

Ausgabe Nr. P 01-02/18 | Düsseldorf, 9. Januar 2018 | 41. Jahrgang | ISSN 1431-3405

Für das soeben begonnene Jahr 2018 wünschen wir Ihnen, sehr geehrte Damen und Herren, viel Glück und Erfolg auf allen Ebenen! Lassen Sie uns u. a. mit folgenden Themen starten: ■ **Der Weg von Actavis Deutschland zu PUREN** ■ **Beiersdorf holt Vertrieb der Großpackungen zurück** ■ **Personalia bei DAC/NRF-Kommission, awinta und Boehringer Tiergesundheit** ■ **GKV Beitragsvergleich** ■ **Workshop bei markt intern: Machen Sie Ihre Kunden zu Fans.**

Ihre Meinung zur 'Apotheken-Software 2018'

Nach knapp zwei Jahren ist es wieder Zeit für den 'markt intern'-Erfahrungsspiegel Apotheken-Software. Tragen Sie Ihre persönlichen Erfahrungen und die Ihres Apothekenteams mit dem von Ihnen gewählten Anbieter und dessen Produkten dazu bei. Dem heutigen, ersten Branchenbrief im neuen Jahr liegt der Umfragebogen bei, mit dem Sie loslegen und die Leistungen in insgesamt 10 Kriterien nach dem Schulnotensystem bewerten können. Beurteilen Sie die relevanten Aspekte nach Ihrer Einschätzung von 1 (sehr gut) bis 6 (ungenügend).



EDV-Unterstützung ist wichtiger denn je, denn ohne sie ist von der Arzneimittelabgabe über die Bedruckung und Rezeptabrechnung bis Warenwirtschaft und betriebswirtschaftlicher Auswertung kein Arbeitsschritt rund um den HV mehr denkbar. Oder können Sie sich eine alternative Art, mit den Rabattverträgen umzugehen, auch

nur vorstellen? Hilfsmittelabgabe und -abrechnung mit Block und Bleistift? Es ist klar – ohne gute Apotheken-EDV lässt sich in der Offizin nicht arbeiten! Dazu muss auch die Unterstützung stimmen: Im technischen Service genauso wie an der Hotline. Gerade hier sind Erreichbarkeit, Freundlichkeit und Kompetenz, auch zu Fragen von Retax- und Steuerprüfung, für Sie grundlegend und wichtig.

Für Ihre Bewertung sind zehn Kriterien vorgesehen. Geben Sie Ihre Einschätzung für den Anbieter ab, mit dem Sie in den zurückliegenden 24 Monaten am meisten gearbeitet haben und den Sie am besten kennen. Raum für weitere Anmerkungen haben wir für Sie auf der zweiten Seite gegeben, auf der wir Ihnen auch die Möglichkeit bieten, Apotheken-Rechenzentren zu kommentieren. Wenn Sie nicht zum Stift greifen möchten, finden Sie den Umfragebogen unter www.markt-intern.de/lsp-apotheke für eine Online-Teilnahme aufbereitet. Ihre Meinung zählt – schreiben Sie uns diese auf! **Einsendeschluss ist zwar erst am 5. Februar 2018** – aber Sie wissen: Aufgeschoben ist manchmal auch aufgehoben ...

Aus Pantoprazol-Actavis wird Pantoprazol PUREN

Actavis ... Aurobindo ... PUREN – kennen Sie die Zusammenhänge respektive den Werdegang? Als Apotheker möchten Sie Fertigarzneimittel abgeben, denen Sie vertrauen können. Dazu greifen die meisten Kollegen, auch wenn Rabattverträge eine Substitution erzwingen, am liebsten auf gut bekannte und bewährte Marken zurück. Schließlich möchten Sie kein Risiko bei der Versorgung der Patienten eingehen. Deren Qualität kennen Sie – und auch die Kunden kennen viele der Marken.

