

DER JAHRESKONGRESS FÜR APOTHEKER UND PHARMAUNTERNEHMEN IN DEUTSCHLAND

Deutscher Apothekenkongress

23./24. März 2010 · Sheraton Hotel Frankfurt Airport

Mit zahlreichen
Praxisberichten

Vertriebsstrukturen im Wandel – Erfolgreiche Positionierung im kettenähnlichen Apothekenmarkt

Die Top-Themen im Überblick

- ▶ **Apotheken 2010**
Der Markt – Die Verbraucher – Der Wettbewerb
- ▶ **Deutschland nach der Wahl**
Was bringt die schwarz-gelbe Koalition den Akteuren im deutschen Apothekenmarkt?
- ▶ **Anhaltender Wettbewerb trotz Fremdbesitzverbot**
Welche Apothekenformate werden die Zukunft bestimmen?
Wer gewinnt den Kampf um die besten Apothekenstandorte?
Hat die Individualapotheke noch eine Zukunftschance?
- ▶ **Apothekenkonzepte im Wandel der Zeit**
Von der Notwendigkeit, sich neu zu erfinden – Praxisberichte der erfolgreichsten Individualapotheker Deutschlands
- ▶ **Vor Ort versus Versandapotheke**
Kooperation oder Kannibalisierung?
- ▶ **Apotheker und Hersteller auf Augenhöhe**
Wie sehen erfolgreiche Partnerschaften aus?
- ▶ **Das Apothekensortiment im Wandel**
RX-to-OTC Switch – Wachstumsperspektiven für die Pharmaindustrie?
Steht die Apothekenexklusivität vor dem Aus?
- ▶ **Zukunftsaufgaben der Individualapotheke**
Die Apotheke als kompetenter Leistungserbringer im Gesundheitssystem
- ▶ **Apothekenwelten der Zukunft**
Innovative Ladenkonzepte und Store Design von morgen
- ▶ **Von Category Management bis Preispolitik**
Was kann die Apotheke von modernen Handelsformaten lernen?

**MIT SONDERPREIS
FÜR APOTHEKER
€ 990,- (zzgl. MWST)**



Es referieren u.a.:



Dr. Wolfgang Schlagintweit,
Apotheker,
Apotheke „Zum Löwen v. Aspern“/A



Claudius Goetz,
Apotheker, Goetz'sche Apotheke,
Vorstand, ProPharm AG



Peter Menk,
Geschäftsführer,
PARTNER APOTHEKEN – Apotheken Netzwerk
GmbH & Co. KG



Jörg Elfmann,
Geschäftsführer,
Grey World Wide



Jochen Pfeifer, PharmD, MRPharmS, Clinical
Assistant Professor, Professional Education University
of Minnesota, Inhaber und Chefapotheker,
Adler Apotheke Velbert



Mag. pharm. Alexander Ehrmann,
Apotheker und Inhaber,
Saint Charles Apotheke



Dr. Peter Froese,
Vorsitzender,
Landesapothekerverband Schleswig Holstein,
Apotheker, Nord Apotheke



Christian Buse,
Vorstandsvorsitzender BVDVA,
Apotheker und Geschäftsführer mycare

Medienpartner:

apotheker
marketing

AmZ
Arzneimittel
Zeitung

apothekerplus
Das Interdisziplinäre Medium für Apotheker und Ärzte

pharma
marketing
journal

Eine Veranstaltung von:

management forum
Verlagsgruppe Handelsblatt

1. Tag Dienstag 23. März 2010**Vorsitz:**

Dr. Martin Schloh,
Partner, PricewaterhouseCoopers AG,
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

09.00 - 09.10 Begrüßung durch den Vorsitzenden

09.10 - 09.30 **Entwicklung und Ausdifferenzierung der Apotheken-Vertriebskanäle in Deutschland**



