

Wirkstoff

Lesestoff für den Fachhandel Selbstmedikation

2/2025



Erstklassiger Service

Ein langes Leben
für die Drogerie

Das erfolgreiche Drogistenehepaar
Fredri und Annemarie Käser
im Interview

Aufgepasst in
Schnee und Kälte

Sportaktivitäten in
der Winterlandschaft bergen
einiges an Gefahren

Die Erkältungsviren
feiern Party

Wieso Corona, RSV und
Erkältungsviren in der Winterzeit
Hochsaison haben

6

10

21



Ein Vorgeschmack auf die Zukunft

Am Zukunftstag an der ESD sind die Teilnehmenden tief in die Zukunft eingetaucht: Sie konnten virtuelle Welten erleben, Gesundheitsgadgets kennenlernen und über mögliche Szenarien in der Drogeriebranche diskutieren.



Dienstleistungen gekonnt servieren

Über bezahlte Dienstleistungen wird viel geredet und wenig davon umgesetzt. Doch wie lassen sich Produkte mit Dienstleistungen überhaupt verknüpfen, damit die Kundschaft für beides bezahlt? Wirkstoff beleuchtet ein paar Ansätze.



«Wir möchten etwas zurück geben»

Drogist Fredi Käser erlangte mit seinen Kräuterreisen schweizweit Bekanntheit. Zusammen mit seiner Frau Annemarie hat er dem SDV eine Schenkung für die Nachwuchsförderung gemacht.

Impressum Wirkstoff

Herausgeber Schweizerischer Drogistenverband, Thomas-Wyttenbach-Strasse 2, 2502 Biel, Telefon 032 328 50 30, info@drogistenverband.ch

Verlag vitagate ag, Thomas-Wyttenbach-Strasse 2, 2502 Biel
Geschäftsführung und Verlagsleitung: Tamara Gyga-Freiburghaus, tgyga@vitagate.ch
Inserate: Tamara Gyga-Freiburghaus, Marlies Föhn, Janine Klaric, inserate@vitagate.ch
Abonnemente und Vertrieb: Valérie Rufer, vertrieb@vitagate.ch

Redaktion

Publizistische Leitung: Heinrich Gasser, h.gasser@vitagate.ch
Leiterin Fachmedien, Chefredaktorin Wirkstoff: Céline Jenni, c.jenni@vitagate.ch
Redaktionelle Mitarbeit in dieser Ausgabe: Claudia Merki, Cornelia Gabriel, Désirée Klarer, Jasmin Weiss, Sabine Reber, Sara Bagladi
Wissenschaftliche Fachkontrolle: Dr. phil.-nat. Anita Finger Weber
Übersetzung: Daphné Grekos, Marie-Noëlle Hofmann
Titelbild: stock.adobe.com/RTimages

Produktion

Layout: Claudia Luginbühl
Druck: Courvoisier-Gassmann AG, Biel
ISSN 2673-4974 (Print), ISSN 2673-4982 (Online); CHF 65.-/Jahr, inkl. MWST.
Auflage von 5591 Ex. WEMF/KS-beglaubigt (9/2023)

6. Jahrgang. Erscheinung 10x jährlich

© 2025 – vitagate ag, Thomas-Wyttenbach-Strasse 2, 2502 Biel

printed in
switzerland



Offizielles Magazin des Schweizerischen Drogistenverbandes
und Medium von Angestellte Drogisten Suisse

4 130 Jahre Bernischer Drogistenverband

Präsidentin Fiona Schär erzählt über die Aktivitäten im Jubiläumsjahr.

18 **Termine online buchen**
Buchungstools können helfen, Dienstleistungen an die Kundschaft zu bringen – vorausgesetzt, es werden ein paar Punkte beachtet.

26 **Verletzungen im Winterwunderland**
Im Winter kann man sich vielfältig sportlich austoben – und verletzen. Neben präventiven Massnahmen können Drogerien bei kleineren Unfällen unterstützen.

34



Die Zebras unter den Krankheiten

Jede einzelne seltene Erkrankung kommt zwar selten vor, die Summe aller Betroffenen ist aber gross. Drogerien und Apotheken können erkrankte Personen auf verschiedene Hilfsangebote aufmerksam machen.

31 Erkältungsviren auf dem Vormarsch

Verschiedene respiratorische Viren lösen unterschiedliche Symptome aus – eine Übersicht.

38 Ketonkörpersupplemente

Viele Sporttreibende nehmen Ketonkörper, um ihre Leistung zu steigern. Wie sieht die Studienlage dazu aus?

41 Angestellte Drogisten Suisse

Arbeitgebende informieren sich im Vorfeld einer Anstellung häufig auf Social Media über Bewerbende. Ist das rechtlich erlaubt?

43 Stellenmarkt

Mit Link zu den tagesaktuellen Online-Stellenangeboten.



Einen Mehrwert bieten

Im stationären Laden nur Produkte anbieten ist out: Kundinnen und Kunden erwarten mehr, wenn sie ein Geschäft aufsuchen, nämlich gute Beratung und tolle Dienstleistungen. Drogerien sind im ersten Punkt top, bei den Dienstleistungen hapert es noch, vor allem dann, wenn diese auch etwas kosten sollen. Dabei geht es bei bezahlten Dienstleistungen nicht darum, die Kundschaft abzuzocken oder für jede kurze Beratung auf einmal Geld zu verlangen. Kostenpflichtige Dienstleistungen müssen so gestaltet werden, dass die Kundschaft von persönlichen und massgeschneiderten Lösungen profitiert. Dies fördert die Kundenbindung, in dem beispielsweise mehrere Beratungstermine in einem Servicepaket inbegriffen sind.

Eine Chance könnten präventive Gesundheitsberatungen sein, beispielsweise zu Ernährung und Übergewicht. Zudem: Der Wert persönlicher Beratung wird in einer zunehmend digitalisierten Welt weiter steigen. Wie Dienstleistungspakete an den Mann beziehungsweise an die Frau gebracht werden können, lesen Sie in unserer Titelgeschichte ab Seite 10.

Das Thema Dienstleistungen lässt sich auch noch grösser denken: Wo könnten Kooperationen mit anderen Branchen eingegangen werden, aus denen sich dann gezielt Dienstleistungspakete bilden lassen? Solche Partnerschaften könnten eine Möglichkeit bieten, das Dienstleistungsangebot zu erweitern und neue Kundschaft und Einnahmequellen zu erschliessen. Ob Dienstleistungen des eigenen Betriebs oder in Kooperation mit geeigneten Partnern: Seien Sie innovativ!

Céline Jenni, Chefredaktorin Wirkstoff,
Leiterin Fachmedien, c.jenni@vitagate.ch

«Die Branche ist immer in Bewegung»

Der Kantonal-Bernische Drogistenverband feiert sein 130-jähriges Jubiläum. Präsidentin Fiona Schär gibt Einblick in die Jubiläumsaktivitäten des Verbandes und sagt, welche Herausforderungen und Chancen die Branche prägen.

 Sara Bagladi

«Vor 130 Jahren waren wir Offenwarenhändler, heute sind wir Gesundheitsberaterinnen», sagt **Fiona Schär**, Präsidentin des Kantonal-Bernischen Drogistenverbandes (KBD), dipl. Drogistin HF und Inhaberin der Alchemilla Drogerie Schär in Sumiswald. Dieses Jahr feiert der Verband sein 130-jähriges Bestehen. Seit der Gründung hat sich viel verändert: «Das Schöne an unserer Branche ist, dass sie immer in Bewegung ist.» Während dazumal noch Artikel wie Farben und Spirituosen zum Sortiment gehörten, liegt heute der Fokus auf Gesundheit und Naturheilkunde. «Das vereint alle Drogerien», so Schär. Zum KBD zählen knapp 90 Drogerien und Drogerie-Apotheken.

Besondere Jubiläumsaktivitäten

Für das Jubiläumsjahr plant der Verband besondere Aktivitäten. Die Hauptversammlung für die Mitglieder wird in einer

anderen Lokalität als üblich stattfinden. Für die Kundschaft stehen Wettbewerbe auf dem Plan. «Wir möchten darauf aufmerksam machen, dass das Handwerk der Drogerien bereits seit 130 Jahren besteht», erklärt Schär. Alle Drogerien, die Mitglied des Verbandes sind, führen in diesem Zeitraum eigenständig Aktivitäten durch. Den *Drogistenstern* haben sie für die Kommunikation mit ins Boot geholt.

Förderung der Mitgliederinteressen

Der Verband ist dafür zuständig, die Grundlagen im Heilmittelrecht zu erarbeiten und die Interessen und Anliegen der Mitglieder des Verbandes zu vertreten. Konkret organisiert der Verband die überbetrieblichen Kurse des Berufes Drogistin/Drogist EFZ im Kanton Bern in Zusammenarbeit mit der Berufsschule. Zudem stellt er gemeinsam mit dem Apothekerverband des Kantons Bern jährlich den Beruf an der Berufsbildungsmesse BAM vor. Der Auftritt an der BAM verfolgt das Ziel, Nachwuchs zu finden und jungen Menschen die interessante und vielseitige Ausbildung zu präsentieren. Im Frühling ist der KBD jeweils an der Messe BEA mit einem grossen Drogeriestand präsent. «Die BEA ist ein Besuchermagnet. Es ist uns ein Anliegen, die Kundschaft auf das Angebot und die Kompetenz der Drogerien aufmerksam zu machen», erklärt Schär. Als Präsidentin kümmert sie sich seit drei Jahren um die übergeordneten Aufgaben, hat Kontakt mit den Behörden,



Fiona Schär, Präsidentin des Kantonal-Bernischen Drogistenverbandes.

mit dem Gewerbeverband Berner KMU, ist Delegierte beim SDV und vertritt den KBD an der Branchenkonferenz.

Herausforderungen und Chancen

«Ein grosser Meilenstein unserer Branche schweizweit war sicherlich die im Rahmen der Revision des Heilmittelrechts erfolgte Umteilung der Abgabekategorien im Jahr 2019», erinnert sich Schär. Weiter sagt sie: «Wie in allen Branchen standen und stehen auch wir vor schwierigen Aufgaben.» Die immer strenger werdenden Vorschriften bei der Herstellung von Kosmetika und Heilmitteln stellen für manche Drogerie eine Herausforderung dar. Zudem müsse die Branche auch bezüglich Digitalisierung parat sein. Der Präsidentin ist die übergreifende Zusammenarbeit

innerhalb des Kantons und schweizweit ein Anliegen: «Wichtig ist, dass wir alle an einem Strang ziehen.» Es liegt ihr am Herzen, dass alle mitdenken und mitarbeiten. Gleichzeitig beobachtet sie, dass die Drogerien ein wertvoller Bestandteil des Dorflebens sind. «Ich freue mich sehr, dass den kleinen Betrieben wieder mehr Wertschätzung entgegengebracht wird», sagt sie. Das Potenzial der Drogerien liegt unter anderem in der kompetenten und persönlichen Beratung, dem Fokus auf Naturheilmitteln, dem vielfältigen Sortiment, der Förderung von regionalen Produkten sowie der Erreichbarkeit, die auch in kleineren Ortschaften gewährleistet ist. Auch im Bereich des bewussten und nachhaltigen Konsums treffen Drogerien den Nerv der Zeit. «Die Menschen kommen gerne in die Drogerie», so Schär. Es bereitet ihr Freude, sich für die Branche einzusetzen und sie mitzugestalten. ■

ESD ÉCOLE SUPÉRIEURE DE DROGUERIE

HÖHERE FACHSCHULE FÜR DROGISTINNEN UND DROGISTEN



ESD-Cycle de formation 2025–27: Des perspectives pour l'avenir

Examen d'admission: Mercredi 19 mars 2025

Branches soumises à l'examen: Connaissance des médicaments, biologie, chimie, connaissance des plantes médicinales, gestion et vente y compris calcul commercial. Vous recevez un fichier numérique avec les exercices et les solutions pour la préparation des examens. Les titulaires d'une maturité professionnelle, spécialisée ou gymnasiale sont dispensé(e)s de l'examen d'admission.

Début du cycle 2025–27: Lundi 18 août 2025

ESD Ausbildungszyklus 2025–27: Eine Zukunft mit Perspektiven

Aufnahmeprüfung: Mittwoch, 19. März 2025

Prüfungsfächer: Arzneimittelkunde, Biologie, Chemie, Heilpflanzenkunde, Betriebs- und Verkaufskunde inkl. kaufmännisches Rechnen. Sie erhalten in einer digitalen Datei Übungsaufgaben mit Lösungen zur Prüfungsvorbereitung. Kandidatinnen und Kandidaten mit Berufsmaturitätszeugnis, Fachmaturität oder gymnasialem Maturitätszeugnis sind von der Aufnahmeprüfung dispensiert.

Beginn des Ausbildungszyklus 2025–27: Montag, 18. August 2025

École supérieure de droguerie Rue de l'Évole 41, 2000 Neuchâtel
Téléphone 032 717 46 00, Fax 032 717 46 09, cpne-esd@rpn.ch, www.esd.ch

CPNE
centre de formation
professionnelle
neuchâtelois

Délai d'inscription:
28 février 2025

Einschreibefrist:
28. Februar 2025

Inscription/Anmeldung:





Drogerien in der Zukunft: An der ESD konnte mit Virtual-Reality-Brillen einmal getestet werden, wie neue Technologien möglicherweise zum Einsatz kommen.