Im Jahr 2014 übernahm **Aurobindo Pharma Ltd.** sieben europäische Actavis-Gesellschaften, darunter auch den deutschen Part. Die Namensrechte konnte Aurobindo nicht längerfristig erwerben, zu deren Verkauf war die damalige Actavis nicht bereit. Aber **Actavis Deutschland** kam mit der Marke **PUREN Pharma** im Portfolio daher. Bei einem Blick in die Historie erkannte man, dass diese eine der ersten deutschen



Generika-Marken ist. Damit war klar: **PUREN ist ein guter Markenname für Deutschland.**

Seit gut zwei Jahren stellt PUREN Pharma, der Arzneimittelhersteller mit Deutschland-Sitz in München, sein Produktportfolio behutsam auf die Marke PUREN um. Ganz zu Beginn dieses Prozesses diskutierten wir mit Managing Director **Dr. Martin Schwarz** und Director Sales & Marketing Generics **Ludwig Decker**, wie wichtig es sei, das Vertrauen der Apotheken und Patienten in die bewährten Produkte zu erhalten – und dennoch die neue Marke einzuführen. Deshalb lautete ihre Ansage von Anfang an: „*PUREN – die Apotheken müssen informiert sein, wer das ist!*“

Seit Beginn 2016 wurden über **500 Packungsdesigns** mit dem Produktnamen, gefolgt von der Markenbezeichnung PUREN, in den Markt eingeführt. Dabei wurden nicht allein

Ihr direkter Draht zur Redaktion Apotheke/Pharmazie: +49 (0) 211 6698-153

■ Fax: +49 (0) 211 6698-197 ■ E-Mail: apotheke@markt-intern.de ■ www.markt-intern.de/apotheke

Produkte umbenannt, sondern es folgten **auch etliche Neueinführungen**. Rund **250 weitere Produkte** behielten zwar ihren Namen (z. B. Pentalong 50 mg Tabletten), änderten aber ihr Aussehen und wurden **dem PUREN-Layout angepasst**.

Zwei Jahre nach der Umfirmierung von Actavis Deutschland in PUREN Pharma steht in diesem Jahr die **Namensumstellung des umsatzstärksten Produktes des Münchner Unternehmens an: Aus Pantoprazol-Actavis wird Pantoprazol PUREN**. Allein bei anderen Buchstaben und Farben lassen es Dr. Martin Schwarz und Ludwig Decker nicht bewenden:

„Die Umstellung von Pantoprazol-Actavis auf Pantoprazol PUREN geht mit einer deutlichen Verkleinerung der Primär- und Sekundärverpackung einher: Das Volumen der wichtigsten Packung Pantoprazol PUREN 40 mg, OP 100, verringert sich um sage und schreibe 54% und spart so nicht nur wertvolle Rohstoffe, sondern auch Platz im Schub oder dem Kommissionierautomaten der Apotheke und letztendlich beim Kunden.“



Wichtig für die Patienten und auch für Ihre Beratung bei entsprechenden Nachfragen ist: Die Tabletten bleiben in Form und Farbe nahezu gleich. Sie könnten also einen Blister aus dem Umkarton nehmen und den Patienten zeigen, dass beim Inhalt alles beim Alten geblieben ist.

Zurück zu Ihrem Lager: **Pantoprazol-Actavis bleibt weiterhin verkehrsfähig** und darf auch langfristig weiter abgegeben werden. Auch die Rabattverträge sprechen nicht gegen eine

Abgabe. Wie Ludwig Decker erläutert, sind in vielen BKKen und der **KKH Pantoprazol-Actavis und Pantoprazol PUREN parallel im Rabattvertrag**. Bei einigen BKKen, deren Verträge vor kurzem gezeichnet wurden, und der **IKK classic** ist seitens PUREN Pharma allein Pantoprazol PUREN vertreten.

Diese Nachricht ist nicht allein aus Sicht der PUREN-Verantwortlichen wichtig. Zwar macht die Produktpalette mit dem Wirkstoff Pantoprazol bereits heute eine wichtige Säule der noch jungen PUREN Pharma aus. Und nach Aussage der Münchner Kollegen wird Pantoprazol PUREN diese Stellung im Laufe des Jahres 2018 zum wert- und mengenmäßig stärksten Produkt des Unternehmens weiter ausbauen. Der Wirkstoff Pantoprazol ist allerdings in Apotheken stark gefragt (nicht nur zu den Feiertagen gegen Ende des Jahres), dieser macht auch bei Ihnen mengen- und wertmäßig viel aus. **Vergleichbar gute Chancen sieht PUREN Pharma auch für das OTC-Produkt Pantoprazol PUREN protect**. Dessen Markteintritt erfolgte bereits – für den März kündigt Ludwig Decker schon heute eine „hochattraktive Aktion“ an.

