

Die Pharma-Drehscheibe der Region

Der Rheinstettener Großhändler Fiebig beliefert in weiten Teilen des Südwestens die Apotheken

Von unserem Redaktionsmitglied
Dirk Neubauer

Rheinstetten. Sie kennen das: Da stehen Sie als Patient in der Apotheke, reichen den roten Rezept-Zettel über den Tresen und hören den Satz: „Warten Sie bitte, ich schaue mal nach.“ Das Medikament ist nicht da, doch der Apotheker kann rasch liefern. „In zwei Stunden können Sie die Arznei abholen.“ Dank Unternehmen wie der Leopold Fiebig GmbH & Co. KG. Der Pharmagroßhändler aus Rheinstetten hat „über 98 Prozent vorrätig“, sagt Andreas Sauer. „Kommen Sie mal mit!“, fordert der Fiebig-Geschäftsführer seinen Besucher auf und führt in die riesige Halle. Es ist eine Welt der Hochregallager und Container. Rudi Carrell würde staunen, was „Am laufenden Band“ heute so bedeutet. 80 000 Packungen, vom Apotheker per Computer bestellt, gehen hier pro Tag raus bis kurz vor Darmstadt, bis Lörrach, Zweibrücken und Tübingen. In der Technologieregion Karlsruhe sei man Marktführer, betont Fiebig-Vertriebsleiter Sascha Greis.

Was für eine Container-Welt! Hier bei Fiebig sind Hunderttausende gestapelt

oder unterwegs. Die türkisfarbenen Behälter mit Arzneimitteln befinden sich überwiegend in den Hochregallagern. In die roten Kisten sind zusätzlich Kühlakkus integriert, damit beispielsweise Impfstoffe oder Insuline richtig temperiert sind. Die grauen Container wiederum sind jene, die letztlich beim Apotheker ankommen. Sehr vieles läuft automatisch. Sauer spricht vom modernsten Pharma-Großhandelsunternehmen in Europa, das vor zehn Jahren nach einer 20-Millionen-Euro-Investition von Karlsruhe nach Rheinstetten umzog.

Der Wettbewerb in der Branche ist heftig. Pharma-Großhandelskonzerne wie Phoenix, Noweda und Sanacorp haben zusammen einen Marktanteil von über 60 Prozent, die Privaten bundesweit von gut neun Prozent. „Fiebig steht für die inhabergeführte Apotheke“, sagt Sauer. „Wir beliefern über Generationen hinweg.“ Viele Apotheker kennen noch Gerda Nüchel (98), die 64 Jahre lang in dem Traditionsbetrieb wirkte und das von ihrem Vater mit gegründete Familienunternehmen heute noch im Beirat begleitet. Kombiniert mit Liefertreue und Serviceangeboten behauptet man sich auf dem Markt mit seiner staatlich

reglementierten Vergütung bei rezeptpflichtigen Arzneimitteln.

„Über 80 Prozent unseres Geschäfts sind rezeptpflichtige Präparate. Daher hat uns der Versandhandel auch keine größeren Schwierigkeiten bereitet“, sagt Greis.

Zurück in die Fiebig-Hallen, in diese Welt der Roboter, Automaten und flinken Hände, die heilende und oft auch lebensrettende Medikamente verpacken. Überall klackt und zischt es. Gerüche liegen nicht in der Luft, was aber in einem so sauberen Versandzentrum auch

nicht weiter überrascht. „That's magic“, sagt Sauer und erklärt, warum er die 65 Meter langen sogenannten Schachtautomaten so zauberhaft findet. Der Name deutet es an: In den Schächten lagern häufig gefragte Produkte wie Aspirin, Bepanthen, Olynth, Voltaren. Logistiker sprechen von „Schneldrehern“. Zack – zack – zack, schon wirft der Automat die von der Apotheke bestellten Arzneien aus dem jeweiligen Schacht aufs Förderband. Wenig später landen sie vollautomatisch in einem der grauen Container.

50 Prozent der Menge, die bei Fiebig raus geht, meistern diese Vollautomaten. Und damit die Schächte nie leer werden, leuchten unter ihnen immer wieder mal rote Lämpchen. Dann füllen die ziemlich allein inmitten der Technik stehenden Mitarbeiterinnen die Medikamente in die Schächte nach. Ein wieselflinker Roboter bringt sie ihnen aus den Hochregallagern nach unten.



65 METER VOLL MIT MEDIKAMENTEN: Der Schachtautomat (Mitte) ist für den Pharmagroßhändler Fiebig besonders wichtig. 50 Prozent der Menge, die bei dem Unternehmen raus geht, meistert diese Technik. Nachschub kommt aus den Hochregallagern.

Nun gibt es aber noch Medikamente, die mit ihren Verpackungen partout nicht in die Schächte passen – weil sie rundlich sind oder extravagant in der Form. Hier greift Nadja Kolm in einer anderen Abteilung gerade zu. Am Finger trägt sie einen Scanner und erfasst so den Barcode am grauen Container. Ihr Minicomputer am Handgelenk lenkt sie zum Regalplatz „4-K-2-U“ – viermal Hustensaft zeigt er ihr an. Nochmals alles abgescannt und ab damit in die (Versand-)Kiste. Ob sie nachts von Medikamenten träume? Nadja Kolm lacht. „Früher schon, heute nicht mehr“, sagt sie und läuft an Europaletten und Regalen mit Wärmelampen, Tampons und Großkartons mit sehr gefragten Arzneien vorbei, die sie ebenfalls versandfertig macht.