ESD-Zukunftstag: Künstliche Intelligenz und mobile Gesundheit

Am Zukunftstag an der ESD in Neuenburg tauchten die Teilnehmenden in virtuelle Welten ein, sie entdeckten die neusten tragbaren Gesundheitsgadgets und erfuhren Wissenswertes über Sicherheitskonzepte der Zukunft.

 |  Sabine Reber

Die Zukunft wurde für die Studierenden und die eingeladenen Gäste am ESD-Zukunftstag erfahrbar, passend zum Motto: «In die Zukunft eintauchen und erleben». Am 28. November 2024 stand die virtuelle Welt in Neuenburg im Fokus und die über 100 Teilnehmenden diskutierten die zukünftige Rolle der Drogerien angesichts der neuen technischen Möglichkeiten. In verschiedenen Vorträgen erfuhren sie Wissenswertes über das digitale Gesundheitswesen und die denkbaren Handlungsfelder der verschiedenen Akteure. Besonders eifrig wurden die möglichen Einflüsse der künstlichen Intelligenz (KI) auf die drogistische Tätigkeit diskutiert. In Dienstleistungsprozessen werden von den Expertinnen und Experten grosse Effizienzgewinne erwartet, aber die verschiedenen Referentinnen und Referenten machten darauf aufmerksam, dass die KI bei komplexeren

Fragen an ihre Grenzen komme. Jedoch könnten die Drogistinnen und Drogisten im Umgang mit KI zu Facilitatoren für die Kundschaft werden. Denn für Laien ist es oft nicht einfach, die Qualität einer Antwort zu beurteilen. Bei diesen Fragen gilt es gut zu überlegen, was die Rolle der Drogerien künftig sein sollte. So zeigte sich am Zukunftstag einmal mehr, wie wichtig die Vernetzung der Branche und die gemeinsame Vorbereitung auf die neuen Technologien ist. Die Teilnehmenden waren sich einig, dass der Anlass ein voller Erfolg war.

Avatare werden nie krank

Mit besonderem Interesse war der Erlebnisworkshop in der immersiven Welt erwartet worden. **Luca Keller** und **Nada Lahlou** von Galenica stellten ihr Projekt für

Die Ermüdung macht sich breit?

- Ab 3 Jahren
- Mit leckerem Orangengeschmack
- Reicht bis zu 30 Tagen



NEU

Für
die ganze
Familie

Veractiv® Multi-Vitamin Sirup 11 Vitamine und 6 Mineralstoffe für mehr Vitalität und ein starkes Immunsystem

Nahrungsergänzungsmittel sind kein Ersatz für eine abwechslungsreiche, ausgewogene Ernährung sowie eine gesunde Lebensweise. VERFORA AG

Zusammensetzung: Vitamin B1, Vitamin B2, Niacin, Vitamin B5 (Pantothensäure), Vitamin B6, Vitamin B9 (Folsäure), Vitamin B12, Biotin, Vitamin C, Vitamin D3, Vitamin E, Jod, Zink, Selen, Mangan, Chrom, Molybdän, Inositol und Cholin. **Verzehrempfehlung:** Kinder ab 3 Jahren 10 ml/Tag, Kinder ab 4 Jahren und Erwachsene 15 ml/Tag. **Hinweis:** Nach Öffnen im Kühlschrank aufbewahren.



 **VERFORA®**
FÜRS LEBEN

Entdecken Sie jetzt
die Gesichtspflege von

Bepanthen®

DERMA

für trockene, sehr trockene
und empfindliche Haut

WIRKT TIEF
IN DER HAUT –
LANGANHALTEND

NEU
AUCH MIT
SPF 25



Bayer (Schweiz) AG
8045 Zürich

eine Apotheke in der virtuellen Realität vor. Sie sagten: «Wir gehen überall dorthin, wo sich die jungen Leute sowieso aufhalten.» So haben sie ein Experiment gemacht mit einer Apotheke im Metaverse, das aber vorzeitig beendet wurde, «weil es zu früh war und noch nicht funktioniert hat.» Ein voller Erfolg war hingegen die virtuelle Apotheke, die sie auf der Spielplattform Fortnite eingerichtet haben. Dort konnten die jungen Menschen anonym Gesundheitsfragen stellen, wobei Fragen zu Verhütung und sexueller Aufklärung im Vordergrund standen. Dazu gab es einen Blog, und wenn die neuen Kunden dann in die Apotheke kamen, wurde ihnen dort eine passende Broschüre überreicht. Nada Lahlou betonte die Wichtigkeit der virtuellen Plattformen: «Die Gaming-Szene ist wirtschaftlich grösser als Hollywood! Allein auf Fortnite bewegen sich jeden Tag 30 Millionen aktive Nutzerinnen und Nutzer. Hier bieten sich neue Chancen für das Marketing, die nicht unterschätzt werden dürfen.» Einen Aspekt dürfe man aber nicht vergessen: Während Avataren virtuelle Markenkleidung, Designerschuhe oder virtuelle Gegenstände gekauft werden können, so gebe es keinen Markt für Arzneimittel. Avatare würden nämlich bis jetzt nicht krank und alternen auch nicht, also könne man in einer virtuellen Apotheke auch keine virtuellen Arzneimittel kaufen, da es diese gar nicht brauche. Trotzdem sei es wichtig, hier präsent zu sein und Erfahrungen zu sammeln für die Zukunft.

Gesundheitsdaten nichtinvasiv erheben

«Wearables» sind ein weiteres Zauberwort der Zukunft. Damit sind tragbare Gadgets wie Uhren, Armbänder oder Ähnliches gemeint, die auf dem Körper getragen werden und die persönliche Gesundheitsdaten messen. «Diese Zukunftstechnologie hat ein grosses Potenzial für den Drogeriebereich», sagte **David Kunz** von ProPharma in seinem Vortrag. Mit solchen tragbaren Geräten sollen vermehrt Gesundheitsdaten auf nicht-invasive Art erhoben werden. Diese Daten können dann in der Drogerie ausgewertet und die entsprechende Beratung angeboten

werden. Kunz hob hervor: «Mit dem Überwachen von Vitaldaten kann eine langfristige Kundenbindung geschaffen werden. Die Drogerien sind dafür bestens geeignet, weil ein Vertrauensverhältnis zur Kundschaft besteht und weil die Daten dort lokal und sicher verarbeitet werden können.»

ProPharma präsentierte am Zukunftstag ausserdem neue Geräte zum Einscannen von Waren. Mobile Stationen sollen die Lagerbewirtschaftung vereinfachen. Weiter wurden neue Back-up-Lösungen und digitale Sicherheitskonzepte für die Zukunft vorgestellt. Zudem wurde gezeigt, was bei einem Cybervorfall geschehen kann.

Künstliche Intelligenz in der Drogerie?

Interessant war auch der Vortrag von Zukunftsforscher **Stephan Sigris**. Er rief dazu auf, die technologischen Versprechen kritisch anzuschauen und nicht alles zu glauben. Konkret spricht er repetitive Prozesse an, die im Detailhandel mit KI effizienter gestaltet werden könnten. Dabei sieht Sigris die Chance vor allem bei kleinen Systemen, die sich für Nischenanwendungen individuell programmieren lassen. Mithilfe von KI könnten beispielsweise personalisierte Produkte und Dienstleistungen in automatisierter Form angeboten werden.

Wichtig sei, die Bedürfnisse und Anforderungen genau anzuschauen und eine langfristige Perspektive für den Einsatz der KI zu entwickeln. Es wäre auch zu überlegen, aus Branchensicht übergeordnete Regeln aufzustellen. Gruppierungen könnten kleine KI-Modelle für Nischenanwendungen im Alltag nutzen. «Gemeinsam einen kleinen Bot mit eigenen Daten nach Bedarf zu trainieren, könnte sinnvoll sein», sagte er. Grundsätzlich gehe man davon aus, dass die Menschen länger leben werden und dass sie in Zukunft auch mehr Möglichkeiten haben werden, um ihr Leben selber zu gestalten. «Die Fachkräfte in der Medizin sind knapp, und gleichzeitig wächst der Bedarf für schnelle und einfache Beratung», wie Sigris analysierte. Hier könnten die Drogerien ins Spiel kommen und sich neue Tätigkeitsfelder erschliessen. ■

Dienstleistung und m



stock.adobe.com/Andrey Popov



ungen gut gestalten richtig präsentieren

 Désirée Klarer

Bezahlte Dienstleistungen sind in Drogerien noch selten, doch es tut sich etwas. Während Apotheken auf OKP-finanzierte Angebote setzen, müssen Drogerien clevere Wege finden, um Beratung und Produkte gekonnt zu kombinieren – und dabei ihre Kundschaft zu überzeugen. Experten sagen, wie.



Präventive Gesundheitsberatungen zu Ernährung und Übergewicht können eine Chance sein.

Blutdruckmessungen, Stoffwechselanalysen, individuelle Bachblütenmischungen – bezahlte Dienstleistungen in Drogerien sind ein Dauerthema der Branche. Ob und wie diese angeboten werden sollen, wird heiss diskutiert. 2021 wollte es der *Wirkstoff* genauer wissen und hat bei den Mitgliedern des Schweizerischen Drogistenverbands nachgefragt. Das Ergebnis: Nur jede fünfte Drogerie gab damals an, kostenpflichtige Dienstleistungen anzubieten.

Persönliche, kompetente Beratung im Fokus

Wie sieht es gegenwärtig aus? **Andrea Ullius**, Mitglied der Geschäftsleitung und Leiter Politik und Branche beim Drogistenverband, geht aufgrund von Gesprächen mit Kolleginnen und Kollegen davon aus, dass heutzutage mehr Drogerien bezahlte Dienstleistungen anbieten. «In welchem Umfang ist schwierig zu sagen», sagt er. Genaue Zahlen fehlten. Manchmal brauche es auch einen gewissen Leidensdruck, um aktiv zu werden. «So lange ein Geschäftsbereich gut läuft und die Konkurrenz nicht so stark ist, nimmt man nur ungern Veränderungen vor», sagt Ullius. Dieser Konkurrenzdruck dürfte mit dem Einzug von Rossmann stärker werden. Der deutsche Drogerie-Riese plant, hierzulande langfristig 150 Filialen zu eröffnen, wie Rossmann-Schweiz-CEO **Fabrizio D'Ascenzo** dem Blick Anfang Dezember 2024 verriet. Im gleichen Gespräch sagte er auch, dass Rossmann der günstigste Anbieter für Drogeriemarktprodukte in der Schweiz werden soll.

Dass Beratung hingegen dort nicht im Fokus stehen dürfte, sieht man schon daran, dass in der bereits eröffneten Filiale in Emmen (LU) unter anderem auf Self-Checkout-Kassen gesetzt wird. Eine Chance für bestehende Drogerien, da Kundinnen und Kunden diese nicht selten aufgrund der persönlichen Beratung aufsuchen. Diese nun jedoch kostenpflichtig anzubieten, ohne die Kundschaft zu verärgern, ist kein leichtes Unterfangen. Sondern eines, das laut Ullius clever und strategisch angegangen werden sollte. «Man kann nicht einfach sagen, es kostet jetzt etwas, ohne die Dienstleistung vorher konkret zu entwickeln.» Der Weg zum neuen Geschäftsmodell brauche Zeit.

Dienstleistungspakete gekonnt schnüren

Kurze Beratungen für einen Schnupfenspray beispielsweise sollten seines Erachtens auch weiterhin kostenlos sein. Potenzial sieht Ullius hingegen bei den Themen Diabetes, Übergewicht und Magen-Darm-Erkrankungen. «Auch guter Schlaf und die Frage, wie man seine Nerven schont, können Themen sein», resümiert er. Bei diesen Themen könne man mit Beratung, Prävention und guten Produkten viel machen. Doch er betont: «Man muss sich intensiv mit den Themen auseinandersetzen, sie wohlüberlegt aufbauen und weiterentwickeln. Man kann nicht erwarten, dass man loslegt und zack, läuft die Sache.»

Um Drogistinnen und Drogisten an das Thema heranzuführen, gibt es an der Höheren Fachschule für Drogisten (ESD) bereits ein Ausbildungsmodul, das sich mit dem Bereich Dienst-

leistungsdesign befasst. Wichtige Kompetenzen, die damit zusammenhängen, seien die Bereiche Verkaufspsychologie, Verkaufstechnik und Beratung. «Gerade Gruppierungen bieten immer wieder interne Kurse dazu an», so Ullius. Und auch der Verband nimmt sich der Thematik an. «Beratung, Dienstleistungen und Prävention wird ein Kompetenzbereich sein, den wir in der neuen Strategie sicher aufnehmen. Die Frage ist auch: Wie kommen Drogistinnen und Drogisten zu den nötigen Kompetenzen? Welche Bedingungen müssen erfüllt werden? Welche Geschichten könnten erzählt werden?» Ein wichtiges Stichwort in Hinblick auf die Zukunft der Drogerien sei sicher auch die Digitalisierung, so Ullius weiter. Damit liessen sich beispielsweise die Hürden für Ratsuchende mit Online-Fragebögen senken. Man dürfe nicht vergessen, dass Drogerien das Geld nach wie vor damit verdienen, Produkte zu verkaufen. «Damit machen wir den Umsatz.» Die Frage sei nun, wie sich das Produkt mit der Dienstleistung verbinden lasse. «Die einzelnen

Teile des Angebots sinnvoll zu verknüpfen, das ist die Königsdisziplin», ist Ullius überzeugt.