'mi'-Fazit: PUREN Pharma entwickelt das Geschäft in Deutschland sehr kontinuierlich ■ Die Münchner möchten die Apotheker bei der Umstellung ihrer Arzneimittel auf die eigene Marke mitnehmen – Ihnen keine Probleme durch fehlende Zulassungen, Rabattverträge oder gar notwendige Retouren aufdrücken ■ Das Management hält sich an das 2016 veröffentlichte Versprechen, stets Übergangszeiten einzuplanen, die einen Abverkauf ermöglichen ■ Ein für Apotheken wie Patienten zuverlässiges Unternehmen – ein solches darf gern weiter wachsen ■ Prüfen Sie (nicht nur) die Offerte für den März – attraktive Konditionen haben Ihrem Einkauf noch nie geschadet!

Aktuelles und Wissenswertes – gefiltert, gemischt, gebündelt

Hansaplast – Großpackungen heimgekehrt Beiersdorf stellt die Marke **Hansapor steril** seit verganginem Jahr wieder selbst her, vertreibt diese auch selbst. Ab diesem Jahr übernimmt der Hersteller den Vertrieb der **Hansaplast Pflaster-Großpackungen** auch wieder, die überwiegend in Arztpraxen,

von Pflegediensten und Betrieben verwendet werden. Der vorhergehende Vertrieb über die **BSN medi-**

cal wird eingestellt. Das Sortiment der in Meterware oder Strips erhältlichen Pflastervarianten (insgesamt 21) wird in der bekannten Qualität fortgeführt, die aktuellen PZN bleiben erhalten. Neu ins Sortiment kommt **Hansaplast SENSITIVE** – ein Pflaster für die empfindliche Haut. Dieses ist in zuschneidbarer Meterware (jeweils 5 m) in den Breiten 4, 6 und 8 cm sowie als Injektionspflaster (4 x 1,9 cm) lieferbar. Seit 1. Januar können damit alle Apotheken ihren Kunden/Patienten auch die Großpackungen der Produktserien Hansaplast CLASSIC, ELASTIC, UNIVERSAL und SOFT sowie SENSITIVE anbieten.

Alphega Magazin 'runderneuert' Ab diesem Januar erscheint das **Kundenmagazin des Alphega-Netzwerks in**

neuer Optik und mit neuen Inhalten. Das Magazin mit einer monatlichen Auflage von 160.000 Exemplaren soll nach dem Relaunch lesefreundlicher und informativer sein. Der Name Alphega steht jetzt deutlich im Kopf der Titelseite, um die Wiedererkennung zu verbessern. Im Innenteil wurden die Typografie geändert und die Schriftgröße erhöht, damit die Leser Seiteninhalte schneller erfassen bzw. leichter lesen können. Die Fotos sollen größer und emotionaler ausfallen. Neben dem Themenmix aus Gesundheit, Wohlbefinden und Medizin gibt es eine neue Wissensreihe mit Artikeln zum Ausschneiden und Sammeln. **Unsere Wertung:** Rund 1.850 selbständige Apotheken in Deutschland, die zu Alphega zählen, können ihren Kunden ein kundenorientierteres Magazin übergeben. Die



Alphega-Magazin-Innenseite (Beispiel)

Schriftgröße folgt dem Durchschnittsalter der Bevölkerung, größere Fotos bedienen den Zeitgeist, nicht viel und intensiv zu lesen – eher durchzuklicken. Die Macher des Blattes liegen richtig mit ihren Änderungen, auch wenn diese manch' intellektuellem Geist weniger behagen.

DAC/NRF-Kommission bestätigt Dr. Andreas Kiefer bleibt Vorsitzender der **Kommission Deutscher Arzneimittel-Codex/Neues Rezeptur-Formularium** (DAC/NRF-Kommission). Kiefer leitet die Kommission seit 2011, er ist zudem Präsident der Bundesapothekerkammer und Präsident der Landesapothekerkammer Rheinland-Pfalz. Kiefer bedankt sich besonders bei allen ehrenamtlichen Mitarbeitern: „Wir erfüllen als Kommission vielfältige Aufgaben. Ziel ist, dass die Monographien und Texte dem Stand der pharmazeutischen Wissenschaften entsprechen und insbesondere für die Apotheken sachgerechte Herstellungs- und Prüfvorschriften für Arzneimittel zur Verfügung gestellt werden. Ohne die ehrenamtliche Unterstützung externer Experten aus Wissenschaft, Industrie, Behörden, Bundeswehr, Krankenhaus und Apotheken wäre das nicht möglich.“ Super, dieses Engagement!