Der technische Aufwand, der hier bei Fiebig betrieben wird, ist enorm. Dabei bleiben beim Großhandel nur 3,5 Prozent des Endpreises hängen, 65 Prozent sind es bei den Herstellern, nennt Sauer Zahlen. Aber für seine Branche sehe er nicht schwarz: Die Menschen werden älter, durch Zuwanderung wächst die Bevölkerung. Hinzu kommt der medizinische Fortschritt. „Der Pharmamarkt ist ein Wachstumsmarkt.“ Vertriebsleiter Greis sagt, Fiebig sehe sowohl im Norden als auch im Süden des Vertriebsgebietes noch Marktchancen. Das heißt: Weitere Apotheker gewinnen, mehr Fahrzeuge auf Tour bringen, die Frequenz erhöhen. Der Radius wurde innerhalb der vergangenen zehn Jahre enorm vergrößert. Ein wichtiger Schritt für Fiebig war das 2014 eingegangene Gemeinschaftsunternehmen Fiebig Ebert + Jacobi GmbH in Ludwigshafen, an dem die Rheinstettener 50 Prozent halten. Sauer ist auf seiner Tour durch die Fiebig-Welt bei weiteren Hochregal-

lagern angekommen: Dort bringen die Automaten die türkisfarbenen Kisten mit den Medikamenten direkt zur Mitarbeiterin. Die sieht auf ihrem Bildschirm vor sich, wie viele welcher Medikament sie entnehmen und in die graue Versandkiste legen muss. Häufig hat sie auch rote Container vor sich – richtig, das sind die mit Kühlakkus. Die sensiblen Arzneien kommen direkt aus zwei jeweils zehn Meter langen und neun Meter hohen Lagern vor ihr, die zugleich zwei große Kühlschränke mit 2 500 Artikeln sind.

Wieder einige Stationen weiter greifen kleine Roboter zu – die kennt der Patient aus so mancher modernen Apotheke. Hier bearbeitet Fiebig vor allem Rückläufer.

Fiebig hat in Rheinstetten noch weitere Speziallager: Hochpreisige Arzneien sind in extra Räumen gesichert. Andere Medikamente, brennbar und explosiv, stehen in einem Lager, in dem für den Notfall sogar eine Notdusche an der Decke hängt. Wieder ein paar hundert Meter weiter schwimmen Blutegel in Flüssigkeit, bis sie einzeln in Tüten verpackt zu Homöopathen verschickt werden. Auch für Zytostatika – Medikamente, die bei der Krebstherapie eingesetzt werden und Gene verändern können –

gibt es einen Spezialschrank. Überwachungskameras sind in dieser Pharma-Drehscheibe überall angebracht, und weil es um Gesundheit und Sicherheit geht, wird alles protokolliert.

Zwischen 12 und 14 Uhr ist Hochbetrieb bei Fiebig – weil die meisten Apotheker traditionell um diese Zeit ordern. „50 Prozent unseres Tagesausgangs haben wir innerhalb der zwei Stunden“, sagt Greis. Entsprechend flexibel müssen die Mitarbeiter bei Fiebig sein.

Am meisten gefragt sind übrigens Erkältungs- und Schmerzmittel sowie Herz-Kreislauf-Medikamente, sagt Sauer, der mittlerweile an den Versandtoren an-

gekommen ist. Dort enden die Förderbänder Klack-Klack – die grauen Container bekommen einen Deckel verpasst und ein Versiegelungsband ringsum. Schnell gönnt sich einer der vielen Fahrer noch einen Kaffee. Dann ist seine Tour dran. Er verstaubt die Kisten in seinem Auto, per Satellitensystem wird er überall zu orten sein. Die Fahrzeuge dürfen auch durch Fußgängerzonen fahren. „Eilige Arzneimittel“ steht auf ihnen. Auch diesen Schriftzug kennt der Patient, der dank Unternehmen wie Fiebig nicht lange auf sein Medikament warten muss.



HIGH-TECH AN DER HAND: Mini-Computer und Scanner lotsen und kontrollieren Fiebig-Mitarbeiter. Fotos: Fabry

Fiebig in Zahlen

- 1 500 Hersteller liefern die Arzneimittel an.
- Der Pharmagroßhändler Fiebig hat in Rheinstetten über 100.000 Artikel auf Lager. Zum Vergleich: Bei einer durchschnittlichen Apotheke sind es etwa zwischen 6 000 und 10 000.
- Betrachtet man die Stückzahl, dann sind 1,5 Millionen Packungen auf Lager.
- Mit 100 Fahrzeugen einer eigenen Tochtergesellschaft und 220 Touren werden die Waren von Rheinstetten aus zwischen 9 und 20 Uhr ausgeliefert.
- 80 000 Packungen verlassen pro Tag das Lager.

Übernahme vor Abschluss

Geldautomatenbau Wincor Nixdorf geht an Diebold

Paderborn/North Canton (dpa). Die geplante Übernahme des Paderborner Geldautomaten-Herstellers Wincor Nixdorf durch den US-Konkurrenten Diebold hat eine entscheidende Hürde genommen. Für 68,9 Prozent der Aktien war das offizielle Angebot bis zum Ende der Frist in der Nacht zum Mittwoch erfolgreich, wie Diebold am Donnerstag mitteilte. Damit wurde die von den Amerikanern festgesetzte Mindestquote von 67,6 Prozent knapp übertroffen. Nun fehlten noch die Genehmigungen der Aufsichtsbehörden für den Zusammenschluss. Diebold gab sich zuversichtlich, die Übernahme in diesem Sommer abzuschließen.

Bis zuletzt war unklar gewesen, ob Diebold genügend Aktien angeboten bekommt oder der im November vereinbarte Deal platzt. