

Standort Deutschland

Die **Andrae-Noris Zahn AG (ANZAG)**, die mittlerweile auf eine 170-jährige Tradition zurückblickt, ist einer der größten deutschen Pharmagroßhändler mit Hauptsitz in Frankfurt am Main und verfügt mit 25 Niederlassungen über das dichteste Auslieferungsnetz der Branche.

Seinen Ursprung hat die ANZAG in einer Warenhandlung am Hühnermarkt: Im Jahr 1841 kaufte Johann Matthias Andrae das Haus in der Frankfurter Altstadt, das zuvor der „Tante Melber“ des jungen Johann Wolfgang von Goethe gehörte, um hier in den Handel mit pharmazeutischen Präparaten und Farben einzusteigen. Im Jahr 1885 eröffnete Friedrich Carl Zahn in Nürnberg die „Handelsgesell-

schaft Noris Zahn Cie“, die mit der J. M. Andrae Aktiengesellschaft 1923 fusionierte und ihr Filialnetz in den Folgejahren schnell ausbaute. Bereits 1960 ist die ANZAG als erster Großhändler in Deutschland flächendeckend tätig.

Mittlerweile verfügt das Unternehmen über 2200 Lieferanten, ein Zentrallager mit rund 30 000 Palettenplätzen und beschäftigt über 3000 Mitarbeiter. Im Mittelpunkt des ANZAG-Ge-

schäftsmodells steht die Unterstützung der Apotheke – bei der Warenlogistik, beim Management, dem Marketing und der Organisation. Ziel ist es, den selbstständigen Apotheken ein tragfähiges und zukunftsweisendes Leistungs- und Servicepaket anzubieten. Seit Ende 2010 gehört die ANZAG mehrheitlich zum britischen Gesundheitskonzern Alliance Boots, dem größten Pharmagroßhändler in Europa.

Effiziente Drehscheibe zwischen Pharmaindustrie und Apotheken

Kernleistung der ANZAG ist das Großhandelsgeschäft mit einer hochmodernen Mikrologistik, die es ermöglicht, jedes in Deutschland gelistete Medikament innerhalb weniger Stunden in die Apotheke zu bringen. Bei einer Lagerdurchlaufzeit von maximal 25 Minuten ist eine Auslieferung der rund 120 000 verfügbaren Produkte in der bekannten gelben Wanne in bis zu zwei Stunden nach Auftragseingang gewährleistet. Die schnelle und pünktliche Belieferung, die Online-Abfrage der Warenverfügbarkeit sowie die umfassende Retourenmöglichkeit sind zentrale Elemente des ANZAG-Systems. Die Mikrologistik erleichtert es dem Pharmazeuten, seine Apotheke zu organisieren und schafft so Freiräume, die Patienten zu beraten.

Thomas Graf, Ressortleiter Unternehmenskommunikation bei der ANZAG, erklärt: „Wir arbeiten ständig an neuen Ideen und Lösungen, um die Prozesse



Die Fahrt der gelben Wanne durch das Lager dauert maximal 25 Minuten.



Die ANZAG beliefert über 8000 Apotheken in ganz Deutschland.

© ANZAG

ANDRAE-NORIS ZAHN AG

Solmsstraße 25
60486 Frankfurt am Main
Tel.: 0 69/79 20 30
Fax: 0 69/79 20 33 69
www.anzag.de

der Arzneimitteldistribution weiter zu optimieren. Als erster pharmazeutischer Großhändler in Deutschland hat die ANZAG beispielsweise eine ganzheitliche validierte Systemkette für den Versand thermolabiler Arzneien entwickelt.“

Neben der telefonischen Kundenpflege, den Unternehmer-Workshops sowie Inhouse-Schulungen veranstaltet der Pharmagroßhändler mit Industriepartnern jährlich rund 200 praxisnahe Seminare im Fortbildungsinstitut ANZAG-Kolleg, die das Kompetenzspektrum der Apotheker und Apothekerinnen abdecken.

Zwischen Heilberuf und Manager Die Basis für eine erfolgreiche Apothekenführung ist heute nicht nur pharmazeutisches, sondern auch unternehmerisches Knowhow. Mit exklusiven Veranstaltungen stärkt die ANZAG die Teilnehmer in ihrer Funktion als Apothekenmanager.

Thomas Graf berichtet: „Thema unseres jüngsten Unternehmerabends lautete ‚Dirigieren & Führen‘. Hierbei erhielten ApothekenleiterInnen, Einblicke in die Welt eines Orchesters und die Gelegenheit, einmal selbst zu dirigieren – eine wirklich interessante Führungserfahrung.“ Des Weiteren sind das ANZAG Apotheker-Forum sowie der sich anschließende Apothekerball in Frankfurt weit mehr als nur ein Businessevent. Beide Veranstaltungen haben sich als wichtige Kommunikationsplattform etabliert und laden zum Erfahrungsaustausch unter Kollegen ein.

Abenteuercamps für die Kinder von Apothekenmitarbeitern, „business aktiv“-Workshops in den österreichischen Alpen oder der ANZAG GIRLS CUP – eine Initiative zur Förderung des Mädchen- und Frauenfußballs: Das

unabhängige und herstellernerneute Unternehmen zeichnet sich nicht nur durch seine Logistik- und Beratungskompetenz aus, sondern übernimmt auch gesellschaftliche und soziale Verantwortung. Mit der Kampagne „Kinderträume 2011“ fördert die ANZAG etwa regionale Projekte, die sich für die Gesundheit, die Förderung von Bewegung oder eine bessere Ernährung bei Kindern einsetzen.

