

Ausgabe Nr. P 07/18 | Düsseldorf, 13. Februar 2018 | 41. Jahrgang | ISSN 1431-3405

Aschermittwoch – hinein in die Fastenzeit! Bei 'mi' wird nicht gehungert, es gibt diese Vollwertkost: ■ **BVDAK rief zum 10. Kooperationsgipfel** ■ **Wettbewerb unter Drogeriemärkten – koste es was es wolle** ■ **VSA und awinta laden zur Roadshow ein** ■ **test: Werbung wirkt, Medikamente nicht unbedingt** ■ **APOkix: Erkenntnisse zur Erkältungszeit. Doch zunächst, sehr geehrte Leserin, verehrter Leser, eine Beilage zur Kassenführung:**

Heute für Sie im Fokus: Eine 'Anweisung Kassenführung'

Auch 2018 bereichern wir das Informationsangebot für Sie als 'markt intern'-Leser mit vielfältigen Themenschwerpunkten, die wir Ihnen gesondert in **Beilagen**-Formaten präsentieren. Für Apotheken werden die Themen **Kassen**-**nachschau** und **Datensicherheit** über das gesamte Jahr immer wieder in unterschiedlichen Konstellationen aufkochen. Ihre Redaktion möchte Sie auch bei diesen Alltagsaufgaben unterstützen, für eine echte Entlastung sorgen. Dazu werden Merkblätter

und Ratgeber entwickelt, die wir Ihnen über die Ausgabe anbieten. Die Themen behalten wir allerdings auch bei Gesprächen mit Herstellern und Dienstleistern im Hinterkopf, um deren Angebote zu checken.

Im Gespräch mit 'mi' erläutert Rechtsanwalt und Steuerberater **Dr. Bernhard Bellinger**, Düsseldorf, eine mögliche Kassenanweisung auf Anwenderseite, also bei Ihnen in der Apo-



theke. Dr. Bellinger ist seit Jahren anerkannter Experte auf dem Gebiet der Steuern- und Warenwirtschaftssysteme von Apotheken. Am 25.3.2015 erließ der **BFH** ein Urteil, wonach fehlende Verfahrensdokumentationen die Ordnungsmäßigkeit einer Buchführung aufheben. Da die Softwarehäuser die

herstellerseitige Verfahrensdokumentation stellen, hat sich Dr. Bellinger der Erstellung der zusätzlich erforderlichen Anwender-Verfahrensdokumentation gewidmet. Deren **Kernstück ist die individuelle Kassenanweisung des Apothekers an seine Mitarbeiter**. Diese Muster-Kassenanweisung hat Dr. Bellinger im Rahmen eines Seminars seiner Kanzlei auch anderen Steuerberatern mit der Maßgabe überlassen, sie verwenden zu dürfen, wenn im Muster ein Autorenhinweis hinterlegt ist. Daran halten sich leider nicht alle Steuerberater. Wir haben damit kein Problem – Autor der heutigen Beilage ist Dr. Bellinger. 'markt intern' = **Mehrwerte inklusive!**

herstellerseitige Verfahrensdokumentation stellen, hat sich Dr. Bellinger der Erstellung der zusätzlich erforderlichen Anwender-Verfahrensdokumentation gewidmet. Deren **Kernstück ist die individuelle Kassenanweisung des Apothekers an seine Mitarbeiter**. Diese Muster-Kassenanweisung hat Dr. Bellinger im Rahmen eines Seminars seiner Kanzlei auch anderen Steuerberatern mit der Maßgabe überlassen, sie verwenden zu dürfen, wenn im Muster ein Autorenhinweis hinterlegt ist. Daran halten sich leider nicht alle Steuerberater. Wir haben damit kein Problem – Autor der heutigen Beilage ist Dr. Bellinger. 'markt intern' = **Mehrwerte inklusive!**

Der BVDAK-Kooperationsgipfel – DAS Pharma-Branchentreffen

Manchem Düsseldorfer, Kölner oder Mainzer hat es in diesem Jahr echt weh getan. **Dr. Stefan Hartmann**, 1. Vorsitzender des **BVDAK Bundesverband deutscher Apothekenkooperationen** rief zum Jahresauftakt der Pharmabranche. Inzwischen ist es eine Tradition geworden, denn der nunmehr zehnte Kooperationsgipfel fand in der vergangenen Woche, am 7. und 8. Februar in München statt. Da kennen die Bayern eben nichts – die Rheinländer hätten den Donnerstag lieber bei der Weiberfastnacht verbracht.

Als **Kernzielgruppen** des Kooperationsgipfels nennt der BVDAK ■ **Apothekenkooperationen** ■ **pharmazeutische Industrie** ■ **pharmazeutischen Großhandel** und ■ **Warenwirtschaftshäuser**. Wer sich aufmerksam umblickte, konnte unter den gut 450 Teilnehmern eine Vielzahl erstrangiger Vertreter genau dieser Gruppen erkennen, darüber hinaus eine Reihe von Teilnehmern aus den Bereichen sonstige Dienstleistun-

gen und Agenturen. Hierfür das erste Kompliment an Dr. Hartmann und sein Team, die kontinuierlich an der Veranstaltung gearbeitet haben und diese zum Erfolg führten. Hinzu kommt eine herausragende Organisation und ein Tagungs-ort, der wie geschaffen für diese Art und Größe von Veranstaltung scheint. Doch nun hinein in die reichhaltige Tagesordnung – der erste Tag ist über zehn Stunden geplant, unterbrochen durch einige Networking-Pausen, der zweite Tag immerhin noch bis knapp nach Mittag.

Dr. Stefan Hartmann und Co-Moderator **Klaus Hölzel** blicken kurz auf die vergangenen Jahre zurück. Zahlreiche prominente Gäste werden aufgezählt und **Sonja Henne-mann**, die für alle organisatorischen Dinge zuständig ist, erhält neben einem herzlichen Dankeschön auch einen Strauß Blumen. Sehr sympathisch – und wirklich verdient! Den Keynote-Beitrag „Die Kooperation bin ich!“ eines öster-

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

reichischen Wirtschaftskabarettisten verschweigt des Sängers Höflichkeit – nicht jedoch die fachliche Einführung von Dr. Hartmann und Klaus Hölzel. Die beiden gehen zunächst auf die **Entwicklung der Apothekenzahl** bis Ende des dritten Quartals 2017 ein. Bis zu diesem Zeitpunkt fiel die Zahl der öffentlichen Apotheken auf 19.825, die der Haupt-/



Einzelapotheken von 15.607 auf 15.341 (-286). Die Zahl der Filialen stieg mithin um 88. Aus Sicht des Kooperations-Verbandes ist die Feststellung, dass ca. 17.500 Apotheken Mitglieder in Koopera-

tionen sind, wichtig. Von diesen selbst lassen sich derzeit rund 80 als Rundum-Kooperation aufzählen, daneben gibt es rund 150 Discount-Kooperationen und regional sind es etwa 500 Kooperationen. Die Tabelle 'Situation der Verbände' beginnt natürlich mit der ABDA, unter den insgesamt 14 Positionen finden sich auch ein **BVDFA**, der **Bundesverband Deutscher Filial-Apotheken**, und der **BVDSH**, der **Bundesverband deutscher Softwarehäuser**. Als wohl neueste Gründung wird der **Bundesverband der Apothekenrechenzentren** aufgezählt.

Mitgliederbewegungen bei den Kooperationen gab es insbesondere bei der Großhandelskooperation **Pharma Privat**. Da das **E-Plus**-Programm eingestellt wurde, gewann **A-plus (Pharma Privat Wave)** rund 1.070 Mitglieder hinzu. **Alphega** kann 120 Zugänge (+7%) melden. Ein wenig überraschend – schließlich wird über die Großhandels-Muttergesellschaft **Alliance Healthcare Deutschland** im Markt kaum noch Positives berichtet.

Damit weg von den Zahlen, hin zu den gewohnt aufrührenden Worten Hartmanns, der gern mal den Status Quo in Frage stellt: „*Wie müsste die stationäre Apotheke aufgestellt sein, wenn Amazon vollumfänglich (als Krankenkasse, als Großhandel und als Versandapotheke) in den Apothekenmarkt einsteigen würde?*“ Die Antwort auf seine Frage gibt Hartmann prompt: Er fordert warenwirtschaftsübergreifende Lösungen, eine Vernetzung der Apotheken über ihre Warenwirtschaftsanbieter. Anstelle des heutigen Klein-Klein ■ **eine** einheitliche App für alle stationären Apotheken ■ **einen** apothekenübergreifenden Medikationsplan ■ **eine** Kundenkarte für alle stationären Apotheken ■ einen Umzugsservice für Medikationsdaten ■ und eine apothekenübergreifende telepharmazeutische Anbindung mit Verweisung auf die nächstgelegene stationäre Apotheke. In diesem Zusammenhang betont er, dass die **Warenwirtschaftshäuser die Schlüsselindustrie für den stationären Apothekenmarkt sind**.

Auch an die Adresse der **OTC-Industrie** gibt es einige Forderungen: **Lieferfähigkeit, effektiver OTC-Außendienst, betriebswirtschaftlich sinnvolle Konditionen** und **optimierte Zahlungsbedingungen** lauten in dieser Richtung die Vorschläge. Dazu dürfen sich die Industrievertreter anhören, dass **nachhaltiges Storytelling** bei den Patienten/Apothekenkunden mehr bringt, als simple Aktionen.

Zum Schluss geht Dr. Hartmann noch einmal auf das Honorargutachten ein. Die ABDA komme ihm vor „*wie das Huhn auf der Schlachtbank*.“ So würden die Informationen aus Berlin immer weniger. Und keine Stellungnahme ist nun mal keine Lösung, sondern ignoranter. Auch zur Rx-Bonusdebatte, den Impfungen in der Apotheke und zur Digitalisierung kommen keine Initiativen aus Berlin. Die Forderung zum Abschluss lautet deshalb: „*Wir brauchen eine selbstbewusste, proaktive und zukunftsorientierte Berufsgruppen-Vertretung (keine Zunftvertreter), wir brauchen die hellsten Kerzen auf der Torte*.“ Denn die heilberufliche Zukunft, nicht nur der Apotheken, werde künftig mehr durch Politik und Betriebswirtschaft entschieden. Dabei könnten Apothekenkooperationen den Einzelnen helfen.



Sonja Hennemann und Dr. Stefan Hartmann

Wer selbst einmal eine Veranstaltung gestalten wollte, weiß, wie schwer es ist, Referenten zu finden, die nicht nur dieses Tagesprogramm füllen, sondern dies auch mit interessanten, neuen Beiträgen tun. Hier konnte der BVDK mit **Marc Aufzug**, dem geschäftsführenden Gesellschafter der **The Global Marketplace Group GmbH**, und dessen Beitrag „*Amazon – die Apotheke der Zukunft*“ punkten. **Dr. Karl Pall** erklärte, welche Daten **Google** sammelt und welche Trekking-Möglichkeiten es für Apotheken gäbe. **Gerben Klein Nulent**, **KNMP**-Vorsitzender, schilderte die „*Herausforderungen im Apothekenbetrieb – Chancen für den Apothekerberuf: wie man hiermit in den Niederlanden umgeht*.“ Ein sehr interessanter Beitrag, zeigte er doch die Möglichkeiten in einem Markt, in dem es starke Konkurrenz seitens Großhandels-Apotheken (Ketten) gibt.

Abgerundet wurde das Programm durch Beiträge, die keinen direkten Bezug zum Pharmamarkt oder den Apotheken haben. „*Entscheiden durch Intuition*“ von **Dr. Niklas Keller** lieferte reichlich Nahrung für eigene Gedanken. Den Abschluss machte **Dr. Morton Douglas**, Partner der **Friedrich Graf von Westphalen und Partner mbB**, mit „*Aktuelle Entwicklungen der Rechtslage auf dem Apothekenmarkt*“. Das bekannte **EuGH**-Urteil sieht Douglas nicht als endgültig an, sondern dieses werde noch in einer Reihe von Verfahren aufgerollt. Mit der Datenschutz Grundverordnung (DSGVO), die am 25. Mai 2018 in Kraft tritt, seien zahlreiche neue Anforderungen durch die Kooperationsmodelle der Apotheken auch und gerade im Bereich der Rechenzentren, Blisterzentren, Herstellerbetriebe und beim personalisierten Marketing zu erfüllen.

'mi'-Fazit: Ein thematisch wertig gestalteter Kongress, von dem wir demnächst einige Themen in lockerer Folge aufgreifen werden ■ Networking unter vielen hochrangigen Teilnehmern des Pharmamarkts ■ eine Location, die den Anforderungen voll und ganz genügt ■ ein Kongress-Service, der den Teilnehmern echte Hilfestellung bietet ■ Gute Kunde für alle Rheinländer: Der **11. Kooperationsgipfel** wird für den **20. und 21. Februar 2019** geplant!

Wettbewerb außer Rand und Band?

Darf man sich darüber freuen, wenn Drogeriemärkte, Lebensmittel und Discounter sich untereinander Gefechte liefern? Beurteilen Sie selbst: Der Wettbewerb unter den Drogeriemärkten ist intensiv. Vor diesem Hintergrund gewinnt die Nachricht, dass **Rossmann/Burgwedel** in diesem Jahr kräftig expandieren will, für alle Produktgruppen des Sortiments große Brisanz. Nach Aussage von **Dirk Roßmann** sollen es **in diesem Jahr 230 neue Filialen insgesamt in Europa** werden. Mit 105 Neueröffnungen entfällt der größte Teil auf Deutschland.

Die wirtschaftlichen Rahmendaten scheinen für Rossmann nicht schlecht. Im abgeschlossenen Geschäftsjahr 2017 haben die Niedersachsen den Umsatz um 6,8 % gesteigert und erstmals die Schallmauer von 9 Mrd. € geknackt. In Deutschland hat sich das Wachstum indes deutlich verlangsamt, zuletzt auf 4,5 %, von sonst um die 8 %. Mit den 6,4 Mrd. € Umsatz, die hierzulande eingefahren wurden, sind die Niedersachsen nach **dm** die zweitstärkste Kette in Deutschland. **dm** setzt ebenfalls auf Expansion. Im vergangenen Jahr hat der Drogerie-Marktführer den Umsatz um 6 % zu einen zweistelligen Milliarden-Umsatz (10,3 Mrd. €) hochgeschraubt.

Der Lebensmitteleinzelhandel schießt mit Begehrlichkeit auf die auskömmlichen Margen bei Körperpflege- und Gesundheitsprodukten. **Edeka** beispielsweise ging schon im zurückliegenden Sommer eine Verbindung mit **Budnikowsky/Hamburg** ein. Laut Informationen verschiedener Medien soll diese Kooperation künftig jährlich mindestens 50 neue Drogeriemärkte eröffnen. Eine große Zahl von Gesundheitspro-

dukten sowie Abgabestellen von Versandapotheken finden Sie mittlerweile bei den Lebensmittellern.

Doch neben den Drogeriemarktketten und dem LEH haben auch die Discounter, **Aldi** und **Lidl** voran, den Milliardenmarkt mit Schönheits-, Körperpflege- und Hygieneprodukten entdeckt. In der vergangenen Woche verkaufte Aldi die 200-g-Dose Nivea von Beiersdorf für 2,45 €. Gerade der Klassiker, der mehr durch seine blaue Dose als durch aggressives Preismarketing auffiel, wurde sogar noch aggressiver beworben: Kunden, die drei der vier im Sortiment gelisteten Nivea-Produkte gleichzeitig kauften, bekamen noch einen Zusatzrabatt von 25 %. Das Angebot war zwar auf eine Woche beschränkt, doch es stellte einen klaren Tabubruch dar: Bisher profilierten sich die Discounter mit Niedrigstpreisen bei Kaffee, Butter, Milch und Aktionswaren. Damit zogen sie die Kunden in den Laden und ans übrige Sortiment. Aber die Hauptumsatzträger der Drogeriemärkte ließ man weitestgehend in Ruhe – dafür hielten sich die Drogeriemärkte aus den Lebensmitteln raus.

Was bejubeln nun die Endverbrauchermedien? Natürlich die sinkenden Preise für die Kunden! Was bleibt, sind nicht auskömmliche Preise für den Hersteller und die Handelsstufen. Der Kunde begreift nicht, dass er die Zeche (nicht nur) bei der Milchrechnung über EU-Subventionen zahlt, während Aldi und Co. die Preise an der Front bestimmen und sich noch dazu die Taschen voll machen. Eine Tendenz, die bei den apothekenüblichen Produkten noch nicht so ausgeprägt ist. Hoffen wir mal, dass es so bleibt!

Aktuelles und Wissenswertes – gefiltert, gemischt, gebündelt

'Save the DATA' – Roadshow von VSA, awinta und ALG Vom 20. Februar bis zum 14. März touren die drei vorgenannten Unternehmen der **NOVENTI Group** unter dem Motto **'Save the DATA'** durch 11 Städte in Deutschland. Eines der zentralen Themen ist dabei die neue **EU-Datenschutz-Grundverordnung**, die am 25. Mai 2018 in Kraft tritt. Die bisher in Deutschland schon sehr strengen Datenschutz-Regeln werden damit nochmals verschärft und es drohen empfindliche Bußgelder bei Verstößen. Die Änderungen im neuen EU-Datenschutzregelwerk werden nicht nur vorgestellt, sondern die Apotheken sollen auch aktiv bei der Umsetzung in ihrem Betrieb unterstützt werden. Künftig müssen Apotheken einen Plan erarbeiten, wie der Datenschutz in ihrem Betrieb sichergestellt ist und zusätzlich ein



Risikomanagementsystem einrichten, um unter anderem Daten-Lecks vorzubeugen. Weitere Änderungen sind auch im Rahmen von Kundenkarten und der dadurch gespeicherten Daten zu erwarten. Vor der sorglosen Nutzung von **Facebook** oder **WhatsApp**-Einsatz für den Kundenkontakt haben wir Sie bereits gewarnt (vgl. P 48/17). Als datenschutzkonforme und im Markt bereits bewährte Alternative stellen VSA und ALG bei der Roadshow erneut die Kommu-

nikations- und Vorbestell-App **callmyApo** vor. Die Lösung ist mit apotheken-individuellen Sicherheits-Zertifikaten geschützt und die Datenübertragung erfolgt stets verschlüsselt. Also: Wenn Sie sich kompakt zu den Themen Datenschutz, Sicherheit und Kundenkontakt informieren möchten, sollten Sie sich noch den passenden Ort/Termin raussuchen.

Es werden immer weniger Wie die **ABDA – Bundesvereinigung Deutscher Apothekerverbände** Anfang Februar mitteilt, **ist die Zahl der Apotheken in Deutschland Ende 2017 gesunken** – um 275 auf 19.748 im Vergleich zum Vorjahr. Dabei berücksichtigt sind 395 Schließungen, denen 120 Neueröffnungen gegenüberstehen. Diese Zahl ist der niedrigste Stand seit 1987. ABDA-Präsident **Friedemann Schmidt** macht deutlich: „Nicht nur die Zahl der Apotheken, sondern auch die Zahl der Inhaber sinkt immer weiter. Und das schmerzt besonders. Wenn so viele Apotheker keine Perspektive mehr für eine Existenz als Selbstständige sehen, liegt das nicht nur am scharfen Wettbewerb, sondern leider auch an den ordnungspolitischen Rahmenbedingungen.“ Um die flächendeckende Rx-Versorgung mit stationären Apotheken weiterhin sicherstellen zu können, fordert er gesetzliche Regelungen zu einheitlichen Preisen und



ein Verbot des Versandhandels mit verschreibungspflichtigen Arzneimitteln.

Werbung wirkt, Medikamente nicht unbedingt Unter diesem Tenor hat die **Stiftung Warentest** (StiWa) aktuell 35 beliebte Arzneimittel unter die Lupe genommen und bewertet. Das Fazit: Vieles sei aufgrund der Kombination der Inhaltsstoffe deutlich weniger geeignet als die risikoärmere Einnahme einzelner Wirkstoffe. Beispielhaft werden u. a.