Awinta personell verstärkt **Andreas Engleder** ist seit dem 1.1. **Geschäftsleiter Marketing & Kommunikation** bei der **awinta GmbH**. Der gebürtige Österreicher, anfangs für den apothekereigenen Großhandel in Österreich tätig, wechselte im Jahr 2003 zur **GEHE Pharma Handel GmbH** und baute in dieser Zeit unter anderem die Kooperation **Gesund leben-Apotheken** auf. In seiner Position bei der awinta verstärkt Engleder zukünftig das Führungsteam um die beiden Geschäftsführer **Gordian Schöllhorn**



und **Sven Bertram**. Viel Erfolg wünschen wir ihm bei seinem Vorhaben: „Die Apotheken stehen derzeit vor großen Herausforderungen wie zum Beispiel der Digitalisierung. Mit ihren Innovationen stellt die awinta ihre Kunden hier bestens auf. Meine Aufgabe sehe ich unter anderem darin, die Kunden mit auf die Reise in Richtung Zukunft zu nehmen.“

Tiergesundheit = OTC – nur ein bisschen anders? Zum 1. Januar 2017 tauschten **Boehringer Ingelheim** und **Sanofi** aus strategischen Gründen zwei Geschäftsbereiche: Die OTC-Sparte von Boehringer ging an Sanofi, deren Tiergesundheitsgeschäft **Merial** wurde unter das Dach von **Boehringer Ingelheim Vetmedica** eingefügt. Für die Mitarbeiter in Ingelheim bedeutete ersteres den Wechsel des Arbeitsplatzes in den Industriepark Höchst. **Dr. Thomas Went**, Marketingleiter CHC OTC bei Boehringer und dann bei Sanofi, gefällt die linke Rheinseite offensichtlich deutlich besser: Zum Jahreswechsel ging er als **Head of Pet Health Care OTC Europe, Commercial Operations Europe** nach Ingelheim zurück. Es wird bestimmt nicht allein an der schlechten Verkehrssituation auf den Brücken gelegen haben. Viel Erfolg mit den 138 Produkten im Portfolio (für Hunde, Katzen, Pferde, Schweine, Rinder und Geflügel), die eine ganz andere Herausforderung darstellen!

Phoenix Quartalszahlen Für die **ersten neun Monate des Geschäftsjahres 2017/18** (Februar bis Oktober 2017)

meldet die **PHOENIX group/Mannheim** ein profitables Wachstum. Der **Konzernumsatz** stieg um 2,6 Prozent (wechsellkursbereinigt 3,0 Prozent) auf **18,5 Milliarden Euro**. Ein Plus beim Umsatz verzeichnete der Gesundheitsdienstleister insbesondere in den nord- und westeuropäischen Märkten. Den Gesamtertrag baute das Unternehmen in den ersten drei Quartalen um rund 5,1 Prozent auf gut 1,9 Milliarden Euro aus. Das **Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen** (EBITDA) nahm in den ersten neun Monaten mit 27,7 Millionen Euro beziehungsweise 9,4 Prozent auf 322,3 Millionen Euro zu. Das **Ergebnis nach Steuern** wuchs ebenfalls um 27,9 Prozent auf **136,2 Millionen Euro** (Vergleichsperiode: 106,5 Millionen Euro). Das Eigenkapital lag zum 31. Oktober 2017 mit 2,78 Milliarden Euro leicht über dem Vorjahreswert. Die Eigenkapitalquote belief sich auf 32,5 Prozent.



GEHE Jahresmagazin beschäftigt sich mit 'Morgen'

Innovationen und Trends nicht nur zu sehen, sondern sie selber zu schaffen und zu setzen, ist ein guter Weg in die Zukunft. Die Zukunftskraft in Deutschlands Apotheken ist groß – das möchte das Jahresmagazin **NEUE WEGE** der **GEHE Pharma**



Handel GmbH zeigen, das zum Jahreswechsel kostenlos an alle Apotheken Deutschlands und Partner geschickt wurde. In diesem Jahr lautet das Motto **Zukunft: Find ich gut!** Sie erfahren etwas über die Gewinner des **Franz Ludwig GEHE-Förderpreises**, mit dem innovative Ideen ausgezeichnet werden. Auch Impulse für das tägliche Geschäft finden sich im Magazin, so wird der Service Click&Collect vorgestellt oder auch die Bedeutung von Influencern bei der Ansprache jüngerer Kunden verdeutlicht. Falls Ihnen das Jahresmagazin nicht zugeht, fordern Sie einfach unter presse@gehe.de ein Exemplar an.