Apotheken kämpfen für mehr Selbständigkeit

Apotheken haben es ein wenig leichter, bezahlte Dienstleistungen an die Kundschaft zu bringen. Zumindest, wenn sie in Zusammenhang mit Produkten stehen, die direkt von der obligatorischen Krankenpflegeversicherung (OKP) bezahlt werden. Vielleicht deshalb ist der Anteil jener Betriebe, die auf bezahlte Dienstleistungen setzen, bei den Apotheken um einiges höher als bei den Drogerien. «Noch nicht alle Apotheken nutzen die Möglichkeit für sich, aber doch über 1200», sagt **Gregory Nenniger**, Medienbeauftragter des Schweizerischen Apothekerverbands pharmaSuisse. Das sind gut 66 Prozent von schweizweit 1800 Apotheken. Um das Angebot an Dienstleistungen, die von



Louis Widmer
SWISS DERMATOLOGICA

Geschenk*

*Beim Kauf von einem proderm Produkt. Wert: CHF 13.- (solange Vorrat)

Mehr Details



proderm

Anti-Ageing-Intensivpflege
gegen die sichtbaren Anzeichen
der Hautalterung.

Hochdosierte Wirkstoffe, wie
Hyaluronsäure, Matrixyl® 3000 und
der Louis Widmer Biostimulatorenen-
Komplex reduzieren Falten sichtbar,
regenerieren und schützen die Haut.



NEUES
DESIGN
BEWÄHRTE
FORMEL

Dermatologische Kompetenz.
Kosmetische Exzellenz. Seit 1960.

MADE IN SWITZERLAND

der OKP bezahlt werden sollen, zu erweitern, verhandelt der Verband mit den Tarifpartnern. Die Preise wiederum müssten dann vom Bund bewilligt werden, so Nenniger. «Beim Impfen haben wir zum Beispiel die Diskussion bereits gestartet, jedoch ist noch nichts abgeschlossen. Dies, weil wir zuerst noch auf die Annahme des Kostendämpfungspakets 2 (KDP2) warten müssen», erläutert der Medienbeauftragte. Das Paket sieht unter anderem vor, dass Apothekerinnen und Apotheker künftig selbständig die vom Bund oder den Kantonen geförderten Präventionsleistungen, wie beispielsweise Impfungen ohne Arztrezept, durchführen und abrechnen können.

Zeitintensive Beratung für günstige Produkte

Zwar gibt es keine klaren Zahlen dazu, ob die Akzeptanz seitens Kundschaft für solch bezahlte Dienstleistungen in Apotheken gestiegen ist. Vom Gefühl her würde pharmaSuisse dies jedoch bejahen. «Es ist schwierig geworden, eine Hausärztin oder einen Hausarzt zu finden. Wenn zudem gute Lösungen angeboten werden, sind die Leute auch bereit, in den Apotheken etwas dafür zu bezahlen», ist sich Nenniger sicher. Doch er räumt ein, dass es anders aussieht, wenn es sich um Medikamente handelt, die ohne Rezept erhältlich sind. Auch sie hätten bei Medikamenten «over the counter» (OTC) oftmals das gleiche Problem wie Drogerien: eine zeitintensive Beratung für ein Produkt, das nur ein paar Franken kostet. «Die Quersubventionierung von Leistungen über OTC-Produkte ist fast nicht mehr möglich, da der Vertriebsanteil klein ist.» Dies sei auch der Auslöser für die leistungsorientierte Abgeltung (LOA) für rezeptpflichtige Medikamente gewese-

sen, die durch die OKP bezahlt würden. Damit könne die Arbeit separat abgegolten werden, so Nenniger.

Die Stärken der eigenen Drogerie gekonnt einsetzen

In den Drogerien sieht das natürlich ein wenig anders aus. Schliesslich finden sich hier keine rezeptpflichtigen Medikamente und damit für die Kundschaft auch kein Sparpotenzial im Vergleich zum Arztbesuch. Was sie hingegen auch in einer Drogerie erwarten darf, ist eine kompetente und rasche Problemlösung. Und dies, wenn man denn den Vergleich wagen möchte, vielleicht zu einem besseren Preis-Leistungs-Verhältnis als beispielsweise bei einem Naturheiltherapeuten. Denn für Konsumentinnen und Konsumenten braucht es einen Preisvorteil, damit sie bereit sind, für Dienstleistungen in der Drogerie etwas zu bezahlen. Entweder im Vergleich zum Therapeuten oder in Kombination mit dem Kauf entsprechender Produkte. Dies geht aus den Zahlen einer GfK-Umfrage hervor, die im November 2024 an der Delegiertenversammlung präsentiert wurde. Bevor es jedoch daran geht, Dienstleistungspakete zu schnüren, die dem Wunsch von Kundinnen und Kunden entsprechen, müssen sich Drogerien ihrer Stärken bewusst werden und diese gekonnt für sich nutzen. Wie das geht, weiss **Philipp Zutt**.

Zutt ist Neuromarketing-Experte, Dozent und Autor. Bereits seit über 20 Jahren befasst er sich beruflich mit den Hirnfunktionen und dem gezielten Einsatz von Emotionen im Bereich Marketing (siehe Zusatztext «Was ist Neuromarketing»). Bei Drogerien fällt ihm auf Anhieb ein Vorteil auf, den diese im Vergleich zu Apotheken haben: «Man kann fast alles in die Hand nehmen, ohne davor fragen zu müssen. Das ist eine Hürde weniger, als sie etwa in Ärztezentren oder Apotheken besteht.» Drogerien müssten sich also fragen, wie sie die Unverbindlichkeit, die eine Drogerie mit sich bringe, so einsetzen könnten, dass sie bezahlte Dienstleistungen gut an die Kundschaft brächten. Weiter sei eine Fokussierung bei den Beratungsleistungen nötig. «Ernährung etwa ist ein riesiges Feld, das in der Gesellschaft stark an Bedeutung gewonnen hat», nennt Zutt ein Beispiel. Auch die Themen Stressabbau und emotionales Wohlbefinden beschäftigten unsere Gesellschaft stark, doch sie

«Bezahlte Dienstleistungen» am Drogerie Kongress

Wie müssen Dienstleistungen gestaltet werden, damit dafür Geld verlangt werden kann? Bruno Zach, Spezialist für therapeutische Prozessführung, erklärt Ihnen am Drogerie Kongress, wie der Prozess zu kostenpflichtigen Dienstleistungen gelingt. Mehr über das Programm und die Anmeldung für den Drogerie Kongress erfahren Sie auf Seite 16.

Warum sich ein Wechsel zur Dromenta lohnt...



Neu

Grossistenverträge mit
Avosano und Galexis
& Generika-Tools



**... finden Sie es
heraus.**

Wir freuen uns
auf Ihren Anruf.



Kontaktieren Sie uns:

044 380 42 02 | dromenta.ch



dromenta

GEMEINSAM SPITZE



DROGERIE KONGRESS
CONGRÈS DE LA DROGUERIE

Drogerie Kongress

**Vom 27.–29. April 2025
gestalten wir mit Ihnen die Zukunft!**

Wir laden Sie herzlich zum ersten Drogerie Kongress ein, der vom 27.–29. April 2025 stattfindet. An diesen drei Tagen haben Sie die Möglichkeit, an Keynotes und Workshops rund um das zentrale Thema «Konzepte» teilzunehmen. Erweitern Sie Ihr Wissen und sammeln Sie wertvolle Weiterbildungspunkte.

Der Kongress bietet den Drogistinnen und Drogisten auch die Möglichkeit, sich beim Social Event am Sonntagabend oder an der Ausstellung mit Vertreterinnen und Vertretern der Branche auszutauschen.

Themenübersicht – Keynotes & Workshops

Entdecken Sie einen kleinen Auszug aus dem Kongressprogramm:

- **Zukunftsstrategien entwickeln** – Personalmangel, der wachsende Einfluss des Onlinehandels und sinkende Kundenfrequenzen sind die zentralen Herausforderungen, die die Branche derzeit beschäftigen. Entwickeln Sie Ihr persönliches Konzept, um für die Zukunft bereit zu sein.
- **Change-Management** – Veränderungen sind manchmal schwierig umzusetzen, aber notwendig. Hier bekommen Sie eine Anleitung, wie Sie effizient und effektiv Prozesse in der Drogerie anpassen können. Vermitteln Sie Sicherheit und Vertrauen in Phasen des Wandels, um erfolgreich zu sein.
- **Kostenpflichtige Dienstleistung** – Verschenken Sie immer noch Dienstleistungen? Haben Sie es satt, ständig nur über bezahlte Beratung zu sprechen? Bruno Zach, Spezialist für therapeutische Prozessführung, zeigt Ihnen, wie Sie den Dienstleistungsprozess gestalten können, um damit Geld zu verdienen.
- **Nachhaltige Drogerie** – Neben dem ökologischen Gesichtspunkt treten die sozialen und ökonomischen Aspekte im Nachhaltigkeitsmanagement oft in den Hintergrund. Sie erfahren, mit welchen nachhaltigen Massnahmen Sie Geld sparen und Ihre Drogerie langfristig zum Erfolg führen können.
- **Insulinresistenz behandeln** – Ein Therapiekonzept, das Erfolg verspricht, da dadurch das Risiko für mehr als 22 Folgeerkrankungen vermindert werden kann.
- **Übergewicht und Adipositas** – Entwickeln Sie praxisnahe und nachhaltige Strategien für den Beratungsalltag.
- **Hauterkrankung** – Werden Sie die erste Anlaufstelle bei Hautproblemen und erweitern Sie Ihre Kompetenzen für einen systemischen Behandlungsansatz.
- **Schmerzen** – Heben Sie sich mit einer alternativen und erfolgreichen Schmerztherapie in der Drogerie von Ihren Mitbewerbern ab. Wir zeigen Ihnen wie.

Weitere Themen, Informationen zu den Keynotes und Workshops sowie den Zeitplan finden Sie auf der Internetseite drogerie.ch (oder scannen Sie dazu den QR-Code unten rechts).

Melden Sie sich jetzt für den Drogerie Kongress an!

Der Kongress findet vom 27.–29. April 2025 an der ESD in Neuenburg statt. Sonntag und Montag richten sich speziell an dipl. Drogistinnen und Drogisten HF, der Dienstag steht auch Drogistinnen und Drogisten EFZ offen.

Möchten Sie mehr über den Drogerie Kongress erfahren oder sich anmelden? **Scannen Sie dazu den nebenstehenden QR-Code.**



würden schon sehr oft und viel angeboten. «Die Frage ist hier: Wie kann ich mich differenzieren?» Im Beratungsgespräch selbst rät der Marketingexperte zu Aufmerksamkeit. Ob sich jemand beraten lasse oder nicht, sei letztlich ein emotionaler und unbewusster Entscheid. «Darum ist es wichtig, zu Beginn den emotionalen Trigger zu finden, der dazu führt, dass sich die Kundin oder der Kunde auf die Dienstleistung einlässt», so Zutt. Kundinnen und Kunden kämen zudem schon mit einer bestimmten Vorstellung ins Geschäft. Dies sei bereits der Moment, in die Beratung einzusteigen, sagt Zutt. Leider erlebe man in Apotheken und Drogerien jedoch oft folgendes Szenario: «Man hat ein Problem und verlangt bereits von vornherein ein bestimmtes Produkt. Oft lautet die Antwort, wenn ein verlangtes Produkt nicht verfügbar ist, so: <Nein, das haben wir nicht. Aber wir haben noch dieses Produkt im Angebot.>» Die beratende Person ergründe nicht in ausreichendem Mass, mit welchem Hintergrund der Kunde oder die Kundin das Geschäft betreten und nach dem entsprechenden Produkt verlangt habe. «Wenn ich zu Beginn nicht genau herausfinde, warum jemand in meiner Drogerie steht, dann ist alles, was danach kommt, wertlos», ist Zutt überzeugt.

Fragen, von denen Zutt abrät, sind etwa: «Wir hätten gerade das im Angebot. Möchten Sie das?» Oder: «Kann ich Ihnen helfen?» Fast niemand bejahe solche Fragen. Die Menschen bräuchten erst mal Zeit, sich zu orientieren. «Wie bereits erwähnt, kann ich in der Drogerie, anders als in der Apotheke, mehr selber in die Hand nehmen und so schon einen ersten Schritt machen.» Dieses Gefühl sei wichtig, sagt Zutt.

Wichtig seien auch psychologische Effekte. Beispielsweise könne man eine Dienstleistung, die eigentlich intangibel, also nicht greifbar sei, greifbar machen. «Das banalste Beispiel dafür sind Flyer, aber es gibt natürlich attraktivere Möglichkeiten. Es geht darum, den Leuten greifbar aufzu-

zeigen, worum es bei der Dienstleistung geht», so Zutt. Das könnten etwa auch Bauklötze sein zur Veranschaulichung. Denn: Was der Kunde erst mal in den Händen halte, gebe er ungern wieder her, so Zutt. «Bauklötze bieten zudem den Vorteil, dass die Kundinnen und Kunden auch haptisch wählen können, wenn jeder Klotz etwa für ein Modul des Dienstleistungsangebots steht.»

Die Kundschaft miteinbeziehen und Hürden senken

Die Wichtigkeit der Haptik erklärt Zutt so: Sobald etwas dreidimensional sei und handfest, könnten Kundinnen und Kunden es «im doppelten Sinne» begreifen. Es werde im Gehirn besser abgebildet. Und wenn ein Dienstleistungspaket aus Beratung und Produkten darüber hinaus modular aufgebaut sei, biete es neben dem haptischen Erleben bereits ein gewisses Potenzial an Individualisierung. Mitzuentscheiden oder selbst aktiv werden zu können, sei für Kundinnen und Kunden essenziell. «Das gibt ihnen das Gefühl, im Cockpit ihrer Entscheidung zu sitzen», sagt Zutt.

