen Richtlinie, die nirgends festgeschrieben sei. Auf Basis einer solchen Richtlinie zu arbeiten, sei relativ schwierig und deshalb schlage der ZV mit dem Verweis auf HMG Artikel 30 eine eindeutige Regelung vor. Er sei fest davon überzeugt, dass eine Apotheke-Drogerie oder eine Apotheke den Entschluss zur Mitgliedschaft im SDV sehr bewusst treffe und damit auch die Interessen und die Politik des Verbandes unterstütze. MB ergänzt weiter, dass mit dem Verweis auf HMG Artikel 30 auch ein Arzt mit einer Praxisapotheke oder ein Naturheilpraktiker mit einer kantonalen Bewilligung zur Arzneimittelabgabe grundsätzlich Mitglied werde könnte.



Emanuel Roggen stellt zur Diskussion ob nicht der Absatz 6 in Artikel 6 unnötig sei. Aus seiner Sicht müsse die DV entscheiden, ob der Antragsteller in den Verband aufgenommen werden soll oder nicht. Eine provisorische Aufnahme vor dem Entscheid der DV sei unnötig und führe möglicherweise nur zu Komplikationen, falls an der DV ein negativer Entscheid getroffen werde.

MB: Er erläutert, dass der ZV der Meinung sei, das neue Mitglied müsse die Möglichkeit haben, vor dem definitiven Entscheid zur Mitgliedschaft Leistungen gegen Entrichtung beim SDV zu beziehen. Dem neuen Mitglied müsse natürlich bewusst sein, dass es sämtliches Risiko übernehme, sollte ein negativer Entscheid zur Mitgliedschaft getroffen werden.

Katja Moser-Weber erkundigt sich, ob es korrekt sei, dass ein/e Geschäftsführer/in neben den zwei Stimmen für die Drogerie auch als Person Mitglied werden könne und somit drei Stimmen hätte. Gleichzeitig will sie wissen, wie die Kontrolle statfinde, dass die Stimme der Personenmitgliedschaft nicht für Abstimmungen mit sozialpartnerschaftlichem oder arbeitsrechtlichem Inhalt zähle.

MB: Er bestätigt, dass die Stimmen zusammen gezählt würden. Mit Hilfe von technischen Mitteln sei es möglich, dass die Stimmen verschieden registriert würden und so könne bestimmt werden, dass die Stimmen der Personenmitglieder bei solchen Abstimmungen nicht zählen würden.

Emanuel Roggen erkundigt sich, ob es korrekt sei, dass es zukünftig möglich sei, als Person privat beim SDV Mitglied zu sein, gleichzeitig aber mit den eigenen Drogerien, respektive die Drogerie in der man als Geschäftsführer/in tätig sei, nicht Mitglied des Verbandes sei. Er erachte dies als problematisch. Seiner Meinung nach sei heute der finanzielle Aspekt wichtiger als der Aspekt der Solidarität und des Gemeinschaftssinns im Bezug auf den Entscheid einer Mitgliedschaft beim Verband.

MB: Er bestätigt, dass diese Situation möglich wäre. Als richtig problematisch erachte er diese Situation aber aus zwei Gründen nicht. Erstens glaube er nicht, dass es viele solche Fälle gebe und zweitens sei es so, dass gemäss seinen Erfahrungen der Hauptaustrittsgrund darin liege, dass das Mitglied mit der Arbeit des SDV nicht mehr einverstanden sei. Daher würde diese Person konsequenterweise wohl auch die Personenmitgliedschaft auflösen wollen.

Marlen Aeschlimann erkundigt sich, ob es ein Stimmen-Maximum gebe.

MB: Er hält fest, dass sich das Stimmen-Maximum aus den jeweiligen Verhältnissen ergebe. Bei der Firmenmitgliedschaft korrespondiere die Anzahl Stimmen mit der Anzahl Beteiligungen und bei der Personenmitgliedschaft gebe es einfach eine Stimme.

Es gibt keine weiteren Wortmeldungen oder Fragen. Für die Annahme der Statutenänderungen ist zwingend eine Zweidrittels-Mehrheit notwendig (gemäss Statuten Art. 44 Abs. 2). Aktuell sind 206 Stimmen anwesend. Die Generalversammlung nimmt die Statutenänderungen zum Kapitel «Mitglieder» mit 194 Ja-Stimmen zu 9 Nein-Stimmen bei 1 Enthaltung und 2 ungültigen Stimmen an.

Martin Bangerter stellt im Kapitel «Struktur» insbesondere die vorgeschlagenen Anpassungen der Verbandsorgane vor. (Details siehe Präsentation GV Teil 2 Seite 1-14 im Anhang I).



Sandro Rusconi erkundigt sich zum einen ob es das Gefäss «Branchenkonferenz» bisher bereits gegeben habe oder ob man dies neu erschaffen wolle. Zum andern möchte er wissen, ob mit den vorgeschlagenen Regelungen nun eine Firma mit einem zentralen Management und entsprechend angeschlossenen Filialen (z.B. Coop mit seinen Vitality Apotheken) als Gruppierung auftreten könne.

MB: Er hält fest, dass die Branchenkonferenz der jetzigen Präsidentenkonferenz entsprechen würde, einfach erweitert mit den Vertretern der Gruppierungen. Die zweite Frage sei mit ja zu beantworten, jedoch müssten vorher achtzig Prozent der Vitality Apotheken beim SDV Mitglied werden, ansonsten könne nicht von einer «Gruppierung» gesprochen werden. Der ZV habe diese Situation diskutiert, erachte es aber in absehbarer Zeit wenig wahrscheinlich, dass dieses «Problem» eintreffen werde.

Peter Dobler erkundigt sich, ob er es somit richtig verstehe, dass die Müller Drogerien gar nie als Gruppierung im Sinne der Statuten des SDV auftreten könne, da sie immer einzelne Drogerien hätten, welche keine Detailhandelsbewilligung zur Abgabe von Arzneimittel hätten.

MB: Er erläutert, dass zum jetzigen Zeitpunkt dies tatsächlich nicht möglich sei, da die einzelnen Müller Drogerien gar nicht Mitglied beim SDV seien. Es müsste also zuerst mindestens 20 Müller Drogerien SDV-Mitglied werden und insgesamt müssten sich dann 80% aller Müller Drogerien dem Verband anschliessen, damit die Müller Drogerien zu den sogenannten Gruppierungen gezählt werden könnten.

Henri Golaz will wissen weshalb im Artikel 17 «Struktur» die Gruppierungen nicht genannt seien. Es seien nur die Sektionen sowie die Firmen-, Personen-, Ehren- und Passivmitglieder aufgeführt. Zudem will er wissen, ob dann die Gruppierungen die gleichen Rechte hätten wie die Sektionen.