- ▶ Überblick über die seit dem Inkrafttreten des AMG möglichen Arzneimittel-Vertriebsformen in Deutschland
- ▶ Wachstum und Entwicklung der Apothekenzahl nach Vertriebskanälen
- ▶ Zukünftige Ausdifferenzierung und Grenzwachstum der Vertriebskanäle vor dem Hintergrund der Bestätigung des Fremd- und Mehrbesitzverbotes durch den EuGH

Ronald Rumm, Berater, A.T. Kearney GmbH und Doktorand an der Medizinischen Fakultät Carl Gustav Carus der TU Dresden

09.30 - 09.50 **Kostendruck, Landflucht, integrierte Versorgung – Kommen Fremd- und Mehrbesitz wieder auf die Tagesordnung?**



- ▶ Mit welchen Forderungen sind die Apotheken aktuell konfrontiert
- ▶ Welchen Herausforderungen müssen sie sich stellen
- ▶ Unter welchen Vorzeichen kann der Apotheken-Fremd- und Mehrbesitz wieder diskutiert werden

Christoph Winnat, Stellvertretender Chefredakteur, Arzneimittel Zeitung

09.50 - 10.10 **Zukünftige Rolle des Apothekenversandhandels**



- ▶ Herausforderungen für die Marktteilnehmer
- ▶ Auszüge aus der SEMPORA Apothekenstudie
- ▶ Was Hersteller tun müssen, um im Versandhandel zu wachsen
- ▶ Blick in die Zukunft

Tobias Brodtkorb, Managing Partner, SEMPORA Consulting GmbH

10.10 - 10.30 **Basics zum Gesundheitsmarkt**



- ▶ Querkommunikation in den Vertriebskanälen
- ▶ Einkaufsverhalten
- ▶ Verbrauchereinstellung

Kerstin Büttel, Senior Business Consultant, Pharma & Healthcare Services, The Nielsen Company

10.30 - 11.00 Kommunikations- und Kaffeepause

11.00 - 11.30 **Arzneimittelversandhandel 2010: Zwischen Wachstum und Reglementierung**



- ▶ Rückblick und Status Quo
- ▶ Arzneiversandhandel unter Schwarz-Gelb
- ▶ Neue Perspektiven: Tierarzneiversand
- ▶ Ausblick

Christian Buse, Vorstandsvorsitzender BVDVA, Apotheker und Geschäftsführer mycare

11.30 - 12.00 **Apothekenrecht 2010 – Ein Update**



- ▶ Pick up im Fadenkreuz: Das Ende von „Apothekenkette light“?
- ▶ Rabatte & Co: Aktuelle Rechtsprechung zum Apothekenrecht

Thomas Bruggmann, LL.M. Rechtsanwalt, juravendis Rechtsanwältin

12.00 - 12.30 **Kranke Kasse oder Krankenversicherung? Erwartungen an ein modernes Versorgungsmanagement**



- ▶ GKV-WSG als echte Strukturveränderung
- ▶ Gesundheitsfonds und Morbi-RSA treiben notwendige Datenanalysen
- ▶ Der Patient, das (un-)bekannte Versorgungswesen
- ▶ Von Payern, Playern und anderen Institutionen - vernetzt handeln!

Frank Neumann, Vorstandsvorsitzender, BIG direkt gesund

12.30 - 13.00 **Vertragsstrategien der PKV**



- ▶ Wo interessieren Verträge?
- ▶ Welche rechtlichen Hürden sind zu berücksichtigen?
- ▶ Welche Herausforderungen stellen sich?
- ▶ Welcher Mehrwert wird angestrebt?