mosquito – wachsende Marke im Bereich Läusebekämpfung

Die Marke **mosquito** von **WEPA Apothekenbedarf** ist die am stärksten wachsende Marke zur Läusebekämpfung in der freien Kategorie. Gemeinsam mit dem Marktforschungsinstitut **Insight Health** veröffentlichte **Healthcare Marketing** in der November-Ausgabe die OTC-Wachstumschampions in Apotheken. Basis der Untersuchung waren die Umsatzzahlen von rund 20.000 Präparaten sowohl in stationären als auch in Internetapotheken (09/2015-08/2016 verglichen zu 09/2016-08/2017). In der freien Kategorie schafft es die Marke **mosquito** Läuse von WEPA mit einem Wachstum von 22 % auf Platz 9 und ist damit die am stärksten wachsende Marke zur Läusebekämpfung in der Offizin. Im Betrachtungszeitraum lassen sich bei der Marke zwei größere Erfolge verzeichnen: **Im September 2016 erlangte das mosquito med Läuseshampoo 10 volle Erstattungs-fähigkeit**. Im Frühjahr danach führte **mosquito** das **Innovationsprodukt mosquito Läuse 2in1** ein, das neben der Bekämpfung von Läusen zusätzlich 3 Tage Schutz vor Läusen bietet.



GKV Beitragsvergleich Die Meldung „hkk 2018 erneut günstigste bundesweit wählbare Krankenkasse“ erinnert uns spontan an den Beitragsvergleich, den der **Spitzenverband der Gesetzlichen Krankenkassen** selbst veröffentlicht: <https://tinyurl.com/zoke692>. Zum Stand vom 5. Januar 2018 sehen Sie in einer Aufstellung, wer welche Zusatzbeiträge (von 0 bis 1,7 %) erhebt. Ein schöner Service für die gesetzlich Versicherten, die sich über die Kosten ärgern oder aus sonstigen Gründen mit der eigenen Wahl unzufrieden sind.

Tschüss Peter Mattis Nach 21 Jahren verließ Geschäftsführer **Peter Mattis** zum Jahresende 2017 die Münchner Unternehmensgruppe **NOVENTI** und ging in den Ruhestand. Der 60-Jährige kann auf einen erfolgreichen beruflichen Werdegang zurückblicken: Unter seiner Regie entwickelte sich der regionale Rezeptabrechner **VSA** zur **NOVENTI Group**. In der Branche ist Mattis sehr geachtet, als ein Mann bekannt, der zu seinem Wort steht – und auch für seine Auffassung eintritt und kämpft. **Der Ruheständler Mattis ist der 'mi'-Redaktion als Gast immer willkommen.** Irgendwas muss er ja tun – z. B. per Schiff nach Düsseldorf fahren ;-))



Peter Mattis

– und auch für seine Auffassung eintritt und kämpft. **Der Ruheständler Mattis ist der 'mi'-Redaktion als Gast immer willkommen.** Irgendwas muss er ja tun – z. B. per Schiff nach Düsseldorf fahren ;-))

Jahresbonus für LINDA Apotheken Zum Jahresende zahlte die **LINDA AG** für das beendete Geschäftsjahr 2016/2017 (1.10.2016 bis 30.09.2017) durchschnittlich mehr als 2.500 Euro (netto) an jedes Mitglied aus. Das entspricht einer **Re-Finanzierung von mehr als vier Monatsbeiträgen**. In der Spitze wurden Boni von rund 10.000 Euro erzielt. **Voraussetzung ist eine aktive und konsequente Umsetzung des LINDA-Leistungsangebotes**, beispielsweise der Umset-



Füllen Sie die beiliegende EDV-Umfrage gleich aus!
Ihre



Ch. Bach

RA Christoph Bach
– Chefredakteur –

zung spezieller Leistungskriterien der Zukunftsstrategie **LINDA 2020+**. Für das Geschäftsjahr 2017/2018 wird das Bonifizierungssystem vereinfacht. Es ist künftig auf drei Kernbereiche ausgerichtet: Markenbonus, Partnerbonus und Strategiebonus. Gemeldete **LINDA-Pionier-Apotheken**, welche die neu festgelegten **LINDA-2020+-Kriterien** erfüllen, werden besonders belohnt – sie erhalten den Strategiebonus in doppelter Höhe.

Machen Sie Ihre Kunden zu Fans – optimales Empfehlungsmarketing für Apotheken Im Sommer 2017 konnten wir **Klaus Rempe**, Diplom-Psychologe und Top-Speaker, für einen Termin seines **Tagesseminars 'Kunden zu Fans machen' im Hause 'markt intern' in Düsseldorf** gewinnen. Aufgrund der großen Nachfrage, insbesondere aber aufgrund des tollen Feedbacks nach der ersten Veranstaltung im Juli, haben wir eine **Neuaufgabe für Dienstag, den 6. Februar 2018** geplant. Klaus Rempe bringt Ihnen nahe, wie Sie ■ Kundenbindung und ■ Empfehlungsmarketing nach neuesten Erkenntnissen der angewandten Hirnforschung exzellent umsetzen können. Er ist bekannt für seine praxisnahen Workshops mit vielen plastischen Beispielen.

Der abgebildete QR-Code führt zur speziellen 'mi'-Rempe-Webseite, mit weiteren Informationen und der Anmelde-möglichkeit. Einen entsprechenden Link finden Sie auch auf der Redaktionsseite www.markt-intern.de/apotheke.



Was meldet die ABDA in Zeiten von Honorargutachten? „Berlin, 27. Dezember 2017 – Mehr als ein Viertel der Bundesbürger raucht gelegentlich oder dauerhaft. Aber 44 Prozent der Raucher planen damit aufzuhören. Das ergab eine repräsentative Meinungsumfrage im Auftrag der ABDA – Bundesvereinigung Deutscher Apothekerverbände im Frühjahr 2017. ...“ Dauert die Bearbeitung der wichtigen Honorar-Daten aus Dezember 2017 auch ein ganzes Jahr?

Zwei Männer in der S-Bahn, während jeder eine Bierflasche öffnet: „Jetzt ist die schönste Zeit der Tages.“ – „Ja genau, nicht mehr auf der Arbeit und noch nicht zu Hause!“



Nicole Beckers

Handelsfachwirtin Nicole Beckers
– Ressortleiterin –

Impressum markt intern Apotheke/Pharmazie - Redaktion markt intern Verlag GmbH | Herausgeber: Olaf Weber | Leitender Redaktionsdirektor: Rechtsanwalt Lorenz Huck

markt intern Verlag GmbH, Grafenberger Allee 30, 40237 Düsseldorf, Telefon +49 (0) 211 6698-0, Telefax +49 (0) 211 6698-222, www.markt-intern.de | Geschäftsführer: Bwt. (VWA) André Bayer, Hans Bayer, Olaf Weber | Prokuristin: Sandra Kinder, M.A. | Justiziar: Dr. Gregor Kuntze-Kaufhold | HRB 11693 | Sitz: Düsseldorf | Druck: Theodor Gruda GmbH, Breite Straße 20, 40670 Meerbusch | Vervielfältigung nur mit schriftlicher Genehmigung des Verlages | Anzeigen, bezahlte Beilagen sowie Provisionen werden zur Wahrung der Unabhängigkeit nicht angenommen

markt intern

Europas größte Brancheninformationsbrief-Verlagsgruppe kämpft mit allen ihren Redaktionen für den langfristigen Erhalt und die Stärkung des deutschen Mittelstandes. – Im **markt intern** Verlag erscheinen zumeist wöchentlich:

Steuern & Mittelstand:

- arbeitgeber intern
- GmbH intern
- Ihr Steuerberater
- immobilien intern
- Mittelstand
- steuerberater intern
- steuertip
- umsatzsteuer intern

Gesundheit & Freizeit:

- Apotheke/Pharmazie
- Augenoptik/Optomietrie
- Hörgeräteakustik
- Parfümerie/Kosmetik
- Schuh-Fachhandel
- Spielwaren/Modellbau/Kreativ
- Sport-Fachhandel

Technik & Lifestyle:

- Automarkt & Tankstelle
- Büro-Fachhandel
- Consumer Electronics
- Elektro-Fachhandel
- Foto-Fachhandel & -Studio
- Uhren & Schmuck

Bauen & Wohnen:

- Eisenwaren/Werkzeuge/Garten
- Elektro-Installation
- Installation Sanitär/Heizung
- Möbel-Fachhandel

International:

- EXCLUSIV (Schweiz)

Im **kapital-markt intern** Verlag erscheinen wöchentlich:

- Bank intern
- finanztip
- kapital-markt intern
- versicherungstip