MB: Er hält fest, dass dies bewusst so vorgeschlagen werde, da in diesem Artikel die einzelnen Mitgliederkategorien genannt würden und es explizit nicht Ziel sei, dass die Gruppierung selber Mitglied des SDV werde. Die Gruppierungen sollen sich im Rahmen der Branchenkonferenz strukturiert einbringen können. In gewissen Bereichen hätten die Gruppierungen ähnliche Rechte wie die Sektionen. Jedoch beispielsweise bezogen auf die Delegiertenversammlung dürften nur die Sektionen Delegierte bestimmen und die Gruppierungen hätten hierzu keine Rechte. Auch deshalb seien die Gruppierungen im Artikel 17 nicht erwähnt.

Es gibt keine weiteren Wortmeldungen oder Fragen. Für die Annahme der Statutenänderungen ist zwingend eine Zweidrittels-Mehrheit notwendig (gemäss Statuten Art. 44 Abs. 2). Aktuell sind 206 Stimmen anwesend. Die Generalversammlung nimmt die Statutenänderungen zum Kapitel «Struktur» mit 192 Ja-Stimmen zu 13 Nein-Stimmen bei 1 Enthaltung an.

Martin Bangerter stellt im Kapitel «Organisation» die weiteren Anpassungsvorschläge der Statuten vor. (Details siehe Präsentation GV Teil 2 Seite 15 - 41 im Anhang I).



Es gibt keine weiteren Wortmeldungen oder Fragen. Für die Annahme der Statutenänderungen ist zwingend eine Zweidrittels-Mehrheit notwendig (gemäss Statuten Art. 44 Abs. 2). Aktuell sind 206 Stimmen anwesend. Die Generalversammlung nimmt den die Statutenänderungen zum Kapitel «Organisation» mit 203 Ja-Stimmen zu 3 Nein-Stimmen an.

Martin Bangerter stellt im Kapitel «Allgemeine Bestimmungen» und «Übergangs- und Schlussbestimmungen» die abschliessenden Anpassungsvorschläge der Statuten vor. *(Details siehe Präsentation GV Teil 2 Seite 42 – 44 im Anhang I).*

Es gibt keine weiteren Wortmeldungen oder Fragen. Für die Annahme der Statutenänderungen ist zwingend eine Zweidrittels-Mehrheit notwendig (gemäss Statuten Art. 44 Abs. 2). Aktuell sind 205 Stimmen anwesend. Die Generalversammlung nimmt den die Statutenänderungen zum Kapitel «Allgemeine Bestimmungen» und «Übergangs- und Schlussbestimmungen» einstimmig mit 205 Ja-Stimmen an.

Mit der Annahme aller vorgeschlagenen Statutenänderungen steht fest, dass die aktualisierten Statuten des SDV per 1. Juli 2015 in Kraft treten.

4 «On the air. Bleiben die Drogerien auf Sendung?»

Heinrich Gasser erläutert, dass sich der SDV an der GV 2010 mit *Radio SDV* ehrgeizige Ziele gesetzt hätte: Das Image der Drogerien solle mit inhaltlichen Radiosendungen geprägt werden, um die Drogerien bei der breiten Bevölkerung positionieren zu können. Aus Sicht des SDV sei dies mit einer respektablen Abdeckungen durch insgesamt 14 Lokalradiostationen, sowie einer Verbreitung via *vitagate.ch*, «facebook» sowie Podcast auf «iTunes» relativ gut gelungen. Bis zum Ende des dritten Sendezyklus Ende April 2015 werden 132 Sendungen produziert sein. Dies bedeute, dass *Radio SDV* insgesamt über vier Stunden auf Sendung gewesen sein werde und in dieser Zeit über 42 Millionen Hörerinnen und Hörer erreicht habe. Die Lokalradiostationen hätten die Radiosendungen aufgrund der guten, professionellen Qualität und breiten Themenauswahl sehr geschätzt. Im Weiteren geht HRG auf die wichtigsten Resultate der Mitgliederbefragung ein. Im Zentrum stehe dabei die Einschätzungen der Mitglieder zu den Radiostationen und zum Co-Sponsoring sowie die Frage nach der Weiterführung der Sendungen ab Frühling 2015. Zudem erläutert HRG, der ZV und die GL habe nochmals die Möglichkeiten einer Imagekampagne auf Privatfernsehsendern evaluiert. Aufgrund des geringen Abdeckungspotentials und den hohen politischen Risiken bezüglich der Co-Sponsoring-Situation komme diese Variante jedoch nicht in Frage. Zusammenfassend hält HRG fest, dass der ZV den Mitgliedern beantrage, die bestehende Radio-Imagekampagne für weitere drei Jahre weiter zu führen, sofern die Finanzierung gesichert sei. *(Details siehe Präsentation GV Teil 3 Seite 1 – 28 im Anhang I).*



Patrick Seiz will wissen, ob es richtig sei, dass bis im Mai «KPT» als Sponsor noch ihren Anteil zahle und wenn bis zu diesem Zeitpunkt kein anderer Sponsor gefunden werde, die gesamten Kosten bis Ende Jahr durch die SDV-Mitglieder beglichen werden müssten.

MB: Er erläutert, dass bei einer Zustimmung zum Antrag des ZV sich der SDV maximal bis Ende 2015 Zeit geben wolle, um einen neuen Sponsor zu suchen. Ziel sei aber natürlich, dass bis nächsten Frühling ein neuer Sponsor gefunden werde, damit die Radiosendungen nahtlos weiter laufen würden. Grundsätzlich könnten die Radiosendungen nur durchgeführt werden, wenn sowohl die entsprechenden Beiträge der Mitglieder als auch das Geld der Sponsoren vorhanden sei. Sollte bis Ende 2015 kein Sponsor gefunden werden, würde der SDV Mitgliederbeitrag 2016 um die mit dem Beitrag 2015 erhobenen Beiträge für die Radiosendungen gekürzt und entsprechend tiefer ausfallen.

Marianne Wenger erkundigt sich, ob «KPT» als Sponsor für den Sendezyklus 2015 nicht mehr zur Verfügung stehe.

MB: Er bestätigt, dass die «KPT» für den neuen Sendezyklus nicht mehr zur Verfügung stehe, da sie ihr Kommunikationsbudget zukünftig anderweitig einsetzen wollen.

Ronny Weber erkundigt sich, wie oft die heutigen Radiosendungen auf den einzelnen Sendern überhaupt gesendet worden seien. Denn nur wenn die Sendungen auch regelmässig während einer gewissen Zeit ausgestrahlt würden, könne auch eine Nachhaltigkeit erreicht werden.

HRG: Er führt aus, dass im heutigen Modell die Lokalradiostationen die Gesundheitssendungen jeweils wöchentlich zur gleichen Sendezeit ausgestrahlt hätten. Die Gesundheitssendung würde zwei Minuten dauern – deshalb auch der Slogan «Zwei Minuten für Ihre Gesundheit» - und der SDV werde jeweils vor und nach der Sendung als sogenannter «presenting-Sponsor» genannt. Zusätzlich würden die Gesundheitssendungen von den Lokalradiostationen jeweils eine Woche vor dem Sende-termin «geteasert» also angekündigt, auch dabei mit dem Hinweis auf den SDV. Insgesamt würden diese Sendungen während 45 Wochen pro Jahr auf allen 14 Lokalradiostationen ausgestrahlt. Aufgrund dieser Regelmässigkeit und der redaktionellen Aufbereitung der drogistischen Themen sei der SDV überzeugt, dass diese Sendungen eine gewisse Nachhaltigkeit aufweisen würden. Zudem würden pro Sendung auch Originaltöne von Drogisten aus der jeweiligen Senderegion einfließen.

MB: Er ergänzt, dass die Abklärungen zu anderen Formen von Imagewerbung im Vorfeld dieser GV explizit auch ergeben habe, dass mit keinem anderen Medium die Drogistinnen und Drogisten in ihren Regionen so einfach und effektiv miteinbezogen werden können. Die interviewten Drogistinnen und Drogisten könnten mit Ausnahme des Themas sehr viel Einfluss auf den Inhalt des Beitrages nehmen und wie in einem «normalen» Beratungsgespräch ihre Empfehlungen abgeben und ihr Fachwissen kund tun.

IM: Sie führt weiter aus, dass ihrer Meinung nach das Preis-Leistungs-Verhältnis solcher Radiosendungen im Vergleich zu einem Inserat, welches sie beispielsweise für ihre Drogerie in einem Lokalblatt veröffentlichen, sehr gut sei. Ein solches Inserat koste ohne weiteres auch 900 CHF und erscheine nur ein einziges Mal oder bei einem kleineren Format vielleicht viermal im Jahr. Mit «Radio SDV» hingegen hätten die Drogerien wöchentlich eine Imagewerbung.



Angela Krämer führt aus, dass es sie in den vergangenen drei Jahren stark gestört hätte, dass der «wellbeing-Tipp» wie er auf Radio Energy heisse, zu 50% von vitagate.ch präsentiert worden sei. Sie sei der Meinung, dass sollten die Radiosendungen weitergeführt werden, diese einzig vom Schweizerischen Drogistenverband präsentiert werden müssten. Dies müsse sowohl für die eigentliche Sendung als auch für die Ankündigungen auf die nächste Sendung gelten. Die Hörerinnen und Hörer würden beim Begriff «vitagate.ch» einfach keine Verbindung zu den Drogerien herstellen.

HRG: Er erläutert, dass der Grund dieser Aufteilung zwischen der Nennung des SDV und *vitagate.ch* in der Tatsache liege, dass die Gesundheitsplattform *vitagate.ch* auch den SDV-Mitgliedern gehöre. Er werde später die Userzahlen zu *vitagate.ch* präsentieren und möglicherweise hätten die sehr positiven Entwicklungen dieser Zahlen auch mit der Nennung von *vitagate.ch* vor und nach diesen Radiosendungen zu tun. Er nehme aber diesen Einwand gerne auf und falls die Radiosendungen weitergeführt werden, könne man sich durchaus überlegen, ob zukünftig nur noch der SDV als «presenting-Sponsor» genannt werden soll.

Daniel Hildebrand erläutert, dass es seiner Meinung nach nun Zeit sei, sich Gedanken über den Inhalt dieser Sendungen zu machen. Er fände es wenig kreativ, einfach weil alles so gut laufe, dass selbe Programm auch so weiter zu führen. Nun sei doch die Gelegenheit da, eine gewisse Dynamik in diese Spots zu bringen. Dies fehle ihm aktuell ein wenig.

*Peter Eberhart führt aus, dass er das Votum betreffend *vitagate.ch* unterstütze. Er sei bereit, wenn HRG den Mitgliedern nun zusagen würde, dass zukünftig auf die Nennung von *vitagate.ch* als «presenting-Sponsor» verzichtet werde und nur die Drogisten als primärer Partner erwähnt würde, das Geld für diese Radiosendungen zu sprechen.*

HRG: Er hält fest, dass er – sollten die SDV-Mitglieder der Weiterführung der Radiosendungen zustimmen – bereit wäre, nur noch den SDV zu nennen.

*Ronny Weber führt aus, dass er noch nie eine Sendung gehört habe und deshalb auch nicht gewusst hätte, dass *vitagate.ch* dabei genannt werde. Mit dem jetzigen Wissenstand erachte er es aber als zwingend, zu wissen ob *vitagate.ch* nun weiterhin auch als «presenting-Sponsor» genannt werde oder nicht.*

Norman Marthaler erläutert, HRG habe erwähnt, dass das BAKOM relativ strenge Bedingungen vorgebe, was im Zusammenhang mit solchen Radiosendungen genannt werden dürfe und was nicht. Daher stelle sich für ihn die Frage, ob es überhaupt möglich sei, den «Schweizerischen Drogistenverband» zu nennen.

HRG: Er führt aus, das Radio- und Fernsehgesetz schreibe vor, dass beispielsweise nicht möglich sei, dass die Garage Küng als Sponsor einer Sendung auftreten dürfe und gleichzeitig in der eigentlichen Sendung d.h. im redaktionellen Beitrag mit ihren Leistungen namentlich erwähnt würden. Deshalb habe man sich im Fall der Radiosendung des SDV mit dem BAKOM geeinigt, dass die Sendung vom Schweizerischen Drogistenverband präsentiert werde (in Abwechslung mit *vitagate.ch* und «KPT») und nicht von den Drogerien. Diese Variante habe nun immer funktioniert und zu keinen Beanstandungen geführt, was insbesondere die Lokalradiostationen natürlich sehr schätzen würden, da sie sich vor solchen Beanstandungen fürchteten.



Peter Dobler erkundigt sich, ob dann im redaktionellen Beitrag erwähnt werden dürfe das weitere Informationen auf vitagate.ch zu finden seien.

HRG: Er bestätigt, dass dies bereits heute häufig so gemacht werde – im Sinne «... mehr zu diesem Thema erfahren sie auf der Gesundheitsplattform *vitagate.ch*». Diese Formulierung sei nie beanstandet worden. Grundsätzlich sei natürlich die grosse Anzahl an Hörerinnen und Hörer auch für die Bekanntmachung von *vitagate.ch* eine grosse Chance.