Prof. Dr. Jürgen Fritze, Leitender Verbandsarzt, PKV Verband Privater Krankenversicherungen

13.00 - 14.00 Kommunikations- und Lunchpause

14.00 - 14.30 **Deutsche Apotheker- und Ärztebank – Partner der Apotheken**

- ▶ Finanzierungsmöglichkeiten des Apothekers im Hause der apoBank
- ▶ Der Apotheker als Initiator im Ärztehaus

Stefan Seyler, Stellv. Direktor der Niederlassung Frankfurt, Deutsche Apotheker- und Ärztebank

Thomas Mayer, Abteilungsdirektor, Versorgungsstrukturen und Firmenkunden Deutsche Apotheker- und Ärztebank

14.30 - 15.00 **Herausforderungen für den Arzneimittelvertrieb**



- ▶ Vertikale & horizontale Integration im Gesundheitswesen
- ▶ Differenzierte Darstellung der Produkteigenschaften
- ▶ Weiterqualifizierung der Mitarbeiter

Dr. Claus Runge, Direktor Gesundheitswesen und Kommunikation, Wyeth Pharma GmbH (Ein Unternehmen der Pfizer-Gruppe)

15.00 - 15.30 **PRAXISBERICHT**

AVIE – Mit System zum Erfolg

- ▶ Apothekenstandortsuche: Von echten Perlen und falschem Tand
- ▶ Umsatzsteigerung durch Marktausweitung und Filialisierung
- ▶ Gesunder Wettbewerb mit „Der Gesunde Preis“
- ▶ AVIE Marketing: Kopf und Herz der Kunden erreichen

Rainer W. Schell, Geschäftsführer, AVIE GmbH - Apotheken mit System

15.30 - 16.00 **PRAXISBERICHT**

Die Premiumapotheke am Beispiel SAINT CHARLES

- ▶ Die Apotheke als Ort des Wohlfühlens
- ▶ Naturkosmetik, Restaurant, Bauernhof und Satisfaction Center als Ergänzung zum Kerngeschäft
- ▶ Unvergleichbare Werte anbieten: Hausspezialitäten, Naturkosmetik und exklusive Lieferanten



- ▶ Die „Traditionelle Europäische Medizin“ und LOHAS

Mag. ph. Alexander Ehrmann, Apotheker und Inhaber, Saint Charles Apotheke
Mag. Christiane Bertolini, Eigentümerin, BBP Bertolini Brain Pool, Geschäftsführerin, SAINT CHARLES Cosmotheary

16.00 – 16.30 **PRAXISBERICHT**

**Zukunftsaufgabe für die erfolgreiche Individualapotheke:
»Consulting Pharmacist« – Implementierung von internationalen
Best-Practice-Elementen der pharmazeutischen Betreuung für
multimorbide Patienten in die deutsche öffentliche Apotheke
(Excellence-Award Apotheke Preisträger 2009)**

- ▶ Gefahr der Minimierung der Leistung des Apothekers zum reinen Logistiker
- ▶ Dauerhaft qualitative Wachstumsimpulse für die inhabergeführte öffentliche Apotheke schaffen
- ▶ Gewinnen des Wettbewerbes um Qualität und Effizienz

Jochen Pfeifer, PharmD, MRPharmS, Clinical Assistant Professor, Professional Education University of Minnesota, Inhaber und Chefapotheker, Adler Apotheke Velbert

Andreas Niclas Förster, PharmD, Clinical Assistant Professor – Professional Education University of Minnesota – College of Pharmacy

16.30 – 17.00 Kommunikations- und Kaffeepause

17.00 – 17.20 **PRAXISBERICHT**

Anders ist besser – Die Renaissance der Individual-Apotheke

- ▶ Positionierung und Differenzierung als Herausforderung
- ▶ Kooperation 3.0 vom Einkaufsverbund zur Systempartnerschaft
- ▶ Der schlüsselfertige Standort: Erfolg auf Rezept

Peter Menk, Geschäftsführer, PARTNER APOTHEKEN – Apotheken Netzwerk GmbH & Co. KG

17.20 – 17.40 **PRAXISBERICHT**

Lokale Kooperation als Schlüssel zum Erfolg

- ▶ Begrenzter Mehrbesitz im politischen Kontext des EuGH Urteils
- ▶ Entwicklung der Filialisierung
- ▶ Lokale Kooperation vs. ferne Kooperation
- ▶ Entwicklungsbeispiele