Dieses Gefühl könnte man potenziellen Kundinnen und Kunden auch schon vor Betreten des Geschäfts geben. Dann nämlich, wenn sie die Website besuchen. Sei dies mit den von Andrea Ullius vorgeschlagenen Online-Fragebögen oder mit der Möglichkeit, selbst einen Termin für eine Beratung oder eine Analyse zu buchen. Genaue Zahlen dazu, wie viele Drogerien bereits auf solche Tools setzen, fehlen. Doch wenn man sich zufällig einige Websites von Drogerien ansieht, wird klar, dass bei den meisten noch Luft nach oben besteht. Wie es auch anders gehen könnte, warum sich Buchungstools lohnen können und worauf bei der Wahl des Tools zu achten ist, erfahren Sie im Artikel «Mit wenigen Klicks von der Website zur bezahlten Dienstleistung» auf Seite 18. ■

Was ist Neuromarketing?

Neurowissenschaften und Psychologie mit Marketing verbinden, um Kaufentscheidungsprozesse im Gehirn zu verstehen – diesen Zweck verfolgt der Bereich des Neuromarketings. Mittels Technologien wie funktioneller Magnetresonanztomographie werden Gehirnaktivitäten gemessen. Die Geburtsstunde des Neuromarketings war die sogenannte Pepsi Challenge im Jahre 2004. Diese zeigte, dass der Konsum von Coca-Cola andere Hirnareale aktivierte und positivere Assoziationen auslöste als Pepsi. Die Befürworter des Neuromarketings sehen darin die Möglichkeit, Produkte und Dienstleistungen besser auf Konsumentenbedürfnisse abzustimmen. Kritiker wie John-Dylan Haynes, Hirnforscher am Berliner Bernstein Center for Computational Neuroscience, halten Rückschlüsse auf das Kaufverhalten für fragwürdig. Ein direkter «Kauf-Button» im Gehirn existiere nicht. Die Diskussion über die Wirksamkeit von Neuromarketing dürfte die Entwicklung des kontroversen Feldes weiterhin prägen.

Mit wenigen Klicks von der Website zur bezahlten Dienstleistung

Mehr als jede zweite Person in der Schweiz hat laut local.ch schon einmal einen Termin online gebucht. Sei es im Restaurant, beim Coiffeur oder beim Arzt. Auch für Drogerien kann es sich lohnen, auf Buchungstools zu setzen. Vorausgesetzt, es werden ein paar Punkte beachtet.

 Désirée Klarer

Die Integration jedes Tools steht und fällt mit einem umfassenden Lastenheft zu Beginn. Eine Anbindung auf die Schnelle funktioniert in den seltensten Fällen. Frustration ist vorprogrammiert. Das dürfte wohl auch einer der Gründe sein, warum es noch immer Drogerien gibt, die nicht auf Online-Buchungstools setzen. Man muss sich unter anderem darüber im Klaren sein, welche Funktionen es haben soll, wie viele Mitarbeitende damit arbeiten werden, welche Schnittstellen es zu beachten gilt. Es lohnt sich, die Anforderungen im Vorfeld klar und detailliert festzuhalten und mit den Anbietern abzugleichen. Was dabei ganz sicher nicht vergessen werden darf, ist das Thema Datenschutz.

Flexibilität als Schlüsselfaktor

Bei der Wahl des richtigen Tools spielt die Benutzerfreundlichkeit eine zentrale Rolle – und zwar sowohl für die Kundschaft als auch für die Mitarbeitenden. Kundinnen und Kunden sollten auf Anhieb sehen, was wann gebucht werden kann, was die Dienstleistung genau beinhaltet und was sie kostet. Für beide Seiten ist wiederum Flexibilität wichtig, wie **Robert Zeh**, Geschäftsführer der eTermin GmbH mit Sitz in Schwyz betont. «Online-Buchungstools müssen sich flexibel an den Workflow und die Gegebenheiten anpassen lassen und nicht umgekehrt», sagt er. Ziel sei es, das komplette Terminmanagement zu automatisieren. «So, dass bei Terminänderungen oder -stornierungen das System selbständig im Hintergrund die Arbeit erledigt.»

Das Buchungstool von Planyo aus Lavertezzo wiederum bietet ein anderes Feature, wie **Klaudia Derrer** vom technischen Dienst verrät: «Kundinnen und Kunden können eine Dienstleistung reservieren, ohne eine spezifische Mitarbeitende auszuwählen. Das System weist die Buchung automatisch einer verfügbaren Person zu.» **Dominik Rapacki**, Gründer des Kölner Unternehmens Meetergo wiederum setzt auf Pausen, Pufferzeiten und einen Feiertagsmanager. «Zudem lässt sich auch festlegen, wie oft Termine pro Tag gebucht werden können und welche Vorlaufzeiten erforderlich sind.»

Kosten und Mehrwert

Die Preise für Online-Buchungstools variieren je nach Anbieter und Funktionsumfang. «Unser Angebot beginnt bei 29 Franken pro Monat», sagt Klaudia Derrer von Planyo. Für eine erste Einschätzung können Interessierte auf Planyo den Preiskalkulator nutzen. Will man Meetergo im geschäftlichen Kontext einsetzen, belaufen sich die Kosten auf knapp 24 Franken pro Monat. eTermin wiederum kann während 30 Tagen kostenlos getestet werden und startet dann bei 25 Franken pro Monat.

Die Investition in ein Online-Buchungstool zahlt sich durch weniger administrative Arbeit und bessere Planbarkeit aus. Ausserdem bieten viele Tools praktische Zusatzfunktionen, wie etwa den Upload von Dokumenten im Vorfeld oder die Einbettung von Fragebögen. Kundinnen und Kunden sehen direkt, was angeboten wird, können je nach Tool direkt bezahlen und müssen sich bei der Terminbuchung nicht mehr an Öffnungszeiten halten. ■

Gemäss Heilmittelgesetz,
der Arzneimittel-Werbeverordnung und
der Medizinprodukte-Verordnung
ist Fachwerbung, die auf dieser Seite
angezeigt würde, ausschliesslich
für das Fachpublikum bestimmt.



Erfolgreich, bescheiden und grosszügig

Mit seiner Drogerie Käser im bernischen Kirchberg, seinem immensen Wissen über Heilpflanzen und Naturheilkunde sowie unzähligen Kräutereisen erlangte Fredi Käser in den 80er- und 90er-Jahren schweizweit Bekanntheit. Im Jahr 2000 verkaufte er sein florierendes Geschäft, das er mit seiner Frau Annemarie führte. Nun hat das betagte Ehepaar den Drogistenverband mit einer Schenkung bedacht.

 Claudia Merki |  Miriam Kolmann

Sie haben von 1970 bis 2000 als Unternehmerpaar die Drogerie Käser in Kirchberg BE sehr erfolgreich geführt. Was war Ihr Erfolgsrezept?

Fredi Käser: Ich habe Pflanzen wild gesammelt und am gleichen Morgen noch zu Frischpflanzentinkturen verarbeitet, weshalb die Produkte eine hohe Qualität aufwiesen. Anfang der 80er-Jahre trat ein Reisebüro mit der Idee an mich heran, Kräutereisen anzubieten. Zusammen mit einem befreundeten Drogisten starteten wir 1981 die erste Reise nach Korsika. Damit waren wir sehr erfolgreich. Bis 2014 leitete ich 130 Reisen, erst im europäischen Raum, ab 1994 auch nach Costa Rica, Madagaskar, La Réunion und Sri Lanka. Die Gäste hatten viele Fragen zu den Kräutern und Anwendungsbereichen, sodass ich jeweils mit Aufträgen zur Herstellung von Naturheilmitteln nach Hause kam.

Woher rührt Ihr grosses Interesse an Kräutern und Wildpflanzen?

Fredi Käser: Ich absolvierte meine Drogistenlehre in der Drogerie Quinche in Solothurn bei Robert Quinche. Er war der Kräuterpapst der Schweizer Drogisten und ich hatte das grosse Glück, ihn als Lehrmeister zu haben. Er nahm mich mit auf Exkursionen, wir richteten auf dem Weissenstein einen Kräutergarten ein. Schon als Lehrling durfte ich eine Kräuterwanderung auf die St. Petersinsel leiten. Da hatte ich ver-

standen, dass ich noch viel darüber würde lernen müssen. Das spornte mich an.

Selbst die Medien wurden im Laufe der Zeit auf Ihre Kräutereisen aufmerksam.

Fredi Käser: Für die «Schweizer Familie» begleitete ich 2010 drei Leserreisen in die Provence. Über all die Jahre fragten mich auch Vereine an für Vorträge über Heilpflanzen und Kräuterwanderungen. Hinzu kamen Workshops für Laien, in denen ich sie in die Kräuterverarbeitung oder Herstellung von Salben und Kosmetika einführte.

Bereits in den 80er-Jahren betrieben Sie für den «Blick» ein Gesundheitstelefon. Erzählen Sie, Herr Käser.

Fredi Käser: Erst schrieb ich eine Zeit lang im redaktionellen Teil des Blattes über Heilpflanzen. Später fragten sie mich an, ob ich auf der Redaktion in Zürich ein Gesundheitstelefon betreiben würde, um Anrufernden Fragen über Heilpflanzen zu beantworten, was ich dann tat. Es läutete ständig.

Frau Käser, Sie sind keine Drogistin, arbeiteten aber in der Drogerie mit. Welches waren Ihre Aufgaben?

Annemarie Käser: Ich war für die ganze Administration zuständig, von den Einsatzplänen über die Berechnung und Auszahlung der Löhne bis hin zur Buchhaltung. Ich wollte es wahnsinnig exakt machen, war

mit Herzblut dabei. Wenn ich eine Unklarheit hatte und Fredi etwas fragen wollte, war es manchmal schwierig, ihn zu Gesicht zu bekommen, so beschäftigt war er.

Sie sind privat ein Paar und waren es über lange Zeit auch beruflich. Für viele wäre diese Konstellation zum Scheitern verurteilt. Wieso hat es bei Ihnen funktioniert?

Fredi Käser: Ich redete ihr nicht drein und umgekehrt.

Annemarie Käser: Das ist schon so. Ich war im Hintergrund tätig.

Waren Sie sich nicht manchmal uneinig?

Annemarie Käser: Ja, das gab es. Ich fand zum Beispiel, er solle nicht so oft weg, auf Kräuterreisen etwa. Da spürte ich die Verantwortung auf mir lasten, hoffte aber auch, dass er wieder gut nach Hause kommt.

Sie waren neben den Hausspezialitäten auch bekannt für Ihre Gesundheitsberatungen. Die Leute standen vor Ihrer Drogerie Schlange, selbst Kundinnen und Kunden aus Zürich sind angereist.

Fredi Käser: Durch Mund-zu-Mund-Propaganda und vielleicht auch durch das Gesundheitstelefon vom «Blick» wurde ich nach und nach fast schweizweit bekannt und wir verschickten unsere Spezialitäten im ganzen Land. Dieser Erfolg bereitete uns Freude, selbst wenn wir manchmal müde waren.

Sie engagierten sich auch stark in der Stiftung Ballenberg und bauten die historische Drogerie mit auf. Was lag ihnen daran?

Fredi Käser: Auf dem Ballenberg stand ein Gebäude leer. Es ergab sich die Gelegenheit, dort eine historische Drogerie einzurichten. Das hat mich sehr gereizt und war eine Abwechslung zu meinem Berufsalltag. Mit einem befreundeten Drogisten begab ich mich

auf die Suche nach historischen Gerätschaften wie Destillationskolben und weiterem Labormaterial sowie Einrichtungsgegenständen. Im Nebenhäuschen installierten wir eine Fabrikation mit grossen Mahlsteinen, die Körner zu Pulver verarbeiten.

Sie müssen enorm viel gearbeitet haben.

Fredi Käser: Im Geschäft stand ich täglich von 7 Uhr morgens bis 19 Uhr abends, wir gönnten uns jährlich zwei Wochen Ferien.

Erzählen Sie uns etwas über Ihre Anfänge in der Drogerie – wie war das damals im Vergleich zu heute?

Fredi Käser: Ich denke, es war in vielerlei Hinsicht einfacher, besonders was die Regulierungen und die Bürokratie angeht. Wir hatten dadurch mehr Zeit für die Produktion der Hausspezialitäten und für die Beratung unserer Kundschaft.

Sie beschäftigten auch jedes Jahr Lehrlinge. Welcher Lehrmeister waren Sie ihnen?

Fredi Käser: (lacht, überlegt) Ich war vielleicht ein bisschen streng, etwa wenn die Leistungen nicht stimmten oder die Hygiene im Labor nicht eingehalten wurde. Ich war aber gerecht zu allen, wir hatten ein gutes Verhältnis untereinander. Auch mit den Mitarbeitenden hatten wir praktisch nie Probleme, es herrschte ein guter Teamgeist.

Könnten Sie heute einem jungen Menschen nach wie vor empfehlen, Drogistin oder Drogist zu werden?

Fredi Käser: Auf jeden Fall, der Beruf ist immer noch interessant und vielseitig. Schade kommen nicht mehr junge Burschen!

Annemarie Käser: Das Wissen einer Drogistin über Hausspezialitäten kommt ihr gerade auch dann zugute, wenn sie eine Familie hat.