Ibuprofen- oder Paracetamol-Wirkstoffkombis von Thomapyrin oder Neuralgin gegenübergestellt. **Dr. Bettina Sauer** von der StiWa erklärt das 'Gießkannenprinzip' für nicht sinnvoll und meint: „*Stattdessen sollte man gezielt die Symptome behandeln, die einem wirklich zu schaffen machen, zum Beispiel kurzfristig einen Hustenstiller oder ein Nasenspray nehmen.*“ Für den interessierten Leser bietet die StiWa mit ihrem **Handbuch 'Medikamente im Test'** (s. a. P 42/17) ausführlichen Lesestoff, die Kurzform zum aktuellen Test wird kostenlos unter www.test.de/beliebte-medikamente angeboten. Das bedeutet für Sie noch ausführlichere Beratung am HV für detailliert informierte Patienten. Aber damit haben Sie ja keine Schwierigkeiten.

Ha...tschi – Die Apotheke hilft Der aktuelle **APOkix** des **IFH Köln** bildet die Umfrageergebnisse zur Abgabe von rezeptfreien und -pflichtigen Medikamenten bei Erkältungen von rund 200 Apothekenleitern und -leiterinnen ab. Laut dieser Umfrage ■ kaufen 35,7 % der Erkältungspatienten ausschließlich Rx-Arzneimittel ■ kaufen 39,7 % der Erkältungspatienten ausschließlich OTC-Medikamente ■ geben fast 55 % der Betroffenen 11–15 € im Rahmen der Selbstmedikation aus ■ ist für fast 90 % der Befragten der Umsatz zur Selbstmedikation von Erkältungen von hoher Relevanz. Der Konjunkturindex für die



aktuelle Geschäftslage ist im Januar im Vormonatsvergleich um 11 auf 85 Punkte gesunken, der für die erwartete Geschäftslage liegt bei 59,7 Punkten. Die Erwartungen an die wirtschaftliche Lage sind bei vielen Apothekern für die kommenden zwölf Monate also von Skepsis geprägt.

Fokus auf NOWEDA Die **NOWEDA Apothekergenossenschaft**/Essen zeigt aktuell mit zwei Meldungen deutlich, wo sie ihre Schwerpunkte setzt: ■ Am **Landgericht Düsseldorf** hat die NOWEDA zwei **einstweilige Verfügungen** gegen **DocMorris** erwirkt (vorläufig, noch kann Rechtsmittel dagegen eingelegt werden). Der niederländische Arzneimittelversender informiere seine Kunden nicht ausreichend über längere Lieferzeiten bei Rezepturen und in diesem Bereich bestehende Einschränkungen, lautet die Kritik. Vorstandsvorsitzender **Dr. Michael P. Kuck** erläutert: „*Unter anderem bei der Anfertigung von Rezepturen fällt der Versandhandel durch – im Vergleich zu Vor-Ort-Apotheken – lange Lieferzeiten oder Ablehnung von Rezepten negativ auf. Das sind nicht unerhebliche Details, über die Verbraucher schon im Vorfeld informiert werden müssen, da viele von ihnen ihr verordnetes Medikament kurzfristig benötigen.*“ ■ Im Arbeitgeber-Ranking des Magazins **Focus** und der Bewertungsplattform **Kununu** hat die NOWEDA nach Platz 13 im Vorjahr nun den zweiten Platz in der Kategorie Großhandel erreicht. Damit verbunden ist die Auszeichnung als **'Top nationaler Arbeitgeber 2018'**. Im Gesamtranking verbesserten sich die Essener von Platz 435 auf Platz 188. Auf welcher Basis das gute Ergebnis zustanden kommt, betont **Joachim Wörtz**, Vorstand Finanzen und Personal: „*Wir werden unsere genossenschaftlich geprägte Unternehmenskultur auch in Zukunft pflegen, da nicht zuletzt unsere Mitglieder von der geringen Fluktuation in unserer Belegschaft und von deren überdurchschnittlichem Engagement profitieren.*“ **'mi' meint:** Da zeigt sich ein stringentes Bild – nach innen und außen aktiv für die Apotheke vor Ort. Das ist einen Glückwunsch wert!



Zwei Tanzmariechen treffen sich Aschermittwoch. Die Erste: „*Das waren tolle Tage. Seit einer Woche bin ich nicht mehr im Bett gewesen!*“ – Die Zweite: „*Schön blöd, dann hast du ja das Beste verpasst!*“

Aschermittwoch ... unterstützen Sie die Fastenwilligen!
Ihre



Ch. Bach
RA Christoph Bach
– Chefredakteur –



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