Dr. Peter Froese, Vorsitzender, Landesapothekerverband Schleswig Holstein, Apotheker, Nord Apotheke

17.40 – 18.10 **Vom Schubladenzieher zum Gesundheitsmanager – Neue Marktstreiber erfordern eine neue Haltung**

- ▶ Der Wandel der Gesundheitsbedürfnisse schafft neue Markt- und Machtverhältnisse
 - ▶ Alte Grenzen werden von neuen Handelsangeboten aufgebrochen
 - ▶ Das Erfolgsrezept starker Retail-Brands erfordert die flexible Ausrichtung an individuellen Lebenssituationen
 - ▶ Die Anforderung an das Category-Management: Mono-thematische Angebote werden von mehrdimensionalen Konzepten abgelöst
- Jörg Elfmann, Geschäftsführer, Grey World Wide

18.10 – 18.30 **PRAXISBERICHT**

Alleinstellung als Ziel – Marketing ist unerlässlich

- ▶ An der Spitze des Handelns ist immer Platz
- ▶ Einzigartigkeit ist gefragt. Erfolgreich ist, wer anders ist
- ▶ Ein lebendiges Leitbild als Schlüssel zum Erfolg

Dr. Wolfgang Schlagintweit, Apotheker, Apotheke „Zum Löwen v. Aspern“/A

18.30 – 18.50 **Musik als Marketing Instrument in Apotheken?**

- ▶ Funktionelle Musik zur Verkaufsförderung
 - ▶ Musikbeschallung in der Praxis
 - ▶ Musik! - woher nehmen, wenn nicht ...
 - ▶ Beschallung im Apothekenalltag
 - ▶ Zukunftsmusik: „Die Musical-Apotheke im Pharma-Wunderland?“
- Michael Schneider, Inhaber, TEControl – Agentur für technische Dienstleistungen

18.50 – 19.30 **Future stories of beauty + wellness**

- ▶ The future of business
- ▶ Retail trends
- ▶ The new target group
- ▶ The new store

Alexander Plajer, Architekt, plajer&franz studio

19.30 Ende des ersten Tages und Zusammenfassung durch den Vorsitzenden

19.45 Sekttempfang

2. Tag Mittwoch 24. März 2010

09.00 – 09.30 **DocMorris – Eine Marke expandiert**

- ▶ Aufbau der Marke
- ▶ Multikanal als Erfolgsprinzip
- ▶ Internationalisierung der Apotheke

Prof. Dr. Christian Franken, Chefapotheker DocMorris

09.30 – 10.00 **Quo vadis Pharma-Großhandel**

- ▶ Warum man mit dem Großhandel rechnen kann
- ▶ Warum die Partnerschaft mit der selbstständigen Apotheke alles andere als retro ist
- ▶ Warum man gemeinsam mehr erreicht

Dr. Thomas Trümper, Vorstandsvorsitzender, Andreae-Noris Zahn AG

10.00 – 10.30 **RX-OTC Switches**

- ▶ Switches: Der Wachstumsmotor der OTC Industrie?
- ▶ Chancen und Grenzen von OTC Switches
- ▶ Case Studies: Formigran und alli

Thomas Maurer, Marketing & Salesdirector OTC, GlaxoSmithKline, Consumer Healthcare GmbH & Co. KG

10.30 – 11.00 Kommunikations- und Kaffeepause

11.00 – 11.30 **Compliance und Therapieerfolg – Patientenindividuelle Arzneimittelverblisterung am Beispiel der 7x4 Box**

- ▶ Ursachen und Folgen der Non-Compliance
- ▶ Industrielle Verblisterung und die Rolle des Apothekers
- ▶ Pharmazeutische und rechtliche Anforderungen
- ▶ Status Quo in den Pilotregionen
- ▶ Ausblick

Jörg Geller, Vorstand, Kohl Medical AG

11.30 – 12.00 **Arzneimittelrabattverträge als Wettbewerbsmotor**

- ▶ Status quo ante: „Rabattlose“ Zeit
- ▶ Rabattverträge: Initialzündung zu neuem Wettbewerbsdesign
- ▶ Status quo: 3 Jahre Rabattzeit
- ▶ Ausblick: Was kommt danach?

Dr. Christopher Hermann, Stellv. Vorsitzender des Vorstandes, AOK Baden-Württemberg

12.00 - 12.30 **PRAXISBERICHT****Ein innovatives Konzept für erfolgreiche Apotheken – Wo steht medicamo heute?**

- ▶ Was stand am Anfang, was wurde bisher erreicht, wie wird sich medicamo in der Zukunft darstellen
- ▶ Die Entwicklung von medicamo in drei Stufen:
 - Die Idee ist gut – nur sie passt nicht zu unserem Problem. Der lange Weg von der Idee zur Lösung
 - „Denn nur vom Nutzen wird die Welt regiert“ (Schiller). Eine Lösung muss für sich selbst sprechen, bei den Apothekern, bei den Kunden und bei den Patienten
 - „Das mögen, was man muss, und das dürfen, was man mag, ist Glück.“ (Ford) Wie wird aus einer Apotheke eine zufriedene medicamo-Apotheke?

Claudius Goetz, Apotheker, Goetz'sche Apotheke, Vorstand, ProPharm AG

12.30 - 13.00 **Gemeinsam erfolgreich auch ohne gemeinsames Markenzeichen**

- ▶ Aktionssteuerungselement Migasa TV
- ▶ Qualitätssicherung über Migasa PTA
- ▶ Das Migasa-Führungsprinzip

Thomas Knoll, Geschäftsführer der Apotheken-Kooperation Migasa GmbH & Co. KG, Inhaber der Marken- und Managementberatung KNOLL.STRATEGIE und Herausgeber der Apotheken-Fachzeitschrift „Die erfolgreiche Apotheke“

13.00 - 14.00 Kommunikations- und Lunchpause

14.00 - 14.30 **PRAXISBERICHT****Apotheken-Filialisierung: Wo stehen die Bienenapotheken heute?**

- ▶ Wohlühl-Einkaufen durch:
 - Ruhe beim Verkauf durch automatisches Warenlager
 - Zufriedene Mitarbeiter
- ▶ Einheitliche Organisation durch:
 - Hilfestellung bei Wareneinkauf
 - Hilfestellung bei Marketing, Verträgen etc.

Michael Grintz, Apotheker, Geschäftsführer Apobee GmbH

14.30 - 15.00 **Der richtige Apothekenstandort – Grundlage für den wirtschaftlichen Erfolg des Apothekers**

- ▶ Standortwahl und Apothekenbetrieb von gestern
- ▶ Standortbewertung / Standortanalyse ja – aber wie?
- ▶ Existenzsicherung durch betriebswirtschaftliche Beratung



Olaf Boczan & Karl-Heinz Nehring,

Geschäftsführende Inhaber,
Pharma2Plan GmbH15.00 - 15.30 **PRAXISBERICHT****Metropolitan Pharmacy 2010 – Ein Erfolgskonzept im Wandel**

- ▶ Markenrelaunch und strategische Neupositionierung
- ▶ Zielgruppengerichtetes Apothekenmarketing am Standort Flughafen
- ▶ Ausblick: Metropolitan Medical Center – Apotheker als Initiator von Gesundheitszentren

Frank Füßl, Apotheker und Prakt. Betriebswirt für die Pharmazie,
Inhaber Metropolitan Pharmacy15.30 - 16.00 **Herausforderungen und Lösungen im Multi-Channel für Versandapotheken: Marktplätze, Preisvergleiche, Social Media**

- ▶ Vorstellung
- ▶ Gemeinsamkeiten und Unterschiede zwischen den Channels
- ▶ Herausforderungen
 - Marktplätze: eBay vs. Amazon
 - Preisvergleiche: Google Products vs. Medizinfuchs
 - Social Media: Hype oder Zukunft
 - Lösungen

Silvio von Krüchten, Geschäftsführer, i-ways sales solutions GmbH

16.00 **Zusammenfassung der Ergebnisse durch den Vorsitzenden und Ende des deutschen Apothekenkongress 2010****Medienpartner**

APOTHEKE + MARKETING aus dem Springer Gesundheits- und Pharmazieverlag geht auf das berufliche Informationsbedürfnis des Apothekers ein und hilft ihm, mit serviceorientierten Beiträgen zu Marketing, Management und Betriebswirtschaft, seine Apotheke zukunftsfähig zu machen. Darüber hinaus bietet APOTHEKE + MARKETING dem Apotheker die Möglichkeit, sich durch die Teilnahme an zertifizierter Fortbildung im Bereich Pharmazie fachlich weiter zu qualifizieren. www.springer-gup.de



„ApothekerPlus“, das interdisziplinäre Magazin für Ärzte und Apotheker. Seit Mai 2008, alle vierzehn Tage freitags, erhalten etwa 22.000 deutsche Apotheker und rund 63.000 niedergelassene Allgemeinärzte, Praktiker und Internisten ihre Kombination aus der Ärzte Zeitung und dem neuen Supplement „Apotheker-Plus“. „ApothekerPlus“ berichtet darüber, wie beide Heilberufe, Apotheker und Arzt, heute schon erfolgreich zusammenarbeiten und zeigt Perspektiven auf, wie sie ihre Fähigkeiten und Kenntnisse in Zukunft noch stärker verbinden können. www.aerztezeitung.de



Die Arzneimittel Zeitung berichtet seit 1988 für deutschsprachige Entscheider in der pharmazeutischen Industrie und deren Dienstleister. In 19 Ausgaben pro Jahr wird das Branchengeschehen kompakt aufbereitet. Die Berichterstattung informiert über Entwicklungen des Marktes und einzelner Unternehmen, über Events und Aktionen von Firmen und Verbänden sowie über Branchenpartner, besonders PR-, Werbe- und Veranstaltungsagenturen. In Übersichtsartikeln wird zugleich das für die Industrie relevante gesundheits- und pharmapolitische Geschehen abgebildet. www.aerztezeitung.de



Das pharma marketing journal ist die neutrale Informationsplattform für alle Entscheider im Pharma-Markt. Das pmj informiert über gesetzliche und politische Rahmenbedingungen des Pharmamarktes und dessen Auswirkungen auf Marketing und Vertrieb. Gleichzeitig werden innovative und visionäre Marketing-, Kommunikations- und Vertriebsstrategien vorgestellt. Die Zeitschrift bereitet die neuesten Ergebnisse aus der Marketingforschung für die Pharmabranche auf und schafft Transparenz in der weit gefächerten Medienlandschaft der Gesundheitsbranche. www.pharma-marketing.de

Sehr geehrte Damen und Herren,

der Deutsche Apothekenmarkt hat ein turbulentes Jahr hinter sich. Mit dem EuGH-Urteil vom 19. Mai 2009 bleibt es Kapitalgesellschaften zwar bis auf Weiteres verwehrt eigene Apothekenketten zu betreiben, dafür gehen aber v.a. die Betreiber von Franchisekonzepten, Markenpartnerschaften, Apothekennetzwerken und Vertriebskooperationen als Gewinner des Richterspruchs hervor und bauen ihre Marktpositionen strategisch weiter aus. Fremdbesitzverbot also hin oder her – am deutschen Apothekenmarkt herrscht derzeit dennoch eine kettenähnliche Wettbewerbssituation.

Welche Auswirkungen die neu gewählte schwarz-gelbe Koalition in der nächsten Legislaturperiode zudem auf das Gesundheitswesen und speziell auf den Apothekenmarkt hat, wird sich in den kommenden Monaten zeigen.

Welche Überlebenschancen hat die Individualapotheke in diesem Umfeld in der Zukunft? Muss sich der Apotheker heute zwangsläufig einer Gruppe anschließen? Und wenn ja, welcher? Oder kann er durch innovative und individuelle Apothekenkonzepte sein Profil schärfen und den Kampf David gegen Goliath aufnehmen?

Diskutieren Sie auf dem „Deutschen Apothekenkongress 2010“ gemeinsam mit renommierten Experten aus Politik, Wissenschaft, Industrie, Handel und erstklassigen Branchenkennern die aktuellen Perspektiven und Entwicklungen am deutschen Apothekenmarkt. Auf dem „Deutschen Apothekenkongress 2010“ verraten Ihnen erfolgreiche Kollegen und Querdenker ihre Gewinnerstrategien und geben Ihnen neue Denkanstöße.

Nutzen Sie die Gelegenheit zum Networking auf dem deutschen Branchentreff.

Wir freuen uns, Sie auf dieser hochkarätigen Veranstaltung im März in Frankfurt begrüßen zu dürfen.



Stefanie Pracht
Geschäftsführerin



Hans Motzki
Projektleitung

ZUKUNFTSFORUM APOTHEKE 2010

Der Marktplatz für innovative Lösungen in der Apothekenbranche

Treffen Sie auf der parallelen Fachausstellung zum Deutschen Apothekenkongress 2010 Ihre zukünftigen Kunden aus der Apothekenwelt. Nutzen Sie die Chance, dem hochkarätigen Fachpublikum, bestehend aus Apothekern, Vorständen, Geschäftsführern und Führungskräften der pharmazeutischen Industrie und dem pharmazeutischen (Groß)handel sowie dem Einzelhandel, Ihre Produkte und Dienstleistungen vorzustellen und realisieren Sie so wertvolle Geschäftskontakte für das Jahr 2010.

DIE AUSSTELLUNGSBEREICHE

- ▶ Apothekenkooperationen
- ▶ Customer Value Management/Beschwerdemanagement
- ▶ Marketing/Category Management
- ▶ Ladengestaltung
- ▶ Beratung/Konzeption
- ▶ Qualitätsmanagement/Zertifizierung
- ▶ Fulfillment/Logistik/Inkasso für (Versand-)Apotheken
- ▶ Neue Produkte/Dienstleistungskonzepte

SIE SIND INTERESSIERT, ALS SPONSOR ODER AUSSTELLER DABEI ZU SEIN?

Dann fordern Sie bitte unverbindlich weitere Informationen an:

Frau Marylka Abraham, Sales Manager Sponsoring & Ausstellung, berät Sie gern:

Tel.: 0 69 / 24 24 - 47 75

Fax: 0 69 / 24 24 - 47 99

E-Mail: abraham@managementforum.com

Deutscher Apothekenkongress

23./24. März 2010 · Sheraton Hotel Frankfurt Airport

Fax-Anmeldung: 069 / 24 24 - 4799

Ja, hiermit melde ich mich/melden wir uns an zum „**Deutschen Apothekenkongress 2010**“ am 23. und 24. März 2010, € 1.290,- zzgl. MwSt. p. P.

Ja, ich nutze den Vorteilspreis für Apotheker.

Für Apotheker beträgt die Kongressgebühr € 990,- zzgl. MwSt. p. P.

Sonderpreis für Apotheker

Wir interessieren uns für Ausstellungsmöglichkeiten auf der begleitenden Fachausstellung. Senden Sie uns bitte unverbindlich nähere Informationen zu.

Wir interessieren uns für Sponsoringmöglichkeiten auf dem „**Deutschen Apothekenkongress 2010**“.

Senden Sie uns bitte unverbindlich nähere Informationen zu.