Fredi Käser

Er absolvierte von 1956 bis 1960 eine Lehre als Drogist in der damaligen Drogerie Quinche in Solothurn. Ein Jahr später stellte ihn sein Vater – ebenfalls Drogist – als Geschäftsführer in der Drogerie Käser in Kirchberg BE ein. Von 1963 bis 1964 erlangte der junge Mann in Neuenburg an der heutigen ESD den Titel eidg. dipl. Drogist. Nach dem Tod des Vaters ging die Drogerie 1970 an Fredi und Annemarie Käser über. Im Jahr 2000 verkaufte er sein Unternehmen an seinen Angestellten Stephan Vögeli. Mit einem Heilpraktikerdiplom in der Tasche bot Fredi Käser danach noch während zehn Jahren Gesundheitsberatungen an. Ebenso lang engagierte er sich als Vizepräsident in der Stiftung Ballenberg. 2019 gründete das kinderlose Ehepaar die «Alfred und Annemarie Käser Stiftung».

Im Jahr 2000 hat Stephan Vögeli Ihre Drogerie mit etwa 15 Mitarbeitenden übernommen, sie heisst nun «Käser&Vögeli». Es steht zwar Käser drauf, aber drin ist «nur» noch Vögeli.

Fredi Käser: Ich erklärte Stephan damals, dass er die Drogerie nun mit «Vögeli» anschreiben könne. Er jedoch wollte meinen Namen mitführen, da dieser bekannt ist. Stephan arbeitete davor als Angestellter einige Jahre in unserer Drogerie. Heute betreibt er sie in unserem Sinn und Geist weiter.

Sie und Ihre Frau waren beim Verkauf beide 60 Jahre alt. Beendeten Sie zu diesem Zeitpunkt Ihr Berufsleben?

Fredi Käser: Ich verfüge auch über eine Ausbildung zum Heilpraktiker und bot nach dem Drogerieverkauf als Selbstständiger in meiner Praxis in der Drogerie Gesundheitsberatungen an. Nebenher leitete ich noch einige Kräuterreisen im Ausland.

Annemarie Käser: Ich arbeitete noch drei Jahre bei Stephan weiter. Manchmal, wenn geschäftlich möglich, begleitete ich Fredi auf eine Reise, was ich schon vorher ab und zu tat.

Herr Käser, wenn Sie heute Ihr ehemaliges Geschäft für einen Einkauf aufsuchen, benutzen Sie den Hintereingang. Weshalb?

Fredi Käser: Nähme ich den Vordereingang, würde ich von alteingesessenen Kundinnen und Kunden um Beratung angefragt. Diese liegt aber längst in den kompetenten Händen von Stephan Vögeli.

Verfolgen Sie die Drogeriebranche nach wie vor?

Fredi Käser: Wie andere Krimis lesen, vertiefe ich mich immer noch gerne in Fachliteratur und lese die Magazine *Wirkstoff* und *Drogistenstern*. So bin ich informiert. Ansonsten habe ich mich ganz aus der Branche zurückgezogen. Man muss den jungen Leuten Platz machen.

Mit der «Alfred und Annemarie Käser Stiftung» unterstützen Sie unter anderem Jugendliche in Ausbildung, darunter auch Studierende an der ESD in Neuenburg. Weshalb dieses Engagement?

Fredi Käser: Wenn junge Menschen Mühe haben, ihren Lebensunterhalt während des Studiums an der ESD zu finanzieren, unterstützen wir sie anhand eines Gesuches finanziell.

Annemarie Käser: Nicht alle Eltern sind in der Lage, ihren Kindern mit Geld unter die Arme zu greifen. So erhalten diese Studierenden von uns einen einmaligen Betrag, den sie nicht zurückzahlen müssen.

Der SDV durfte vor nicht allzu langer Zeit eine Schenkung von Ihnen entgegennehmen, die speziell für gute Projekte im Bereich Nachwuchsförderung eingesetzt werden soll. Wiederum dürfen damit junge Berufsmenschen der Branche profitieren. Weshalb setzen Sie sich für diese ein?

Fredi Käser: Unsere Branche braucht Nachwuchs, damit sie weiterbesteht. Der Beruf hat mir sehr viel gegeben, nun möchte ich etwas zurückgeben.

Sie sind jetzt beide 84 Jahre alt. Wie halten Sie sich fit und gesund?

Fredi Käser: Im Winter unterstützen wir die Immunabwehr phytotherapeutisch, nehmen zudem Mineralstoffe wie Zink und Vitamin D ein. Insbesondere achten wir auch auf unsere Ernährung. Jeden Morgen betreibe ich eine halbe Stunde Rückenfit und ich gehe in die Männerriege. In einer Männergruppe walke ich einmal wöchentlich zwei Stunden.

Annemarie Käser: Auch ich absolviere jeden Morgen zu Hause ein Rückentraining. Regelmässiges Laufen mit Fredi gehört ebenfalls zu meinem Fitnessprogramm. ■



In der März-Ausgabe von *Wirkstoff*

erwartet sie an dieser Stelle ein Gespräch mit Herbert Schwabl, ehemaliger Geschäftsführer der Padma AG.



Annemarie Käser

Nach einer Lehre als Verkäuferin von 1956 bis 1958 bildete sie sich an einer Handelsschule kaufmännisch weiter, um danach in der Generaldirektion der PTT in Bern während viereinhalb Jahren als Sekretärin zu arbeiten. Von 1970 bis 2000 führte sie zusammen mit ihrem Mann Fredi die Drogerie Käser und arbeitete nach dem Verkauf noch weitere drei Jahre als Angestellte des Nachfolgers Stephan Vögeli in der Administration mit.

Gemäss Heilmittelgesetz,
der Arzneimittel-Werbeverordnung und
der Medizinprodukte-Verordnung
ist Fachwerbung, die auf dieser Seite
angezeigt würde, ausschliesslich
für das Fachpublikum bestimmt.

Gemäss Heilmittelgesetz,
der Arzneimittel-Werbeverordnung und
der Medizinprodukte-Verordnung
ist Fachwerbung, die auf dieser Seite
angezeigt würde, ausschliesslich
für das Fachpublikum bestimmt.



Kurz nicht aufgepasst und schon liegt man auf dem kalten und harten Eis:
Jährlich verunfallen etwa 3800 Menschen beim Eislaufen in der Schweiz.

Wenn die Eisprinzessin fällt...

...und der Skifahrer stürzt, dann braucht es rasche Hilfe. Neben präventiven Massnahmen können Drogerien bei kleineren Unfällen unterstützen und beraten. Denn der Winter bietet vielfältige Möglichkeiten, sich sportlich auszutoben, jedoch gleichzeitig auch einiges an Verletzungsgefahren.

📷 Céline Jenni | ✍️ Muriel Ackermann

Verschneite Landschaften und glitzernde Eisflächen locken in den Wintermonaten viele Menschen nach Draussen und zu allen möglichen Wintersportarten. Nur leider kann im Winterwunderland auch so einiges gehörig schiefgehen... Auf Seite 28 können sie allerhand kleinere Unfälle und Verletzungen entdecken und sehen, welchen Gefahren man bereits präventiv entgegenwirken könnte: sich mit der richtigen Ausrüstung wie Helm und Rückenpanzer beim Skifahren und Snowboarden schützen, Kleidung nach dem Zwiebelprinzip anziehen, um nicht zu frieren, und bei Sonnenschein an die Sonnencreme denken.

Hilfreich ist in jedem Fall ein Notfallset, um bei Verletzungen schnell reagieren zu können.

Verletzungsgefahr

Gemäss der SUVA ist über ein Viertel der Schweizer Bevölkerung auf den Pisten und übt Schneesport aus. Gemäss der Unfallstatistik verletzen sich jedes Jahr rund 34000 Personen beim Ski- oder Snowboardfahren, insbesondere an den unteren und oberen Extremitäten. Übrigens: Gemäss der Anzahl Verletzten pro Millionen Stunden Ausübung

in verschiedenen Sommer- und Wintersportarten schwingt Eishockey mit rund 3000 Verletzten weit oben aus, Schlitteln/Bobfahren belegt mit rund 2300 Verletzten den dritten Podestplatz. Snowboarden (744 Verletzte/Mio. Stunden Ausübung), Skilanglauf (418), Skifahren (alpin, 391), Tourenskifahren (194) und Schneeschuhwandern (145) haben vergleichsweise ein kleineres Unfallrisiko.¹

Sofortige Hilfe

Verstauchungen und Prellungen sind in vielen Sportarten häufige Verletzungen. Dann sollte man sich unbedingt an die Erste-Hilfe-Regel «PECH» erinnern:^{2,3}



Pause: Das verletzte Körperteil soll sofort ruhiggestellt und nicht weiterbewegt werden.



Eis: Die betroffene Körperstelle soll sofort gekühlt werden, damit Schwellungen reduziert und Schmerzen gelindert werden. Durch die Kühlung ziehen sich die Blutgefässe zusammen. Das Eis soll aber nie direkt auf die Haut gelegt, sondern mit einer Stoffschicht aufgelegt werden.



Compression: Ein Stützverband hilft, das Gewebe zusammenzudrücken, damit die Entstehung von Schwellungen und Blutergüssen weiter verringert oder verhindert wird. Der Stützverband soll jedoch nicht zu fest angezogen werden, sonst werden Blutgefässe abgedrückt. Wie Stützverbände richtig gewickelt werden, können Sie in der *Wirkstoff*-Ausgabe 6/2024 nachlesen.



Hochlagern: Der verletzte Körperteil soll für mehrere Stunden hochgelagert werden, sofern sich die Schmerzen dadurch nicht verstärken. Mit dieser Massnahme soll die Schwellung ebenfalls reduziert werden.

Die PECH-Regel kann bei Sportverletzungen wie Muskelzerrungen, Blutergüssen, Bänderdehnung oder -riss, Prellungen, Verrenkungen oder Verstauchungen angewendet werden. Wenn die Schmerzen anhalten und/oder von neurologischen Beschwerden begleitet werden (zum Beispiel Kribbeln, Taubheitsgefühle), dann sollte man ärztliches Fachpersonal aufsuchen. Bei Verletzungen wie Knochenbrüchen oder offenen Wunden braucht es andere Erste-Hilfe-Massnahmen als die PECH-Regel: Das verletzte Körperteil sollte ruhiggestellt und unverzüglich ärztliche Hilfe angefordert werden.

Unterstützend können bei stumpfen Verletzungen homöopathische Mittel eingesetzt werden. Arnica D₆ oder D₁₂ kann bei Schwellungen und Blutergüssen unterstützend wirken, Apis mellifica D₆ bei ausgeprägten Schwellungen ohne Bluterguss, Bryonia D₆ bei schmerzhaften Prellungen und Rhus toxicodendron D₁₂ bei Schmerzen nach einer Zerrung oder Dehnung.⁴



Mundtrockenheit oder Speichelmangel?



WILD

EMOFRESH

Gel zur Mundbe- feuchtung

**Spendet Feuchtigkeit
bei trockenem Mund und
schützt vor Karies**

Das zuckerfreie und
zahnschonende **EMOFRESH®**
wird bei Speichelarmut und
zur Kariesprophylaxe bei
Mundtrockenheit empfohlen.

Entwickelt und hergestellt
in der Schweiz und deshalb
jederzeit lieferbar.

 @wildpharma

 wildpharma

11 Eine Rettungsdecke gehört in jedes Notfallset und dient unter anderem dem Schutz vor Kälte beziehungsweise zur Verhinderung der Unterkühlung bei verletzten Personen. Die silberne Seite, welche die Wärmestrahlung reflektiert, wird als Innenseite verwendet und die goldene Seite, die Wärme absorbiert, ist dementsprechend auf der Aussenseite. Die goldglänzende Oberfläche sorgt im Schnee zudem für gute Sichtbarkeit und hilft Rettungskräften, die verletzte Person schnell zu finden.

10 Das Fahrverhalten/die Geschwindigkeit von Skifahrern und Snowboarderinnen sollte sich dem Können und den Verhältnissen anpassen – damit kann man rechtzeitig ausweichen und Kollisionen vermeiden. Ein Zusammenstoss auf der Piste mit 50 km/h entspricht gemäss SUVA etwa dem Aufprall nach einem Absturz aus rund 10 Meter Höhe.

9 Wer das Pech hat, sich beim Wintersport zu verletzen, dem hilft hoffentlich die PECH-Regel: Pause, Eis, Compression und Hochlagern.

8 Gegen den Muskelkater hilft Wärme und Entspannung: heisse Bäder, Saunagänge, Sportsalben und viel Schlaf.

1 Ein guter Helm kann rund ein Drittel aller Kopfverletzungen verhindern – sowohl beim Skifahren, Snowboarden oder Schlitteln.



7 Das Zwiebelprinzip bei der Kleidung sollte bewirken, dass man weder friert noch übermässig schwitzt. Sobald Feuchtigkeit auf die Haut gerät, kühlt der Körper aus. Vorboten einer Unterkühlung sind blaue Lippen und ein zitternder Körper.

- 2 Beim Eislaufen immer Handschuhe tragen – sie schützen die Finger und verhindern oftmals schlimme Schnittwunden vom Eis selbst, aber auch von den Kufen der Schlittschuhe.

- 3 Babys und kleine Kinder haben noch ein physiologisch unreifes Thermoregulationssystem, wodurch der kindliche Körper sehr schnell Wärme verlieren kann. Unbedeckte Haut von Kindern und älteren Menschen kann mit einer Wind- und Wettercreme vor der Kälte geschützt werden. In beheizten Räumen die Kältecreme aber unbedingt entfernen, damit ein Wärmestau auf der Haut vermieden wird.

- 4 Der Alkohol beim Après-Ski lässt die eisigen Temperaturen mit einem wohligen warmen Gefühl schnell vergessen. Denn: Alkohol verändert das Kälteempfinden, erweitert jedoch die Blutgefäße, weshalb der Körper schneller auskühlt. In der Schweiz, in Deutschland und Österreich gibt es keine Promillegrenze für Ski- und Snowboardfahrer, jedoch kann ein Unfall in betrunkenem Zustand Auswirkungen auf den Versicherungsschutz haben. In Italien gelten strengere Pistengesetze: Wer mit einem Alkoholpegel über 0,5 Promille fährt, riskiert eine Busse..

- 5 Achtung heiss: Am Fondue-Caquelon, am Raclette-Ofen oder an heißen Getränken verbrennt man sich ganz schnell die Finger.

- 6 Schnee und Eis reflektieren mehr als 80 Prozent des UV-Lichtes der Sonne und beanspruchen die Haut, auch wenn sich die Sonne bei eisiger Kälte harmlos anfühlt. Eine gute Sonnencreme ist also ein Muss, um auch im Winter keinen Sonnenbrand zu bekommen.



Das vollständige Literaturverzeichnis finden Sie hier:



Gemäss Heilmittelgesetz,
der Arzneimittel-Werbeverordnung und
der Medizinprodukte-Verordnung
ist Fachwerbung, die auf dieser Seite
angezeigt würde, ausschliesslich
für das Fachpublikum bestimmt.



stock.adobe.com/LIGHTFIELD STUDIOS

Winterzeit ist Virenzeit

Respiratorische Viren haben im Winter Hochsaison und vermiesen Betroffenen den Alltag mit lästigen Symptomen wie Fieber, Schnupfen, Husten oder Halsschmerzen. Warum beeinträchtigt kalte Luft unsere Immunabwehr und kann man rein anhand der Symptome Grippe, Erkältung, Corona und RSV unterscheiden?

 Céline Jenni

Es schnieft, hustet und keucht in den Wintermonaten wieder überall. Gemäss dem Bundesamt für Gesundheit (BAG) hat die saisonale Grippewelle Anfang Dezember begonnen. Stand Anfang Januar 2025 zirkulierten Influenza, Rhinoviren, SARS-CoV-2, Adenoviren und RSV gemäss dem Sentinella-Meldesystem (freiwilliges Erhebungssystem zur Überwachung häufiger Infektionskrankheiten).^{1,2} All diese respiratorischen Viren lösen ähnliche Symptome wie Fieber, Husten, Halsschmerzen und Schnupfen aus. Vergleicht man die Symptome bei Erwachsenen, dann sind gewisse Merkmale für eine Atemwegserkrankung typischer als für die anderen (siehe Tabelle «Grippe, Erkältung, Corona und RSV im Überblick» auf Seite 32). Eine Grippe startet meistens schnell, während eine Erkäl-

tung schleichend verläuft. Endgültige Klarheit, welchen Virus man sich eingefangen hat, verschafft jedoch nur ein Test.³⁻⁵

Erkältungsviren: wandelbar und vielfältig

Mehrere hundert Virentypen können bei einer Erkältung in Frage kommen: In rund 40 Prozent der Fälle sind Rhinoviren für die Erkältungsbeschwerden verantwortlich. Andere mögliche Viren sind Parainfluenza-, Corona-, Respiratorisches Synzytial- und Adenoviren. Erkältungsviren sind extrem erfolgreich, was ihr Infektionspotenzial und ihre Verbreitung betreffen. Da sie auch so vielfältig und wandelbar sind, ist es bis jetzt unmöglich, einen umfassenden Impfstoff

gegen Erkältungen zu entwickeln.⁵ Sobald Erkältungsviren in die Nase oder den Rachen gelangen, binden sie an das ICAM-1-(intercellular adhesion molecule, dt.: Interzelluläre Zelladhäsionsmoleküle) Oberflächenprotein auf den Epithelzellen und dringen in die Zelle ein.^{5,6} In der Zelle vermehren sie sich in grosser Zahl und greifen bei Absterben der Zelle auf die nächste über. Das Immunsystem reagiert auf dieses Zerstörungswerk mit Abwehrzellen wie Lymphozyten und Makrophagen. Die lokal entstehenden Entzündungen spürt die erkrankte Person mit den typischen Erkältungssymptomen. Nach etwa einer Woche hat das Immunsystem die Viren meistens erfolgreich bekämpft und die Symptome flachen wieder ab.⁵ Bei folgenden Red Flags einer Erkältung sollte eine erkrankte Person zu einer ärztlichen Fachperson geschickt werden: Fieber (>39.5°C oder >39°C während mehr als 3 Tagen), neu aufgetretene Dyspnoe, Husten,

der länger als zwei Wochen anhält, Schluck-schwierigkeiten oder bei vorbestehenden Lungenerkrankungen.⁷

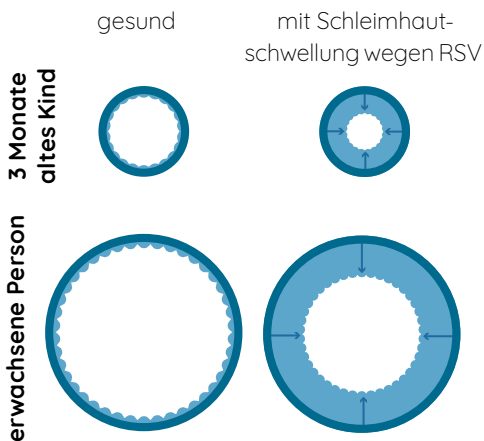
Gefährlich für Säuglinge

Das Respiratorische Synzytial-Virus (RSV) sorgt im Winterhalbjahr für Erkältungen, grippeartige Erkrankungen und Bronchiolitis. Es gibt dabei zwei Stämme von RSV, A und B, die meistens gleichzeitig zirkulieren. Ältere Kinder, Jugendliche und Erwachsene sind meistens nur von relativ milden Krankheitssymptomen betroffen, auch wenn RSV gelegentlich zu einem länger anhaltenden, trockenen Husten führen kann. Für Säuglinge und Kinder unter zwei Jahren sind jedoch Entzündungen der unteren Atemwege – Bronchitis und Bronchiolitis – häufige Komplikationen.^{8,9} Das liegt einerseits daran, dass Neugeborene noch ein un-

Grippe, Erkältung, Covid-19 und RSV im Überblick^{3,4,8,9}

		Grippe/Influenza	Erkältung	Covid-19	RSV
Erreger		Influenza A- und B-Viren	Mehrere hundert verschiedene, in rund 40 % der Fälle Rhinoviren	SARS-CoV-2	Humanes Respiratorisches Synzytial-Virus
Inkubationszeit in Tagen		1–2	3–4	4–6	2–8
Krankheitsdauer in Tagen		5–7	7–9	5+	3–12
Ansteckungsdauer in Tagen		Bis zu 7	Bis zu 7	7+	1–8
Übertragungsweg		Tröpfchen- oder Schmierinfektion	Tröpfchen- oder Schmierinfektion	Tröpfchen- oder Schmierinfektion	Tröpfchen- oder Schmierinfektion
Symptome	Fieber	+++	+	+++	++
	Trockener Husten	+++	++	+++	+++
	Produktiver Husten	+	++	+	+
	Allg. Schwäche/ Müdigkeit	+++	++	+++	++
	Kurzatmigkeit	+	+	++	
	Verstopfte/laufende Nase	++	+++	+	++
	Halsschmerzen	++	+++	++	+
	Kopfschmerzen	+++	++	++	+
	Gliederschmerzen	+++	+	++	+
	Geruchs- und Geschmacksverlust	+	+	+++	–
	Magen-Darm-Beschwerden	+	+	++	–
	Hautausschlag	–	–	+	–

Bronchiolen



aus ausreichender Flüssigkeitszufuhr zur Sekretmobilisation und Nasenspülungen oder -tropfen bestehen. Um schwere Verläufe zu verhindern, kann der monoklonale Antikörper Nirsevimab seit Herbst 2024 Säuglingen verabreicht werden – die Kosten werden durch die obligatorische Krankenpflegeversicherung vergütet. Für Personen ab 60 Jahren stehen zudem seit Sommer 2024 zwei neue Impfstoffe zur Verfügung.⁸

Hygienemassnahmen als A und O

reifes Immunsystem haben, andererseits daran, dass die Atemwege einen sehr kleinen Durchmesser haben, wodurch es bei starker Schleimhautschwellung zu Luftnot kommen kann.¹⁰ RSV-Infektionen sind bei Neugeborenen und Säuglingen die häufigste Ursache für eine Spitaleinweisung im Winterhalbjahr. Auch ältere Menschen und Personen mit einer Immunschwäche können bei einer RSV-Infektion einen schweren Krankheitsverlauf und eine Lungenentzündung entwickeln. Dies führt häufig zu einer Hospitalisierung. Zwischen 2016 und 2021 gab es jährlich zwischen 3000 und 6000 Spitaleinweisungen aufgrund von RSV.^{8,9} Neben den gängigen Hygienemassnahmen sollten Säuglinge und Kleinkinder, sofern das möglich ist, von erkrankten Personen mit Husten und Fieber ferngehalten werden, damit sie sich nicht anstecken. Da eine RSV-Infektion keine bleibende Immunität hinterlässt, kann das Virus Personen jedes Alters erneut anstecken. Eine Therapie erfolgt symptomatisch und sollte vor allem

Verschiedene Umweltfaktoren (wie Temperatur, Feuchtigkeit, Vitamin-D-Status etc.) wirken sich grundsätzlich auf die Krankheitsanfälligkeit einer Person aus, indem sie die Abwehrmechanismen der Atemwege modulieren und die Lebensfähigkeit und Übertragung von Atemwegsviren beeinflussen (siehe Zusatztext «Was Wärme und Luftfeuchtigkeit mit Erkältungen zu tun haben»). Aber auch die Verhaltensmuster von infizierten und anfälligen Personen haben eine Auswirkung, ob Viren weiterverbreitet werden.¹¹ Alle respiratorischen Viren können durch AHA/L-Regeln in der Ausbreitung gemindert werden: Abstand halten, Hygieneregeln befolgen, (Alltags-) Masken tragen und Lüften.⁴ Das Immunsystem stärkt man am besten mit genug Schlaf, regelmässiger Bewegung und einer gesunden Ernährung. Zusätzlich kann man mit Präparaten aus der Selbstmedikation wie Phytopharmaka, Homöopathika und Mineralstoffe und Vitamine das Immunsystem optimal unterstützen.¹² ■

Das vollständige Literaturverzeichnis finden Sie hier:



Was Wärme und Luftfeuchtigkeit mit Erkältungen zu tun haben

Erkältungen werden durch Viren ausgelöst und nicht durch Kälte. Obwohl Erkältungsviren das ganze Jahr zirkulieren, lösen sie vor allem in der kalten Jahreszeit Beschwerden aus. Denn: Kalte Luft beeinträchtigt die Immunantwort. Die Nasenschleimhaut sondert bei tieferen Temperaturen weniger sogenannte extrazelluläre Vesikel ab, die bei der Abwehr von Viren beteiligt sind.^{11,13} Die Luftfeuchtigkeit spielt ebenfalls eine entscheidende Rolle. In den Wintermonaten ist die Luft draussen als auch in Innenräumen trockener. Dadurch ist der Selbstreinigungsmechanismus der Epithelzellen (mukoziliäre Clearance) eingeschränkt, weil die Schleimhäute dehydrieren und die beweglichen Zilien auf der Zelle in ihrer Bewegungsfreiheit eingeschränkt werden, wodurch der Abtransport von Viren und anderen Schadstoffen behindert ist. Viren können also leichter in die Zellen eindringen.^{11,14} Um gegen Viren und Co. bei trockener Umgebungsluft gewappnet zu sein, gibt es diverse Mund- und Nasensprays, die den Schutzfilm stärken.¹⁴ Eine neue Studie zeigt zudem, dass einfach befeuchtende Nasensprays (Spray auf Gelbasis oder Kochsalznasenspray) die Erkrankungsdauer tatsächlich verkürzen können. Die Forschenden vermuten, dass durch das Ausspülen des Nasopharynx die Viruslast reduziert wird.^{15,16}

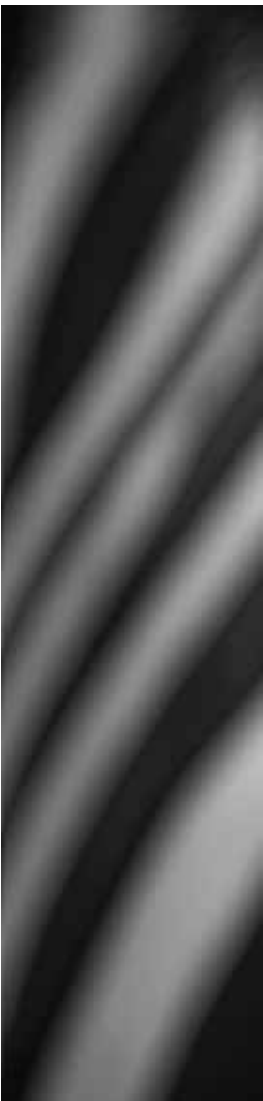
Ist es ein Zebra?

«Wenn Sie Hufschläge hören, denken Sie an Pferde, nicht an Zebras!» Zuerst an das Naheliegende und nicht an das Ausgefallene bei Krankheiten zu denken, ergibt Sinn. Manchmal ist es aber doch das Zebra, denn jede einzelne seltene Erkrankung kommt zwar selten vor, die Summe aller Betroffenen ist aber gross. Drogisten und Apothekerinnen können auf verschiedene Arten Unterstützung bieten.

 Cornelia Gabriel

Am 29. Februar, dem seltensten Tag überhaupt, findet jeweils der internationale Tag der seltenen Krankheiten statt, in den Zwischenjahren einen Tag vorher, also am 28. Februar. Er will auf die Betroffenen aufmerksam machen und das Bewusstsein wecken für seltene Diagnosen. Im Englischen spricht man von «Orphan Diseases». Das Zebra ist dabei das internationale Symbol für seltene Krankheiten geworden. Der Arzt Dr. Theodore E. Woodward prägte den Begriff «Zebra» in den 1940er-Jahren in den USA, da häufige Krankheiten (die «Pferde») wahrscheinlicher sind als seltene (die «Zebras»).

und Europäer und 27 Millionen Nordamerikanerinnen und Nordamerikaner an einer seltenen Krankheit. Gemäss Vergleich mit anderen europäischen Ländern und Hochrechnungen leben in der Schweiz schätzungsweise 580 000 Menschen mit einer seltenen Erkrankung. Eine statistische Erhebung dazu steckt noch in den Anfängen: Erst vor wenigen Jahren wurde das Schweizer Register für seltene Krankheiten (SRSK) eröffnet, in das sich die Patientinnen und Patienten selbst oder durch ihren Arzt oder ihre Ärztin eintragen können.



Das Zebra ist das offizielle Maskottchen für Patientinnen und Patienten mit seltenen Krankheiten.

Wie häufig ist selten?

Gemäss Definition spricht man von einer seltenen Krankheit, wenn weniger als eine von 2000 Personen zu einem bestimmten Zeitpunkt betroffen ist (Prävalenz). Man schätzt, dass es bis zu 8000 verschiedene seltene Erkrankungen gibt, und jährlich kommen neue dazu.

Jede einzelne dieser Krankheiten kommt zwar selten vor, die Betroffenen insgesamt sind aber zahlreich. Schätzungen gehen davon aus, dass sechs bis acht Prozent der Weltbevölkerung – also etwa ein Mensch von 17 – betroffen sind. Insgesamt leiden rund 30 Millionen Europäerinnen

Fehlende kausale Behandlungsmöglichkeiten

Die meisten der seltenen Krankheiten sind schwerwiegend, chronisch, verlaufen fortschreitend und führen zu starken Beeinträchtigungen. Beispiele sind neuromuskuläre Erkrankungen, Hämophilie, seltene Tumoren und viele mehr.

Mehr als 80 Prozent dieser Erkrankungen sind genetisch bedingt, über die Hälfte tritt bereits im Kindesalter auf, und alle Organsysteme und Funktionen können betroffen sein. Bis zu einer Diagnose vergehen im Durchschnitt fünf Jahre. Oft werden die Betroffenen in die «Psycho-Ecke» geschoben, weil keine Diagnose ge-



stock.adobe.com/Rieth

stellt werden kann, was ihre Verzweiflung noch steigert.

Praktisch für keine der seltenen Krankheiten stehen kausale Behandlungsmöglichkeiten zur Verfügung, meist kann nur symptomorientiert therapiert werden. Es fehlt an Forschungsanreizen und dem Wil-

heiten zur Verfügung stehen, zum Beispiel bei spinaler Muskelatrophie. Sie sind immens teuer und die Betroffenen müssen oft für die Kostenübernahme kämpfen.

Umgang mit Betroffenen in der Drogerie und Apotheke

Im Gespräch mit Kundinnen und Kunden erfährt man als Drogistin oder Apotheker oft Details aus ihrem Leben und von ihren Krankheiten. Ab und zu erzählen sie von Beschwerden und Symptomen, die keine ärztliche Fachperson richtig zu deuten weiss. Das kann zu Frustration und Resignation führen. Patientinnen und Patienten, die eine seltene Diagnose bekommen haben, fühlen sich häufig allein gelassen, weil es keine Behandlungsmöglichkeiten gibt. Wie können Gesundheitsfachpersonen diese Menschen im Berufsalltag erkennen, ansprechen, beraten, unterstützen und er-

Frei nach Prof. Dr. Jürgen Schäfer, Host des Podcasts «Diagnose Selten»

«Wenn eine Krankheit selten ist, müssen viele Fachpersonen daran denken, damit den Betroffenen geholfen werden kann.»

len, Medikamente, sogenannte «Orphan Drugs», für nur wenige Patientinnen und Patienten zu entwickeln. Zudem ist es oft schwierig, genügend erkrankte Personen für klinische Studien zu rekrutieren. Ein Hoffnungsschimmer sind Gentherapien, die aber nur für einige wenige Krank-

mutigen, den langen Weg zu einer Diagnose auf sich zu nehmen? Denn ohne Diagnose gibt es keinen Zugang zu einer adäquaten Therapie, zur Kostenübernahme von Leistungen durch die Krankenkasse bzw. die IV oder zur Teilnahme an Studien! Wenn eine Kundin oder ein Kunde regelmässig die Drogerie/Apotheke besucht und berichtet, dass der Grund für die Beschwerden trotz langer Suche bei verschiedenen Spezialistinnen und Spezialisten nicht gefunden werden konnte, dann lohnt sich der Hinweis auf spezialisierte Zentren für seltene Erkrankungen, die über die ganze Schweiz verteilt sind. Es gibt neun durch die kosek (Nationale Koordination seltene Krankheiten) zertifizierte Zentren für Patientinnen und Patienten mit seltenen Krankheiten beziehungsweise Personen noch ohne Diagnose. An diesen Orten ist engagiertes ärztliches Personal mit detektivischem Gespür und interdisziplinär arbeitend oft in der Lage, eine Diagnose zu stellen.

Auch die künstliche Intelligenz (KI) hat längst Eingang in die Medizin gefunden: Spezielle Apps unterstützen die Suche nach einer Krankheit, unter möglichst genauer Eingabe von Symptomen. Ein Beispiel ist «Find-Zebra», eine Such-App, die auch von Ärztinnen

und Ärzten genutzt wird, um eine Diagnose einzugrenzen.

Diagnose seltene Krankheit – und jetzt?

Wenn Betroffene für ihre rätselhaften Beschwerden endlich eine Diagnose bekommen haben, sind sie meist erleichtert, haben aber gleichzeitig viele Fragen und müssen unbedingt weiterbetreut werden. Fachpersonen können Betroffenen nur raten, Spezialistinnen und Spezialisten ihrer eigenen Erkrankung zu werden und möglichst viel selbst darüber in Erfahrung zu bringen. Das erleichtert die Kommunikation mit medizinischen Fachpersonen und dient dem Patienten-Empowerment, das heisst dem aktiven Einbezug der Patientinnen und Patienten mittels Informationen, Mitwirkung und Mitentscheidung. Dazu gehört auch, sich von allen ärztlichen Berichten eine Kopie geben zu lassen und ein eigenes Dossier, vielleicht sogar als elektronisches Patienten-dossier, zu führen.

Hilfreich ist auch der Austausch mit anderen Betroffenen. Ermuntern Sie betroffene Personen, sich mit Patienten- bzw. Selbsthilfegruppen in Verbindung zu setzen, trotz eventueller Vorbehalte. Denn wer versteht Patientinnen und Patienten besser als Mitbetroffene? In einer solchen Gruppe bekommt man Tipps und Ratschläge, die



Hilfreiche Websites

www.awmf.org	Medizinische Leitlinien
www.eurordis.org	Rare Disease Europe – eine europaweite Allianz aus verschiedenen Patientenorganisationen
www.kmsk.ch	Förderverein für Kinder mit seltenen Krankheiten
www.kosekschweiz.ch	Koordinationsplattform für die Verbesserung der Versorgungssituation für Betroffene von seltenen Krankheiten, telefonische Helplines, Infolyer
www.omim.org	Online Catalog of Human Genes and Genetic Disorders (englisch): Online-Datenbank für genetische Grundlagen zu seltenen Krankheiten
www.orpha.net	Umfassende Datenbank zu seltenen Krankheiten und «Orphan Drugs»
www.proraris.ch	Dachverband der Patientenorganisationen für seltene Krankheiten Schweiz
www.pubmed.ncbi.nlm.nih.gov	National Library of Medicine (englisch): Datenbank für medizinische Studien und Forschungsergebnisse
www.raredisease.ch	Schweizer Register für seltene Krankheiten
www.selbsthilfeschweiz.ch	Suche nach Selbsthilfegruppen

kein ärztliches Fachpersonal bieten kann. Für Social Media-affine Patientinnen und Patienten bieten sich private Facebook-Gruppen an, denen meist Betroffene auf der ganzen Welt angehören. Für den virtuellen Einlass beantwortet man einige Fragen und die Inhalte der Gruppen sind nur für Mitglieder einsehbar.

Machen Sie Ihren Kunden oder Ihre Patientin zudem auf nationale und internationale Patientenregister aufmerksam. Darin werden anonymisiert möglichst umfassende Daten zur seltenen Krankheit eines Patienten oder einer Patientin registriert. Sie bilden die Basis für statistische und epidemio-

logische Forschung und bieten Forschenden die Möglichkeit, den Verlauf einer seltenen Krankheit zu studieren. Zudem können Betroffene für die Teilnahme an einer Studie angefragt werden. Die Mitgliedschaft in Vereinigungen, die sich für die Anliegen von Menschen mit seltenen Krankheiten einsetzen, ist eine weitere Möglichkeit, die Betroffenen empfohlen werden kann. ■

Das vollständige Literaturverzeichnis finden Sie hier:



____ Autorin ____

Cornelia Gabriel ist Apothekerin und selber von zwei seltenen Krankheiten betroffen.

Informationsquellen für Fachpersonen

Betroffene adäquat beraten zu können, setzt ein Interesse und Engagement von Gesundheitsfachpersonen voraus. Informationen zu bestimmten Krankheiten findet man zum Beispiel in medizinischen Leitlinien, Datenbanken wie PubMed und Orphanet. Wer sich für genetische Grundlagen interessiert, dem sei OMIM empfohlen, Online Mendelian Inheritance in Man, wo alle bekannten genetischen Ursachen für Erkrankungen zu finden sind.

swissSkills
2025





Junge Berufstalente für die **SwissSkills** gesucht!

Vom **17. bis 21. September 2025** findet in Bern die erste Berufsmeisterschaft für Drogistinnen und Drogisten EFZ statt. Dafür suchen wir **junge, motivierte Drogistinnen und Drogisten**, die die Vielseitigkeit ihres Berufs und ihr Können bei einem grossen Event zeigen möchten.

Wenn du deine **Ausbildung zwischen 2022 und 2025** abgeschlossen hast, ist das deine Chance, bei den ersten **Berufsmeisterschaften für Drogistinnen und Drogisten EFZ** teilzunehmen.

Bist du interessiert? Alle Informationen rund um die Teilnahme findest du auf **swisskills.drogerie.ch**.





Ketonkörpersupplemente im Sport

Supplemente wie Ketonkörper sind bei Sporttreibenden sehr beliebt. Die Hoffnung ist, dass mit den Ketonkörpersupplementen die Leistung verbessert und das Maximum aus dem Körper herausgeholt wird. Doch die Studienlage ist wenig überzeugend.

 Jasmin Weiss

Ketonkörpersupplemente im Sport haben das Ziel, die Leistung zu steigern, vor allem bei Ausdauersportarten. Die eingenommenen Ketonkörper sollen im Körper als alternative Energiequelle genutzt werden.^{2,3} Ketonkörper werden vom Körper aber auch selbstständig gebildet, und zwar dann, wenn nicht ausreichend Kohlenhydrate zur Energieversorgung verfügbar sind. Die ketogene Ernährung basiert genau auf diesem Prinzip, denn dort wird der Kohlenhydratbedarf des Körpers stark unterschritten. Bei der darauffolgenden Umstellung des Stoff-

wechsels werden Ketonkörper gebildet, welche dieser Ernährungsform den Namen geben.¹

Ketonkörper gegen Hungerszeiten

Unser Körper benötigt ständig Energie. Diese Energie liefern im Normalfall Kohlenhydrate sowie Fettsäuren. Bei den Kohlenhydraten ist insbesondere der Einfachzucker Glukose wichtig, da gewisse Organe, wie beispielsweise das Gehirn, Glukose als

primären Energielieferanten nutzen.² Sind nicht ausreichend Kohlenhydrate durch die Nahrung verfügbar, werden die Kohlenhydratspeicher in Leber und Muskeln angezapft. Dort liegt Glukose in Form von Glykogen gespeichert vor.³ In einem zweiten Schritt kommt es im Körper zur Glukoneogenese, der Neubildung von Glukose, zum Beispiel aus Aminosäuren.¹

Bei anhaltendem Kohlenhydratverzicht, wie während dem Fasten oder bei einer längeren stark eingeschränkten Kohlenhydratzufuhr, liegen bei entleerten Glykogenspeichern nicht ausreichend Kohlenhydrate vor, um den Körper mit Energie zu versorgen.³ Der Körper bezieht die Energie dann vor allem aus Fettsäuren, welche im Fettgewebe abgebaut werden.³ Nicht alle Organe können diese als Energiequelle nutzen, weshalb aus einem Teil dieser Fettsäuren sogenannte Ketonkörper gebildet werden.³ Das Gehirn benötigt eigentlich obligat Glukose, alternativ kann es zur Energieversorgung Ketonkörper verwenden.³ Die Ketonkörper sind ein wichtiger Überlebensmechanismus des Körpers, um Hunger- und unfreiwillige Fastenzeiten zu überstehen.

