

SICHERE HÄFEN, NEUE WELTEN

Im Zentrum der ersten Partner-Tagung von Amedis-UE standen die Herausforderungen und Chancen in der Pharma-Distribution. Der Prewholesaler und Vollgrossist stellte auch die vielen neuen Marketing Services vor, die 2017 eingeführt werden.

Zu ihrer ersten Partner-Tagung vom 20. Mai 2016 hatte die Amedis-UE AG rund 130 Gäste ins Lake Side in Zürich geladen. «Das Ziel der Veranstaltung ist, unseren Partnern Informationen aus erster Hand zu bieten – sowohl von hochklassigen Referenten wie von Mitarbeitenden von Amedis», sagte **Kaspar Niklaus**, Managing Director der Amedis-UE. Zudem solle die Tagung, für die **Dr. med. Markus Meier** als Moderator gewonnen werden konnte, Denkanstösse geben und eine Plattform für Austausch und Diskussionen sein.

Komplexe Herausforderungen im Pharma-Markt

Der Managing Director von Amedis-UE gab in seinem Einführungsreferat einen Überblick über die komplexen Herausforderungen, die es in der nächsten Zeit zu bewältigen gebe. Im Gesundheitsmarkt stünden dabei vor allem vier Bereiche im Vordergrund: 1. die Gesetzgebung der EU und der Schweiz, 2. die Distribution, 3. die Interessen von Patienten, Kunden und der Gemeinschaft und 4. die Kosten. «Wir werden die Herausforderungen anpacken», versprach Niklaus, «wobei es auch darum geht, mit unseren Partnern Neues anzugehen.»

In seinem pharmapolitischen Update gab **René Jenny**, Pharmalog, einen kurzen Überblick über die neusten Entwicklungen der «Guidelines on good distribution practice» (GDP) der EU, die auch für alle Inhaber einer Betriebsbewilligung von Swissmedic gelten. Die Anfang 2016 publizierten Guidelines regeln u. A. die Validierung der IT-Applikationen, die Chargenverfolgung und Verfallsdatumkontrolle, aber auch die Evaluation der Partner (Lieferanten, Kunden). Da, so Jenny, die Überregulierung meistens mit Mehrkosten verbunden sei – «Durch die neue Regelung erhöhen sich die Logistikkosten pro Packung um 25 bis 30 Rappen» –, könne sie die Gesundheitsversorgung gefährden. Zudem würde sich die Verschlechterung der EBIT-Marge negativ auf die Versorgungssicherheit auswirken.

Auf die Neuerungen der GDP-Leitlinien ging **Dr. Claus Breer**, Thescon GmbH, im Detail ein.

Breer gab hilfreiche Tipps, wie Firmen bei der Umsetzung der Anforderungen der Leitlinien vorgehen sollten und fasste am Schluss die Situation humorvoll zusammen: «Die Pharma-Industrie treibt die Grossisten vor sich her; das kann eine gesunde Erfahrung sein.»

Wie die Arzneimittelsicherheit in der Schweiz mit dem European Stakeholder Model (ESM) verbessert werden kann, zeigte **Erwin Zetz** von GS1 Schweiz auf. Zentral bei allen Prozessen sei dabei die Identifikation eines Produktes anhand der Standards von GS1 (Global Standards One).

Vielseitiger Prewholesaler und Vollgrossist

Was können Partner von Amedis-UE als Prewholesaler und Vollgrossist erwarten? **Reto Brändli**, Leitung Prewholesale Relationship Management, ging auf die umfassenden Serviceleistungen ein, die das zur Phoenix-Gruppe zählende Unternehmen ihren Kunden offerieren könne. Das Angebot ermögliche es der Industrie, sich voll auf ihre Kernkompetenzen zu konzentrieren. Zumal, so Brändli, «wir für jeden Partner unsere Dienstleistungen individuell zusammenstellen».

«Hersteller und Lieferanten schätzen Amedis-UE als zuverlässigen Logistikpartner», erklärte **Peter Kaufmann**, Leiter Einkauf. «Mit Belieferungen von Kunden – sind wir Nummer zwei der Pharma-Grosshändler in der Schweiz.» Die Warenverfügbarkeit betrage 98%, dies bei 35 000 Artikeln. Das Distributionsnetz sei sehr dicht und die Auslieferungsqualität hoch.

Für die Zukunft bestens gerüstet

Welche neuen Marketing Services die Amedis-UE AG im Köcher hat, verriet Marketingleiter **Stephan Künzler**. Entwickelt seien die Dienstleistungen worden, um vier zentrale Kundenerwartungen noch besser zufriedustellen zu können: qualitativ hochwertige Informationen zu Produkten und Therapien, «Best Price»-Produkte-/Sortiments-Einkaufsangebote, medizinisch anerkannte Fortbildungsangebote sowie Effizienzsteigerung durch Digitalisierung. Das neue Dienstleistungsangebot sei an die

Schweizer Apotheken und Drogerien angepasst worden und werde in Deutsch, Französisch und teilweise auch in Italienisch erhältlich sein. Kommuniziert würden die Angebote auf vielen Wegen.

«Neu ist das Amedis-Journal – eine Zeitschrift, die personifiziert an alle Apotheken und Drogerien versandt werden wird», sagte Künzler und präsentierte noch «einen Blumenstraus an Verkaufsförderungsangeboten».

«Ein ganz neues Konzept sind die praxisbezogenen Ausbildungen für Apotheker und Drogeristen, die Amedis-UE zusammen mit Medinform anbieten werden. Parallel dazu werden Online-Schulungen für Pharma-Assistentinnen laufen.» Neu sei auch die Onlineplattform Amedis-Digital. «Mit ihr können Sie Ihre Kunden unkompliziert informieren.»

Gute Partnerschaften sind wichtig

An das gehaltvolle Feuerwerk «Die Zukunft 20 Kommunikation im Wandel» von **Dr. David Bosshart**, GDI, knüpfte **Kaspar Niklaus** sein Schlusswort an. Neben dem Wandel seien Zuverlässigkeit, Transparenz und Marktorientiertheit wichtige Themen für die Zukunft. Kaspar Niklaus: «Wir möchten handeln, und wir werden in einer guten Partnerschaft die bestmögliche Leistung erbringen. Lassen Sie uns zusammen planen, den Markt angehen und unseren Kunden miteinander neue Services anbieten.» //



Weitere Informationen

Amedis-UE AG
Mönchmattweg 5
5035 Unterentenfelden
marketing@amedis.ch
www.amedis.ch



1 Herr Niklaus Managing Director beim Einführungsreferat in die neue Welt von Amedis-UE. **2** Herr Dr. Beer von der Thescon ging auf die Neuerungen der GDP-Leitlinien ein. **3** Herr Jenny gab ein pharmapolitisches Update seitens Pharmalog. **4** Die neuen Marketing-Services von Amedis-UE wurden von Herrn Künzler preisgegeben. **5** Herr Brändli präsentierte, was Partner von Amedis-UE im Prewholeservice erwarten dürfen **6** Herr Zetz von GS1 informierte über die Arzneimittelsicherheit in der Schweiz. **7** Amedis-UE ist ein zuverlässiger Logistikpartner, zeigte Herr Kaufmann Leitung Einkauf auf. **8** Der Schlusspunkt setzte Herr Dr. Bosshart, CEO von GDI, mit der Zukunft der Kundenorientierung. **9** Was wohl hier das Gesprächsthema war? **10** Zwei, die sich gut verstehen: Frau Ruob und Frau Willrodt von der Medinform. **11** Herr Pfister von IMS und Herr Führer von der ASSG im Gespräch. **12** Es gab viel zu diskutieren unter den Pharma-Unternehmen. **13** Gutes Wetter und schöne Aussicht auf den Zürichsee genossen viele Partner von Amedis-UE.