

Pflicht und Kür

Für die meisten Arzneimittel gilt in Deutschland die Apothekenpflicht. Einige Hersteller unterwerfen sich aber **freiwillig** der Beschränkung, ihre Produkte nur über den Vertriebsweg Apotheke zu vermarkten. Warum tun sie das?

Wo und von wem Arzneimittel in den Verkehr gebracht werden dürfen, regeln § 43 des Arzneimittelgesetzes (AMG) und § 17 der Apothekenbetriebsordnung (ApBetrO). Von einigen Ausnahmen abgesehen ist die Apotheke der Ort der Arzneimittelabgabe. Das hat sich der Gesetzgeber vor vielen Jahren gut überlegt, denn es ist ein Beitrag zur Arzneimittelsicherheit. Schließlich sind Arzneimittel keine Lutschbonbons und eine Beratung durch dafür ausgebildete Fachleute, wie Apotheker und PTA, schützt die Menschen vor falschem Einsatz und falscher Anwendung. Neben den apothekenpflichtigen Arzneimitteln gibt es aber auch solche, die in Drogerien und Supermärkten verkauft werden dürfen. Sie dienen laut § 44 AMG zu anderen Zwecken als zur Beseitigung oder Linderung von Krankheiten, Leiden, Körperschäden oder krankhaften Beschwerden.

Größere Verbreitung Man könnte davon ausgehen, dass Hersteller von nichtapothekenpflichtigen Arzneimitteln, Medizinprodukten, Nahrungsergänzungsmitteln oder Kosmetika froh sind, wenn ihnen der Gesetzgeber nicht in den Vertrieb hineinregiert. Durch den Verkauf in Apotheken und gleichzeitig in Drogeriemärkten und Drogerieabteilungen der Supermärkte erreichen sie

schließlich mehr potenzielle Käufer.

Besser auf die Bedürfnisse abgestimmt Dennoch gibt es Firmen, die ihre Produkte oder einzelne Bereiche ihres Sortiments nur über Apotheken vertreiben. Wir haben dazu den Marketing Direktor Tim Simonsen des Pharmaunternehmens Queisser Pharma GmbH & Co. KG in Flensburg befragt. Unter der Dachmarke Doppelherz finden sich neben den Produkten der Doppelherz® aktiv-Serie, die im Lebensmitteleinzelhandel und im Drogeriemarkt verkauft werden, die Produkte der Doppelherz® system-Range, die nicht apothekenpflichtig sind, aber dennoch exklusiv in der Apotheke verkauft werden. „Wir sehen in der Apothekenexklusivität keine Beschränkung, sondern eine Chance für besondere, auf Kundinnen und Kunden in der Apotheke abgestimmte Produktkonzepte. Die Rezepturen der einzelnen Doppelherz® system-Produkte sind immer genau auf die jeweiligen Bedürfnisse und Anforderungen des Körpers abgestimmt – ob nun im Bereich Herz-Kreislauf, Augengesundheit, Bewegungsapparat oder beispielsweise zur Unterstützung des Immunsystems. Die Apotheke zeichnet sich wie kein anderer Vertriebskanal durch professionelle und individuelle Beratung aus. Apotheke und Doppelherz® system – das gehört zusammen.“

Klare Struktur Unter der Bezeichnung Doppelherz® pure läuft ein Sortiment, das sich auf das Wesentliche beschränkt, auf natürliche Inhaltsstoffe setzt und ohne verzichtbare Zusatzstoffe auskommt. Darüber hinaus werden seit kurzem unter der Bezeichnung Doppelherz Pharma auch apothekenpflichtige Arzneimittel in stark nachgefragten Indikationsfeldern angeboten. „Indem wir diese Produkte nicht unter Doppelherz® system gebracht,

sondern eine neue Markenlinie „Pharma“ entwickelt haben, möchten wir den Apotheken dabei helfen, bei Doppelherz leichter unter apothekenexklusiven und apothekenpflichtigen Produkten unterscheiden zu können.“ erklärt Tim Simonsen dazu. Neu sind auch die Produkte der Range Doppelherz® für Tiere. ■

*Sabine Breuer,
Apothekerin/Chefredaktion*

© kzenon / iStock / Getty Images