MB: Er fragt ob jemand den Antrag stellen will, dass *vitagate.ch* nicht mehr als «presenting-Sponsor» genannt werden dürfe oder ob man dies im Rahmen einer konsultativen Abstimmung in Erfahrung bringen könne. Da sich niemand für den Antrag meldet, lässt er konsultativ per Hand über diesen Diskussionspunkt abstimmen. Das Resultat kann allerdings ohne die Stimmen auszuzählen nicht eindeutig festgestellt werden, da die Ja- und Nein-Stimmen fast ausgewogen sind.

Peter Eberhart stellt deshalb den Antrag, dass die GV darüber abstimmen müsse, ob bei einer Zustimmung zu einer Weiterführung der Radiosendungen auf die Nennung von vitagate.ch als «presenting-Sponsor» verzichtet werden müsse.

Peter Geiselhardt erkundigt sich, ob man dann nicht die Formulierung «... von vitagate.ch, der Gesundheitsplattform ihrer Schweizer Drogerien» verwenden dürfe. Denn grundsätzlich müsse es ja schon auch das Ziel der SDV-Mitglieder sein, diese Gesundheitsplattform zu fördern.

HRG: Er erläutert, dass dies ein guter Vorschlag sei. Dieser müsste aber trotzdem noch mit dem BAKOM und den einzelnen Stationen besprochen werden.

Hanspeter Michel erkundigt sich weiter, ob nicht anstelle von «Schweizerischer Drogistenverband» die Formulierung «Schweizer Drogerien» gewählt werden könne. Diese Formulierung sei seiner Meinung nach den Hörerinnen und Hörer geläufiger.

HRG: Er könne dies nicht eindeutig mit ja oder nein beantworten. Auch hierzu sei eine Einschätzung des BAKOM notwendig.

RW: Er erläutert, dass für ihn die Diskussionen nun allzu fest den operativen Bereich betreffen würden und es aus seiner Sicht reichen würde, wenn der ZV und die GL den Auftrag erhalten würde, diese Formulierungen zu überdenken. Wenn nun festgelegt werde, dass *vitagate.ch* nicht mehr genannt werden dürfe, sei dies zwingend für die nächsten drei Jahre so. Zusammenfassend ausgedrückt würde er eine offene Formulierung zum weiteren Vorgehen bevorzugen.

MB: Er erläutert, dass für ihn, in seiner Rolle als Verwaltungsratspräsident der *vitagate AG*, die konsultative Abstimmung nicht eindeutig ausgefallen sei und er wolle über den Antrag von Peter Eberhart abstimmen.

Aktuell sind 211 Stimmen anwesend. Das absolute Mehr liegt bei 106 Stimmen. Die Generalversammlung nimmt den Antrag von Peter Eberhart mit 126 Ja-Stimmen zu 54 Nein bei 30 Enthaltungen und 1 ungültigen Stimme an.



Manfred Meier erkundigt sich nach der Situation der Drogerien welche nicht in einem Sendegebiet seien. Diese könnten eigentlich nichts dazu sagen. Er selber habe sowieso eine spezielle Situation, weil ein Geschäft den Beitrag bezahlen müsse und das andere nicht. Wie solle er, für etwas was ihn nichts angehe und er auch nichts bezahle, entscheiden ob ein anderer Drogist bezahlen muss oder nicht.

MB: Er hält fest, dass hierzu die SDV-Mitglieder als Gesamtbranche abstimmen müssten. Dies sei bereits vor vier Jahren an der GV 2010 so gewesen. Dabei habe man auch beschlossen, dass die Drogerien welche gemäss BAKOM im Einzugsgebiet einer Lokalradiostation seien, den Beitrag bezahlen müssten. Die anderen Drogerien können den Beitrag bezahlen, wenn sie möchten. Es gebe einzelne Drogerien die dies so machen würden.

Es gibt keine weiteren Fragen oder Bemerkungen mehr. Aktuell sind 210 Stimmen anwesend. Das absolute Mehr liegt bei 106 Stimmen. Die Generalversammlung lehnt den Antrag des ZV die Radiosendungen – sofern das Sponsoring gesichert ist – für weitere drei Sendezyklen à 12 Monaten ab Mai 2015 und unter der Berücksichtigung des angenommenen Antrages von Peter Eberhart mit 102 Ja-Stimmen zu 91 Nein bei 12 Enthaltungen und 5 ungültigen Stimme ab. Dies weil das absolute Mehr von 106 Stimmen nicht erreicht worden ist.

5 «Was wollen sich die Mitglieder zukünftig leisten»

Unter dem Titel «Angespannte Finanzen, ungünstige Perspektiven» erläutert Jürg Rolli die aktuelle finanzielle Situation des SDV. Der Begriff «angespannte Finanzen» könne als Oberbegriff gesehen werden und teile sich auf in Finanz- und Ertragslage, wobei die Finanzlage Auskunft darüber gebe ob die Organisation ein solides und gesundes Fundament aufweise oder nicht. Die Ertragslage hingegen gebe Auskunft darüber, ob das Geschäftsmodell im Verlaufe eines Jahres am Ende ein positives oder ein negatives Ergebnis aufweise. In seinen Ausführungen gehe es nun insbesondere um die Ertragslage, weil die Finanzlage beim SDV nach wie vor sehr solide sei. Der SDV verfüge über ein wirtschaftliches Eigenkapital von rund drei Millionen Schweizer Franken. In seinen Erläuterungen geht JR nachfolgend insbesondere auf die Entwicklungen der Medien in den letzten sechs Jahren bezogen auf die Dienstleistungserträge und die Dienstleistungs- und Personalaufwände ein. Daneben zeigt er die negativen Auflageentwicklungen des *Drogistenstern's* im Vergleich zum Rückgang der Anzahl SDV-Mitglieder und der entsprechend tieferen Mitgliederbeitragssumme, die dem SDV zur Verfügung stehe. Abschliessend geht er auf die positiven Userentwicklungen im aktuellen Jahr bei *vitagate.ch* sowie die erwartete markante Erhöhung des ESD-Defizits ab Mitte 2015 ein. Alle diese Komponenten zeigten, dass Korrekturmassnahmen ergriffen werden müssten, da ansonsten auch für das nächste Jahr mit einem Verlust von rund CHF 700'000 gerechnet werden müsse. *(Details siehe Präsentation GV Teil 3 Seite 29 – 38 im Anhang I).*

Nach den Ausführungen aus finanzieller Sicht, erläutert HRG die aktuelle Lage aus verlegerischer Sicht – auch bezogen auf die aktuellen Entwicklungen im Medienmarkt im Allgemeinen. Er betont dabei, dass der Wirtschaftszweig «Medien» in den letzten Jahren sehr tiefgreifende Veränderungen erlebt habe. Insbesondere der Einfluss des Internets – 1997 hätten 7% der Bevölkerung das Internet regelmässig genutzt, 2013 seien es 81% - sei sehr gross. Diese Entwicklungen würden die gesamte Medienlandschaft stark prägen und es sei offensichtlich, dass die gedruckten Medien an Bedeutung verlieren würden. Dies führe dazu, dass die Auflagen und die Anzeigeneinnahmen rückläufig seien.