Apothekenkooperation vivesco® Die vivesco® Apotheken-Partner GmbH ist eine hundertprozentige Tochter der ANZAG und eine der führenden Kooperationen im deutschen Apothekenmarkt. In den rund 1100 angeschlossenen Apotheken sorgen abwechslungsreiche und spannende Marketingaktionen für einen Kundenmehrwert: So wurden zum Beispiel über 15 000 Apfelrezepte der Apothekenkunden gesammelt und die besten in einem Buch für alle Teilnehmer gebündelt. Neben aufmerksamkeitsstarken Aktionen engagiert sich vivesco® seit Beginn zudem stark für soziale Zwecke. Für die Stiftung „Humor hilft heilen“ des bekannten Arztes und Kabarettisten Dr. Eckart von Hirschhausen wurden im letzten Jahr über 56 000 Euro in Apotheken gesammelt und gespendet.

Mit dem Claim „Wir wollen Sie gesund“, TV-Spots, PR-Maßnahmen sowie der gelben Signalfarbe macht vivesco® auf sich aufmerksam. Die selbstständige Apotheke wird ganzheitlich in allen Bereichen unterstützt, die für einen langfristigen Erfolg wichtig sind: die Positionierung im lokalen und bundesweiten Wettbewerb, die Gewinnung neuer sowie die Bindung bestehender Kunden.

Im Juli dieses Jahres wurde das erste „vivesco® Gesundheitsbarometer“ vorgestellt. Auf Basis

eingehender Befragungen der Partnerapotheken und validiert durch repräsentative Statistiken wurde ein Index geschaffen, der die Veränderung des Gesundheitszustandes der Deutschen berechnet. Danach ist der Indexwert von 141 im Vergleich zum Ausgangsjahr 2001 um 41 Punkte gestiegen. Die Differenz signalisiert zwar keine dramatische Verschlechterung der Gesundheit in Deutschland. Trotzdem wird deutlich: Es geht uns heute gesundheitlich schlechter als noch vor zehn Jahren. Insbesondere Depressionen und Adipositas nehmen zu. Die Befragungsergebnisse wurden sowohl durch Medikamentenverkaufstatistiken der GESDAT als auch durch Fallzahlenstatistiken der Weltgesundheitsorganisation (WHO) und des sozio-ökonomischen Panels validiert.

Die PTA in der vivesco®-Apotheke Neben den akkreditierten Schulungen für ApothekerInnen und Apothekenteams zu verschiedenen Indikationsgebieten plant das Unternehmen ab Januar 2012 ein eigenes Kommunikationskonzept speziell für PTA zur direkten Einbindung in die vivesco®-Aktionen.

„Wir wissen um die Bedeutung der PTA in den Apotheken und um ihre sehr wirkungsvolle Aufgabe in der Beratung der Patienten. Darum richten wir uns in der Ansprache zu unseren zahlreichen Leistungs- und Aktionsangeboten verstärkt an sie. PTA kennen die Abläufe und Prozesse in der Apotheke sehr gut. Dadurch können sie die Potentiale der vivesco® Aktionsthemen perfekt für die Apotheke nutzen.“, meint Thomas Graf. ■

Kirstin Engelbracht, Redaktion

Firmengeschichte im Überblick:

1841 – Johann Matthias Andree gründet in Frankfurt am Main die „J. M. Andree Material und Farbwaren Handlung“.

1885 – Carl Friedrich Zahn eröffnet die „Handelsgesellschaft Noris Zahn & Cie“ in Nürnberg.

1923 – Der Strukturwandel nach dem ersten Weltkrieg führt zum Zusammenschluss beider Unternehmen.

1941 – Die ANZAG hat ihr Filialnetz auf 27 Niederlassungen ausgebaut.

1945 – 80 Prozent aller Niederlassungen wurden während des Krieges zerstört, der Wiederaufbau beginnt.

1980 – Die ANZAG hat mit 42 Niederlassungen die höchste Dichte ihres Filialnetzes erreicht. Der Strukturwandel im Pharmagroßhandel zwingt bis 1989 zur Reduzierung des Niederlassungsnetzes auf 20 Betriebe.

1990 – Im Zuge der Wiedervereinigung eröffnet die ANZAG Betriebsstätten in Schwepnitz und Leipzig.

1995 – Die ANZAG ist als erster pharmazeutischer Großhändler nach ISO 9001 zertifiziert.

1997 – Die Neugestaltung der Niederlassungsstruktur und die Automatisierung der sechs Haupthäuser sind abgeschlossen. Die Kunden können binnen 24 Stunden auf mehr als 100 000 Artikel in 23 Niederlassungen im Bundesgebiet zurückgreifen.

2001 – Die ANZAG erhält den Deutschen Logistik-Preis und den European Logistics Award, die beiden bedeutendsten europäischen Logistikpreise.

2003 – Die vivesco® Apotheken-Partner GmbH wird als hundertprozentige Tochter der ANZAG gegründet.

2006 – Das 165-jährige Firmenbestehen wird gefeiert.

2008 – ANZAG wird Mitglied im europäischen Pharmagroßhandelsverband GIRP.

2010 – Sponsoring der Hilfsorganisation „Apotheker ohne Grenzen“. Übernahme der Aktienmehrheit bei ANZAG durch britischen Gesundheitskonzern Alliance Boots.

2011 – Das „vivesco® Gesundheitsbarometer“ wird erstmals vorgestellt. Das Gesundheitsmagazin der vivesco®-Apotheken „vive“ gewinnt beim BCP Award 2011 erneut Silber.

vivesco® gewinnt bei einer Apothekerbefragung den Kooperations-Award 2011.