Genutzt als Energiequelle

Doch wie werden Ketonkörper genau gebildet? Das Acetyl-Coenzym A (häufig abgekürzt als Acetyl-CoA) aus den Fettsäuren wird in der Leber in Ketonkörper transformiert. Es entstehen die Ketonkörper Aceton, Acetoacetat und Beta-Hydroxybutyrat.³ Aceton wird durch den Urin und über

die Atmung ausgeschieden.³ Es verursacht einen leicht süsslichen bis alkoholischen Mundgeruch. Acetoacetat und Beta-Hydroxybutyrat werden über die Blutbahn zu den Organen transportiert.³ Dort angekommen, gelangen sie in die Mitochondrien, wo sie wieder in Acetyl-CoA transformiert werden. Im sogenannten Tricarboxylat-Zyklus, einem Zyklus zur Energiegewinnung, können sie dann als Energiequelle verwendet werden.³

Eine grafische Darstellung, wie Ketonkörper im Körper gebildet werden, sehen Sie hinter dem QR-Code.



Unklarer Effekt auf sportliche Leistungen

Im Sport werden Ketonkörpersupplemente eingesetzt, damit diese im Körper als alternative Energiequelle genutzt werden.^{2,3} Die Idee ist, dass körpereigenes Glykogen eingespart wird und damit der Glykogenspeicher nicht vollständig geleert respektive auch schneller wieder voll ist, mit dem Ziel, die Leistung zu steigern.

Die Studienlage zu Ketonkörpern lässt nur begrenzt eine Schlussfolgerung zu, da die verschiedenen Studien unterschiedliche Personengruppen untersuchten, nur wenig Studien mit Athletinnen und Athleten durchgeführt wurden sowie unterschiedliche Dosierungen und Verbindungen der Ketonkörper verabreicht wurden.²

Die aktuelle Studienlage liefert keine abschliessende Antwort auf die untersuchten

Supplementkategorien

Supplemente im Sport werden in vier verschiedene Kategorien eingeteilt. Grundsätzlich sollten alle Supplemente nur in Absprache mit einer Fachperson und abgestimmt auf die individuelle Situation eingenommen und als Ergänzung zur Basisernährung genutzt werden.

- Kategorie-A-Supplemente können in spezifischen Situationen eingesetzt werden und weisen dafür eine gute Evidenz auf.² Dazu gehören zum Beispiel Kreatin, Proteinpräparate, Magnesium oder Vitamin D, wobei die Einnahme von Vitamin- und Mineralstoffsupplementen nur für die Behebung eines Mangels vorgesehen ist.
- Supplemente in der Kategorie B wurden noch nicht abschliessend untersucht. Wenn sie eingesetzt werden, sind spezifische individuelle Programme notwendig.² Beispiele für Supplemente in dieser Kategorie sind Carnitin, Kollagen oder Randensaft.
- Kategorie-C-Supplemente haben kaum oder keinen Nutzen und sie werden nicht empfohlen. Für sie gibt es entweder noch keine Forschung oder die Evidenz spricht gegen den Einsatz.^{2,3} Ketonkörper wurden in die Supplementkategorie C eingeteilt.
- In die Kategorie D werden Supplemente eingeteilt, welche verboten sind oder ein hohes Risiko aufweisen, mit verbotenen Substanzen kontaminiert zu sein.² Dazu gehören alle Substanzen, die auf der Dopingliste stehen.

Autorin

Jasmin Weiss ist BSc BFH
Ernährungsberaterin SVDE

Das vollständige Literatur-
verzeichnis finden Sie hier:



Endpunkte. Es ist also nicht klar, inwiefern während der Belastung Glykogen gespart wird, die Kohlenhydratoxidation (Biochemischer Umbau von Kohlenhydraten in der Zelle zur Bereitstellung von Energie) während der Belastung vermindert ist, der Verbrauch an Triglyzeriden aus dem Muskel gefördert wird und die Glykogenspeicher während der Regeneration besser aufgefüllt werden, wenn Ketonkörpersupplemente eingenommen werden.^{2,3} In einigen Studien konnte eine verbesserte Leistung im Ausdauersport gezeigt werden, andere hingegen zeigten keinen Unterschied oder sogar eine Verschlechterung der Leistung.³ Zusammengefasst konnten bezüglich der Leistung keine signifikanten Unterschiede gezeigt werden zwischen der Einnahme von Placebo und der Einnahme von Ketonkörpersupplementen.² Es konnten sogar eher negative Effekte beobachtet werden: Die Leistung bei intensiver

Belastung wurde vermindert und die Entzündungsmarker stiegen an. Zudem traten Nebenwirkungen wie Blähungen und Übelkeit auf.²

Aufgrund des unklaren Effekts auf die sportliche Leistung, der unbekannten idealen Dosierung, der möglichen Nebenwirkungen sowie unklaren möglichen Überdosierungen und Langzeitfolgen werden Ketonkörpersupplemente unter anderem von der Swiss Sports Nutrition Society nicht empfohlen. Die Fachgesellschaft bereitet validierte Erkenntnisse der Sporternährung auf und teilt Supplemente in verschiedene Kategorien ein (siehe Zusatztext «Supplementkategorien».^{2,3,4} Ketonkörpersupplemente landen dabei in der Kategorie C, das heisst, diesen Supplementen wird kein oder ein geringer Nutzen im Sport nachgewiesen und deshalb wird der Einsatz auch nicht empfohlen.^{3,4} ■

Kursausschreibung

Kurs für den Wiedereinstieg

Die optimale Basis für Ihren erfolgreichen Neustart ins Berufsleben

Kursinhalt und Zielpublikum

Innerhalb des Kurses wird Ihr vorhandenes Wissen aufgefrischt und auf den neusten Stand gebracht. Der Kurs richtet sich an Drogistinnen und Drogisten sowie Fachfrauen und Fachmänner Apotheke, welche wieder in ihren Beruf einsteigen und/oder ihr Wissen auffrischen und vertiefen wollen.

Austragungsort

Frei's Schulen Luzern. Verkaufskoaching am Sonntag in der Hertenstein-Drogerie in Luzern.

Kurskosten

Die Kurskosten betragen insgesamt CHF 990.

- CHF 290 Anzahlung für Anmeldung, E-Learning und Selbststudium (keine Rückerstattung möglich)
- CHF 700 für Präsenztage

Punkte

14 -Weiterbildungspunkte

Referenten

Raphael Bauz, Ramon Zürcher

Anmeldeschluss

Montag, 24. Februar 2025

Anmeldung

Anmeldung auf www.drogerie.ch oder über den nebenstehenden QR-Code.

Keine Anmeldung via Frei's Schulen möglich.



Ansprechperson

Domenika Bitterli, Tel. 032 328 50 46,
d.bitterli@drogistenverband.ch

Kursdaten

Theorie (Unterricht 10.00 – 17.00 Uhr):

Freitag, 21. März 2025, Freitag, 28. März 2025,
Freitag, 04. April 2025, Samstag, 12. April 2025

Praxis (10.00 – 14.00 Uhr): Sonntag, 13. April 2025

Recherchen über Bewerbende?

Die letzten beiden Beiträge handelten davon, welche Datenveröffentlichungen im Rahmen eines Arbeitsverhältnisses zulässig sind und wann eine Datenschutzverletzung vorliegen könnte. Vermehrt geht es aber auch um die Frage, welche Informationen sich Arbeitgebende im Vorfeld einer Anstellung beschaffen dürfen.

 Regula Steinemann

Ein Grossteil der Bevölkerung ist heute auf sozialen Medien unterwegs, die beruflich, politisch oder privat genutzt werden. Gemeinsam haben alle sozialen Netzwerke, dass man Daten zu seiner Person oder zu Familie, Freunden und Bekannten häufig mit einem nicht näher bekannten Personenkreis, teils sogar mit der Öffentlichkeit, teilt. Dabei wird die Tragweite derartiger Publikationen auch von Dritten unterschätzt. Wer beispielsweise jedes Wochenende Party macht, anstössige Fotos oder Kommentare postet, der wird – wenn Vorgesetzte oder Kaderpersonen davon Wind bekommen – vielleicht bei der nächsten Beförderung eher schlechte Karten haben. Wer aus Wut auf die Firma über diese auf den sozialen Medien (bei einem vermeintlich überschaubaren Freundeskreis) herzieht, hat womöglich auch einen schweren Stand in der Firma, wenn dies bekannt wird.

ten informieren, als dies mit Art. 328 OR vereinbar ist. Das heisst, sie dürfen nur Daten über Arbeitnehmende recherchieren, soweit sie deren Eignung für das Arbeitsverhältnis betreffen oder zur Durchführung des Arbeitsvertrags erforderlich sind. Recherchen auf jobbezogenen Netzwerken, wie zum Beispiel LinkedIn und Xing, sind deshalb eher zu rechtfertigen als solche auf privat ausgerichteten Plattformen wie Facebook oder Instagram. Auch bei einer Google-Suche lässt sich der Bezug zur Arbeitstätigkeit oft nicht herstellen und man erhält Informationen über private Engagements (z. B. Hobbys oder Engagement in einer politischen Partei oder einem Verein). Man kann auch nicht sicherstellen, dass die Daten auf dem Internet korrekt sind, was sehr problematisch ist. Sollte man als Stellenkandidatin oder -kandidat vermuten (oder von Dritten erfahren), dass derartige Recherchen vorgenommen wurden, hat man das Recht, direkt nachzufragen. Arbeitgebende sind auf Nachfrage zur Auskunft verpflichtet und müssten angeben, wenn sie eine Internetsuche oder eine Referenz bei nicht angegebenen Personen eingeholt haben.

Geltung von Art. 328 Obligationenrecht

Firmen tätigen Recherchen über Personen jedoch meist nicht während eines Arbeitsverhältnisses, sondern im Vorfeld eines sich anbahnenden Arbeitsvertrags und oftmals hinter dem Rücken von Bewerbenden, auch über Freunde oder ehemalige Mitarbeitende. Selbstverständlich gilt auch hier, was im ersten Beitrag über den Datenschutz erwähnt wurde: Arbeitgebende dürfen sich nur insoweit über Jobkandidatinnen und -kandida-

Fazit

Besser ist es, sich einmal mehr bewusst zu machen: Weniger ist mehr und Vorsicht ist besser als Nachsicht – daher plädiere ich für mehr Zurückhaltung in den sozialen Medien. ■



Regula Steinemann, Rechtsanwältin und Geschäftsführerin Angestellte Drogisten Suisse. Dies ist eine Seite von Angestellte Drogisten Suisse. Die Meinung der Autorin muss sich nicht mit jener der Redaktion und/oder des Schweizerischen Drogistenverbands decken.

Gemäss Heilmittelgesetz,
der Arzneimittel-Werbeverordnung und
der Medizinprodukte-Verordnung
ist Fachwerbung, die auf dieser Seite
angezeigt würde, ausschliesslich
für das Fachpublikum bestimmt.

Stellenmarkt



Sie suchen einen Job oder haben eine Stelle neu zu besetzen? In unserem Online-Stellenmarkt werden Sie fündig. Tagesaktuelle Inserate: www.drogistenverband.ch

ISCADOR AG

Integrative Medizin seit 1926

Die Iscador AG ist ein Pharmaunternehmen, das Präparate für die integrative Behandlung von Krebserkrankungen herstellt, wissenschaftlich erforscht und weltweit vertreibt. Als Ergänzung für unser Team suchen wir:

Mitarbeiter:in Herstellung 80% – 100% (w/m/d)

Als Mitarbeiter:in Herstellung sind Sie mit der verantwortungsvollen Aufgabe der Herstellung von Primärextrakten betraut. Hierzu gehört der Iscador-Wirkstoff sowie die Mistelharzcreme oder die Misteltropfen. Das Verarbeiten von Pflanzenmaterial, Betreuen der Fermentationsprozesse sowie die Durchführung von Filtrationen und Verdünnungen der Extrakte gehören zu Ihren Kernaufgaben. Interesse geweckt? Hier erfahren Sie mehr:



iscador.com/stellen

Iscador AG
Kirschweg 9
4144 Arlesheim
Schweiz

Die **Anzeigenkombi**,
mit der Sie mit einer einzigen
Buchung das gesamte
**Fachpersonal in Apotheken
und Drogerien** erreichen



Jetzt buchen!

Tamara Gyga-Freiburghaus
032 328 50 54
t.gygax@vitagate.ch

vitagate ag
Thomas-Wyttenbach-Strasse 2
2502 Biel

vitagate ag



Neues Drogeriemitglied

Um die Aufnahme in die Sektion und in den SDV bewirbt sich:

- Sektion BE: Schönau Drogerie, Drogovita GmbH, Rahel Walter, Mattenstrasse 2, 3600 Thun
- Sektion ZH/SH: Limmat Drogerie Dietikon, Drogovita GmbH, Lorena Bornacin, Löwenstrasse 30, 8953 Dietikon

Einsprachen sind innert 14 Tagen zu richten an:
Schweizerischer Drogistenverband, Zentralvorstand,
Thomas-Wyttenbach-Strasse 2, 2502 Biel



Neue Adresse?

Die Adressänderung sollte bis am 10. des Monats bei uns sein, damit Sie die nächste Ausgabe an den gewünschten Ort erhalten.

Bitte Adressänderung hier mitteilen:
vertrieb@vitagate.ch oder Telefon 032 328 50 50

Gemäss Heilmittelgesetz,
der Arzneimittel-Werbeverordnung und
der Medizinprodukte-Verordnung
ist Fachwerbung, die auf dieser Seite
angezeigt würde, ausschliesslich
für das Fachpublikum bestimmt.