Wie bekannt würden diese Entwicklungen auch nicht vor dem SDV respektive insbesondere vor dem *Drogistenstern* halt machen. Im Vergleich zu anderen Printmedien wie der «Schweizer Illustrierte» (-24.3%) oder der «Schweizer Familie» (-11.9%) sei der Verlust der Reichweite zwischen 2011 und 2014 mit minus 0.7% jedoch tief. Zudem habe der *Drogistenstern* verschiedene weitere gute Quoten, so u.a. die Quote von durchschnittlich 4.4 Leserinnen und Leser pro Exemplar. Deshalb wäre es aus verlegerischer Sicht eindeutig falsch, den *Drogistenstern* vom Markt verschwinden zu lassen. Zumal die Drogeriebranche damit ein, während über 30 Jahren aufgebautes Sprachrohr verlieren würde. (Details siehe Präsentation GV Teil 3 Seite 39 - 55 im Anhang I). MB fasst die beiden Aspekte – den finanziellen und den verlegerischen – zusammen. Dabei hält er fest, dass die Umsetzung der Medienstrategie 2012 – 2015 qualitativ sehr erfolgreich sei, jedoch, wie von JR ausgeführt, finanziell nicht. Die möglichen Korrekturmassnahmen würden von Null-Kommunikation über sanfte Anpassungen bis zu einschneidenden Veränderungen reichen. Wie von HRG erläutert, seien die Medien und dabei insbesondere der *Drogistenstern*, als Medium mit dem grössten Volumen innerhalb der SDV-Medien qualitativ sehr gut und bei den Leserinnen und Lesern nach wie vor äusserst beliebt. Also würde eine Null-Kommunikation aus Sicht des ZV nicht in Frage kommen. Zumal eine markante Reduktion der SDV-Medienleistung mittelfristig starke Auswirkungen auf die Wahrnehmung der Gesamtbranche hätte. Der ZV schlage deshalb den Mitgliedern relativ umfangreiche Anpassungen an den Leistungen rund um den *Drogistenstern* vor, ohne dieses, für den SDV wichtigstes Medium, relevant schwächen zu wollen. MB führt aus, dass die vier Einflussfaktoren für den Erfolg des *Drogistensterns* aus mehr Ertrag, weniger Ausgaben, der Individualisierung und des Drucks im Ausland bestehen würden. Bezüglich der Höhe des Ertrags sei das Verkaufsteam der Geschäftsstelle in der Pflicht und könne mit ihrem Engagement entsprechend dazu beitragen. Seitens der Mitglieder schlage der ZV eine Reduktion der Ausgaben *Drogistenstern* von zehn auf sechs pro Jahr, ein Verzicht auf die Individualisierung – diese kann optional beim SDV bezogen werden, wenn der Aufwand von der Drogerie übernommen wird – und die Verlagerung des Drucks ins Ausland vor. Die Massnahmen seitens der Mitglieder seien so ausgerichtet, dass sich die Kommunikation deswegen nicht drastisch verschlechtern würde und gegebenenfalls bei einer besseren Ertragslage auch wieder umkehrbar seien. Mit diesen Anpassungen wolle der ZV erreichen, dass die Produktion, der Vertrieb und die Vermarktung der Kommunikationsmassnahmen mindestens kostendeckend werde und in einem zweiten Schritt wieder zur Deckung des ESD-Schuldefizites beitrage. (Details siehe Präsentation GV Teil 3 Seite 56 - 76 im Anhang I).

Zusammenfassend würden die Anträge des ZV folgendermassen lauten:

- Kann der Zentralvorstand zur Erreichung seiner Zielsetzung bis auf Weiteres pro Jahr statt zehn nur sechs Ausgaben des *Drogistensterns* herausgeben, ohne dass die Mitgliederbeiträge gesenkt werden müssen?
- Kann der Zentralvorstand zur Erreichung seiner Zielsetzung bis auf Weiteres auf die Individualisierung des *Drogistensterns* verzichten, ohne dass die Mitgliederbeiträge gesenkt werden müssen?
- Kann der Zentralvorstand zur Erreichung seiner Zielsetzung bis auf Weiteres den Druckauftrag für den *Drogistenstern* einem ausländischen Anbieter übergeben?

Philipp Bühlmann erkundigt sich, weshalb der ZV davon ausgehe, dass die Industriepartner in gleichem Umfang inserieren würden. Er erachte diese Aussage als sehr gewagt. Der Drogistenstern stehe ja direkt in Konkurrenz mit den Zeitschriften der Gruppierungen. Er stelle sich die Frage, ob die Industriepartner diese Anpassungen, insbesondere die Reduktion auf sechs Ausgaben nicht gerade nutzen würden, um definitiv nicht mehr im Drogistenstern zu inserieren.



MB: Er führt aus, dass er davon ausgehe, dass ein Werbetreibender sein Produkt zu einem bestimmten Zeitpunkt ans Publikum bringen wolle und wenn er dies mit einem Medium tun könne, welches u.a. 4.4 mal pro Exemplar gelesen werde und rund 25% der Schweizer Frauen erreiche, dann sei dies unabhängig davon wie oft das Magazin erscheinen würde den Preis wert. Der ZV sei überzeugt, solange die Leistung, die Leserzahlen, usw. die hohe Qualität behalte, dass auch die Industriepartner dies so sehen. Es würde einfach nur noch sechsmal anstelle von zehnmal die Möglichkeit bestehen im *Drogistenstern* zu inserieren.

HRG: Er ergänzt, dass es aktuell keine Industriepartner gebe, welche in jeder Ausgabe des *Drogistensterns* Inserate buchen würden. Der SDV stelle bereits jetzt fest, dass einige der Ausgaben belegt würden und andere nicht, dies sei abhängig von den Marketing- und Werbekampagnen der Industriepartner. Das Verkaufsteam würde zur Zeit intensive Gespräche zu den Buchungen vom nächsten Jahr führen und die Signale seien nicht schlecht. Bis jetzt hätte sie auch keine Anzeichen wahrgenommen, dass sich die Industriepartner abwenden würden, weil möglicherweise nur sechs statt zehn Ausgaben des *Drogistensterns* erscheinen würden.

Daniela Brechbühl erkundigt sich nach den möglichen Einsparungen aufgeteilt auf die drei Anträge des ZV.

MB: Er erläutert, dass man bezogen auf die Reduktion von zehn auf sechs Ausgaben bei gleichbleibendem Ertrag in den Bereich der «schwarzen Null» komme, mit dem Verzicht auf die Individualisierung könne rund 100'000 CHF eingespart werden und mit dem Druck im Ausland könne mit dem *Drogistenstern* insgesamt ein positiver Deckungsbeitrag von ungefähr 300'000 CHF erreicht werden. Die genaueren Beiträge würden dann für das Budget zuhanden der Delegierten vorliegen.

Als Anschlussfrage will Daniela Brechbühl wissen, ob die sechs Ausgaben Drogistenstern jeweils als Doppelausgaben erscheinen würde.

MB: Er führt aus es sei nicht angedacht, dass es immer Doppelausgaben geben werde, wie dies im Sommer oder in der aktuellen Dezember/Januar der Fall sei. Es sei so, dass jährlich sechs Ausgaben à 32 Seiten produziert werden sollen. Sollte Monika Marti als Leiterin Verkauf und Sponsoring mit ihrem Team so viele Inserate akquirieren können, dass kaum mehr redaktionelle Beträge auf den geplanten 32 Seiten Platz hätten und das Verhältnis zwischen Inseraten und redaktionellem Inhalt nicht mehr ausgewogen sei, dann sei eine Erhöhung der Anzahl Seiten durchaus denkbar.

Marianne Wenger erkundigt sich, ob alles umgesetzt werde, wenn alle drei Abstimmungen angenommen würden.

MB: Er bestätigt dies. Für den Moment sei dies sicher so.

Sandro Rusconi hält fest, dass er lobend erwähnen möchte, dass heute zum ersten Mal «reinen Wein» eingeschenkt worden sei, wie es finanziell um den SDV stehe. Er habe dies bereits lange erwartet und heute erlebt, dafür danke er. Aus seiner Sicht würde der SDV an einem Wendepunkt stehen, weniger Mitglieder müssten mehr bezahlen. Die aktuellen Verbandsbeiträge befänden sich im Vergleich zu anderen Verbandsbeiträgen aus Branchen, welche auch im Gewerbeverband tätig seien, im oberen Bereich. Eine Erhöhung der Beiträge würde nur dazu führen, dass möglicherweise noch einige Abgänge provoziert würden. Er glaube es gebe alles zu tun, um den Verband zu erhalten. Es sei ja noch nicht ganz soweit, aber die drei Millionen würde ihn nicht wirklich beruhigen. Man habe beim Parfümerieverband erleben können was passiere, wenn eine Branche keinen Verband mehr habe. Und wenn es die ESD nicht mehr gebe, sei es sowieso geschehen mit dem Verband.



Seiner Meinung nach gelte es daher alles Geld zusammen zu halten, und deshalb plädiere er dafür - obwohl er selbst in einer Grenzregion tätig sei – für den Druck im Ausland.

Hansjörg Habegger hält fest, dass heute alle SDV-Mitglieder solidarisch für den Drogistenstern zahlen würden. Er möchte nun wissen, mit welchen Konsequenzen gerechnet werden müsse, wenn nur noch diejenigen für den Drogistenstern bezahlen würden, welche ihn auch nutzten.

MB: Er führt aus, dass der *Drogistenstern* für diese Mitglieder einfach deutlich teurer werden würde. Im Moment sei der *Drogistenstern* ein Branchenmedium welches für die gesamte Drogeriebranche kommuniziere und deshalb auch durch alle getragen werde.

RW: Er ergänzt, dass diejenigen welche den *Drogistenstern* nicht abgeben würden die fehlenden Werbebeiträge, welche beispielsweise für das ESD-Schuldefizit genutzt werden könnten, einfach über den Mitgliederbeitrag zahlen müssten. Dies würde eine ziemlich komplizierte Rechnung geben, wäre aber auch machbar.

Max Kilchenmann erläutert, er komme auf den Druck im Ausland zurück. Der Drogistenverband nenne sich «Schweizerischer Drogistenverband» und sei Mitglied des «Schweizerischen Gewerbersverbandes». Er habe seine Drogerie nicht an der Grenze, sondern im Berner Mittelland. Er würde es aber nicht verstehen, wenn ein schweizerischer Berufsverband seine Publikationen im Ausland drucken würde.

Henri Golaz hält fest, dass er dieses Votum hundertprozentig unterstützen könne. Er würde dies absolut auch nicht verstehen.

Nadine John führt aus, dass sie zur Diskussion wer den Drogistenstern verteilen will oder möchte, festhalten möchte, dass sich vielleicht alle SDV-Mitglieder selber ein bisschen an der Nase nehmen sollten und den Drogistenstern aktiv abgeben sollten. Ihr liege die ESD auch am Herzen und der Drogistenstern könne gut zusammen mit einer Gruppierungszeitung abgegeben werden. Sie mache dies so und zu neunzig Prozent würden die Kunden beide Zeitschriften mitnehmen.

MB: Er bedankt sich für dieses Votum. Diese Loyalität sei der Beitrag, denn alle SDV-Mitglieder leisten könnten, ohne dass es sie etwas kosten würde. Wenn die Mitglieder zudem auch kommunizieren würden, dass sie dies so machten, sei es für das Verkaufsteam auf der Geschäftsstelle einfacher die Werbegelder für den *Drogistenstern* zu akquirieren. Wenn nämlich Werbetreibende von Drogisten erfahren würden, dass sie den *Drogistenstern* ohne zu Verteilen zur Altpapiersammlung stellten, sei dies kein vertrauenserweckendes Signal für Werbetreibende, welche sich in der Drogeriebranche engagieren wollten.

JR: Er wolle noch einmal zurückkommen auf die finanziellen Auswirkungen. Wenn nun heute strategische, finanzielle Massnahmen beschlossen würden, dann seien die Auswirkungen hierzu erst in der Zukunft sichtbar. Man könne heute nicht abschliessend beurteilen, wie sich die finanzielle Situation entwickeln würde. Es sei letztendlich ein Versuch diesen Kommunikationsbereich in eine Bandbreite zu bringen, dass es wieder tragbar werde. Mit dem Hinweis auf die drei Millionen wirtschaftliches Eigenkapital habe er die Mitglieder überhaupt nicht irgendwie in Sicherheit wiegen lassen wollen.



Es sei Fakt, der SDV habe dieses Eigenkapital, aber man wolle dieses nun selbstverständlich nicht einfach aufbrauchen, sondern mit klaren Massnahmen reagieren, um den SDV wieder aus den negativen Zahlen zu bringen.

Erich Müller erläutert, dass er eigentlich einen Gegenantrag «No-Cost» zum «Low-Cost-Antrag» des ZV hätte machen wollen. Auf einen Rat eines älteren Berufskollegen im Vorfeld hin verzichte er aber nun darauf diesen Antrag zu stellen. Gleichwohl wolle er den SDV-Mitgliedern ins Gewissen reden. Er denke, dass die Mitglieder heute die Rolle des «gütigen Verbandmitgliedes» spielen würden. Da sie wahrscheinlich schlussendlich JA zur Fortführung des Drogistensterns sagen würden. Zu Hause dann würden sie wieder eine andere Rolle spielen. Wenn er in den Saal blicke, dann seien rund 60% aller anwesenden Mitglieder einer Gruppierung angeschlossen. In diesen Gruppierungen gebe es unterschiedliche Meinungen zu den Medien des SDV, es werde u.a. von einem Verbot des Drogistensterns oder von einer prioritären Behandlung der Gruppierungszeitschrift gesprochen. Zu diesem Zeitpunkt dann sei der Drogistenstern wieder weniger wichtig. Daher möchte er nur aufrufen, zu einem korrekten und richtigen Vollzug einer allfälligen Zustimmung zur Fortführung des Drogistensterns. Wenn jemand also heute nun JA zum Drogistenstern sage, solle er dann zu Hause auch etwas für diesen Drogistenstern tun.

Insgesamt sei er der Meinung, dass sich der SDV auf das konzentrieren solle, was er wirklich brauche. Die Drogeriebranche brauche eine Schule, wo und wie diese sein müsse, stehe nun sicherlich zur Diskussion, daneben brauche es die Politik und die Wirtschaft. Die Branche würde hoffentlich demnächst vor einem grossen politischen Umschwung stehen [Anmerkung Protokollführerin: einheitliche Liste der Selbstmedikation] und der Verband beschäftige sich aktuell viel zu sehr mit Marketingfragen.

Petra Treib-Looser erläutert, dass die Verteilung des Drogistensterns nicht einfach von selbst gehe, dies sei tägliche «Knochenarbeit». Man müsse die Mitarbeiter/-innen immer wieder darauf hinweisen, dass sie wirklich jedem Kunden einen Drogistenstern abgeben würden. Sie sei der Meinung, dass ein Druck im Ausland sehr kurzfristig gedacht sei. Als Drogistinnen und Drogisten könnte man sich nicht immer darüber aufhalten, dass die Kunden Millionen von Schweizer Franken ins Ausland bringen würden und dann als Verband dies selbst machen. Weiter hält sie fest, dass an der Sektionsversammlung in Zürich die Variante diskutiert worden sei, dass der Drogistenstern weiterhin in der Schweiz gedruckt werden könne, dies jedoch verbunden mit einem Aufpreis von 300 CHF pro Mitglied.

MB: Er erläutert, dies sei an dieser Sektionsversammlung diskutiert worden, anschliessend aber nicht weiter vertieft worden. Weil der ZV der Meinung sei, dass die Mitgliederbeiträge bereits auf einem relativ hohen Niveau seien und diese vorläufig nicht noch erhöht werden sollten. Zudem wäre es auch eine etwas zu einfache Lösung. Diese Massnahme stehe aus seiner Sicht erst im Zusammenhang mit dem ESD-Defizit zur Diskussion. Die Situation im Bereich Medien und Kommunikation müsse der SDV mit anderen Anpassungen wieder in den Griff bekommen.

Martin von Känel führt aus, dass nun davon gesprochen werde, dass im Idealfall ein Deckungsbeitrag übrig bleibe, der dann u.a. auch für die ESD zur Verfügung stehe. Wenn sich also die anwesenden Mitglieder heute richtig entscheiden würden, dann sollte auch künftig ein Deckungsbeitrag zur Verfügung stehen. Für ihn sei die Reduktion der Anzahl Ausgaben von zehn auf sechs kein Problem, jedoch sei es aus seiner Sicht utopisch, die Auflage auf dem heutigen Niveau behalten zu wollen, wenn komplett auf die Individualisierung verzichtet werde.



Er verteile seit fünf Jahren jede Ausgabe und er hätte selber dann nicht mehr das gleich grosse Interesse dies zu machen, wenn die Wiedererkennung nicht mehr vorhanden sei. Er denke, man müsse sich gut überlegen, was alles gestrichen werden soll und was eben nicht.

Maja Fabich findet die Diskussionen an der heutigen Versammlung gut. Bezüglich dem Druck des Drogistensterns plädiere sie für den Druck in der Schweiz. Möglicherweise sei es auch den Lieferanten etwas wert, wenn der Drogistenstern in der Schweiz gedruckt werde, denn auch diese hätten oft Produkte die (noch) sehr schweizerisch seien. Daneben wirft sie die Frage auf, ob die Drogeriebranche nicht einfach wie Coop und Migros auch, ein Label brauche. Dies sei der Drogistenstern und dieser müsse noch viel mehr in den Fokus rücken. Auch viele Gruppierungen würden ja den Drogistenstern als Marke benutzen. Das Votum von Erich Müller habe sie motiviert, täglich mit dem Drogistenstern zu arbeiten und wenn nun alle Dromenta-Drogerien nebst «Meine Gesundheit» auch wieder den Drogistenstern abgeben würde, sei die Branche auf einem guten Weg.

Es gibt keine weiteren Fragen oder Bemerkungen. Aktuell sind 210 Stimmen anwesend. Das absolute Mehr liegt bei 106 Stimmen. Die Generalversammlung nimmt den Antrag des ZV, dass in Zukunft und bis auf weiteres sechs statt zehn Ausgaben des Drogistensterns herausgegeben werden können, mit 198 Ja-Stimmen zu 7 Nein bei 5 Enthaltungen an.

Aktuell sind 207 Stimmen anwesend. Das absolute Mehr liegt bei 104 Stimmen. Die Generalversammlung nimmt den Antrag des ZV, dass in Zukunft und bis auf weiteres auf die Individualisierung des Drogistensterns verzichtet werden kann, mit 186 Ja-Stimmen zu 15 Nein bei 6 Enthaltungen an.

Aktuell sind 206 Stimmen anwesend. Das absolute Mehr liegt bei 104 Stimmen. Die Generalversammlung lehnt den Antrag des ZV, dass in Zukunft und bis auf weiteres der Druckauftrag des Drogistensterns an einen ausländischen Anbieter vergeben werden kann, mit 36 Ja-Stimmen zu 163 Nein bei 6 Enthaltungen und 1 ungültigen Stimme ab.

Peter Eberhart stellt einen Wiedererwägungsantrag zur Abstimmung über die Weiterführung der Radiosendungen. Er erläutert, dass eine GV alle vier Jahre stattfindet und bei dieser Ausgangslage seien Irrtümer besonders schwerwiegend. Die Abstimmung sei zu wichtig, als dass Irrtümer die Abstimmung bestimmen würde. Die Abstimmung zur Weiterführung der Radiosendungen sei die erste Abstimmung am Nachmittag gewesen. Es seien dabei neue Mitglieder dazu gekommen und es habe Mitglieder gegeben, welche den falschen Abstimmungszettel abgegeben hätten. Aufgrund dieser falschen Zettel seien zu viele Stimmen als ungültig erklärt worden und das Resultat sei dadurch verfälscht worden. Daneben sei auch nicht allen Stimmenden klar gewesen, dass eine Stimmenthaltung quasi gleichbedeutend mit einer Nein-Stimme sei. Da er überzeugt sei, dass die Abstimmung zu den Radiosendungen an der heutigen GV zu wichtig sei, beantrage er diese Abstimmung zu wiederholen. Er stelle seinen Wiedererwägungsantrag als Ordnungsantrag, es könne also nicht mehr darüber diskutiert werden.

MB hält fest, dass die GV nun zuerst darüber abstimmen müsse, ob sie nochmals über den Antrag des ZV zur Weiterführung der Radiosendungen abstimmen wollten. Wenn dies eine Mehrheit wolle, werde anschliessend nochmals darüber abgestimmt, ob die Radiosendungen weitergeführt werden sollen.



Aufgrund einer Stimme aus dem Publikum hält der anwesende Jurist Markus Lüthi fest, dass die Abstimmung zur Weiterführung der Radiosendungen korrekt erfolgt sei. Es könne aber hierzu in jedem Fall einen Ordnungsantrag gestellt werden. Ein solcher Ordnungsantrag mache dann Sinn, wenn Fehler bei der Stimmabgabe geschehen seien. Bei der Auszählung der Stimmen der Abstimmung zum Radio seien fünf Stimmen falsch abgegeben worden, weil man schlicht und einfach fünf falsche Zettel abgegeben habe. Dies sei der Grund, weshalb man diesem Ordnungsantrag stattgeben könne. Die erste Abstimmung heisse also «wir treten darauf ein – ja oder nein». Wenn diese Abstimmung abgelehnt werde, bleibe das bisherige Resultat bestehen und bei einer Annahme werde nochmals über die Weiterführung der Radiosendungen abgestimmt.

Die Abstimmung erfolgt per Hand. Aktuell sind 202 Stimmen anwesend. Das absolute Mehr liegt bei 102 Stimmen. Die Generalversammlung nimmt den Rückkommensantrag von Peter Eberhart mit 111 Ja-Stimmen zu 88 Nein bei 3 Enthaltungen an. Somit wird die GV nochmals über die Weiterführung der Radiosendungen abstimmen.

Emanuel Roggen stellt den Antrag die Abstimmung zur Weiterführung der Radiosendung geheim durchzuführen. MB fragt die anwesenden Mitglieder ob sie diesem Antrag stattgeben wollen. Hierzu brauche es ein Viertel aller anwesenden Stimmen.

Die Abstimmung erfolgt per Hand. Aktuell sind 189 Stimmen anwesend. Für die Annahme des Antrages braucht es ein Viertel aller Stimmen, das sind 48 Stimmen. Ja-Stimmen sind 38 eingegangen. Die Abstimmung zur Weiterführung der Radiosendung werde somit «offen» durchgeführt.

Die Abstimmung erfolgt per Hand. Aktuell sind 204 Stimmen anwesend. Das absolute Mehr liegt bei 103 Stimmen. Die Generalversammlung lehnt den Antrag des ZV die Radiosendungen – sofern das Sponsoring gesichert ist – für weitere drei Sendezyklen à 12 Monaten ab Mai 2015 und unter der Berücksichtigung der Annahme des Antrages von Peter Eberhart vitagate.ch nicht mehr im Vorspann der Sendungen zu nennen, mit 93 Ja-Stimmen zu 106 Nein bei 5 Enthaltungen ab.

6 «Was läuft heute und Morgen beim SDV»

Martin Bangerter informiert die GV über die wichtigsten Geschäfte im Bereich Politik und Branche – u.a. zu E-Health, den aktuellen Entwicklungen bezüglich der Revision des Heilmittelgesetzes sowie den positiven Resultaten der DrogoThek Bewertungen. (Details siehe Präsentation GV Teil 3 Seite 77 - 117 im Anhang I). HRG hält die relevanten Neuheiten und Entwicklungen aus dem Bereich Medien und Kommunikation fest. Dabei stehen die Online-Medien – insbesondere natürlich die positiven User-Entwicklungen von diesem Jahr von vitagate.ch, die neue Drogerie-App und die POS-Aktion zusammen mit «Sanestra» im Zentrum. (Details siehe Präsentation GV Teil 3 Seite 118 - 158 im Anhang I). Abschliessend erläutert BK die aktuellen Entwicklungen in der Grundbildung und informiert über die ersten Schritte im Prozess der Anpassung des Rahmenlehrplans der ESD an die neue Mindestverordnung für Höhere Fachschulen. (Details siehe Präsentation GV Teil 3 Seite 159 – 164 im Anhang I).



7 Schluss und Verabschiedung

Martin Bangerter bedankt sich bei den anwesenden Drogistinnen und Drogisten für ihre Aufmerksamkeit, die engagierten Diskussionen und ihr Kommen. Ebenfalls dankt er den Gästen für ihr Kommen, der Geschäftsstelle für die Organisation, den Übersetzerinnen und der Technik für ihre Arbeit. Er schliesst die Versammlung um 17:45 Uhr.

Biel, den 12. Januar 2015

für das Protokoll:

Martin Bangerter
Zentralpräsident

Elisabeth Huber
Politik und Branche

Anmerkung zur französischen Übersetzung:

Bei Fragen zur Formulierung im Protokoll gilt im Zweifelsfalle die deutschsprachige Version und/oder die Aufzeichnung auf Tonträger.

Anmerkung zum Anhang:

Im Anhang finden Sie die publizierten Folien sowie die beiden Dokumente zu den Statutenänderungen «Anpassungsanträge und Vergleich mit den aktuellen Statuten - Anhang A» und «Erläuterungen zu den beantragten Statutenanpassungen», welche als integrierter Bestandteil des Protokolls gelten.