1. Name	Vorname
Position	Abteilung
Telefon*	Fax
E-Mail*	
* Mit der Angabe meiner E-Mail-Adresse und Telefonnummer erkläre ich mich einverstanden, dass mich Management Forum über diese und weitere Veranstaltungen per E-Mail/telefonisch informiert.	

Firma	
Straße	
PLZ	Ort

2. Name	Vorname
Position	Abteilung
Telefon*	Fax
E-Mail*	
* Mit der Angabe meiner E-Mail-Adresse und Telefonnummer erkläre ich mich einverstanden, dass mich Management Forum über diese und weitere Veranstaltungen per E-Mail/telefonisch informiert.	

3. Name	Vorname
Position	Abteilung
Telefon*	Fax
E-Mail*	
* Mit der Angabe meiner E-Mail-Adresse und Telefonnummer erkläre ich mich einverstanden, dass mich Management Forum über diese und weitere Veranstaltungen per E-Mail/telefonisch informiert.	

	
Datum	Unterschrift

TS-PDF

Kontakt/Anmeldung

Management Forum der
Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH
Eschersheimer Landstraße 50
60322 Frankfurt am Main
Tel.: +49 (0) 69 / 24 24 - 47 70
Fax: +49 (0) 69 / 24 24 - 47 99
E-Mail: info@managementforum.com
Internet: www.managementforum.com

Veranstaltungsort

Sheraton Hotel Frankfurt Airport
Hugo-Eckener-Ring 15
Rhein-Main-Flughafen
60549 Frankfurt
Tel.: +49 (0) 69 / 6977-0
Fax: +49 (0) 69 / 6977-2209
E-Mail: reservationsfrankfurt@sheraton.com
EZ: € 169,- inkl. Frühstück

Zimmerreservierung

Das Veranstaltungshotel hält ein Zimmerkontingent für Sie bereit. Bitte nehmen Sie die Reservierung direkt im Hotel unter Berufung auf den „Deutschen Apothekenkongress 2010“ vor.

Kongressgebühr/Anmeldebedingungen

Bitte nehmen Sie die Anmeldung auf dem nebenstehenden Vordruck vor. Die Gebühr für diesen zweitägigen Kongress beträgt 1.290,- € zzgl. MwSt. p.P. Nehmen mehr als zwei Personen aus einem Unternehmen am Kongress teil, gewähren wir ab dem dritten Teilnehmer 15% Preisnachlass. Die Kongressgebühr enthält die Tagungsgetränke und das Mittagessen. Nach Eingang Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine Anmeldebestätigung und Rechnung. Kongresseinlass kann nur gewährt werden, wenn der Rechnungsbetrag rechtzeitig vor Kongressbeginn beglichen wird. Bei schriftlicher Stornierung der Anmeldung wird eine Bearbeitungsgebühr in Höhe von € 50,- zzgl. MwSt. p.P. erhoben, wenn die Absage spätestens bis 23. Februar 2010 schriftlich bei Management Forum eingeht. Bei Nichterscheinen des Teilnehmers bzw. einer Abmeldung nach dem 23. Februar 2010 wird die gesamte Kongressgebühr fällig. Selbstverständlich ist eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers möglich. Der Veranstalter behält sich Referenten- sowie Themenänderungen vor.

Datenschutz

Sie können der Verarbeitung oder Nutzung Ihrer Daten für Zwecke der Werbung jederzeit bei der Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH, Eschersheimer Landstraße 50, 60322 Frankfurt am Main, Telefon: +49 (0) 69 / 24 24 - 47 70, Telefax: +49 (0) 69 / 24 24 - 47 99, E-Mail: info@managementforum.com (verantwortlich i.S.d. BDSG) widersprechen.

Registrierung

Der Kongresscounter ist jeweils eine Stunde vor Kongressbeginn zur Registrierung geöffnet. Als Ausweis für die Kongressteilnahme gelten Namensschilder, die Ihnen am Veranstaltungstag gemeinsam mit den Tagungsunterlagen am Kongresscounter ausgehändigt werden.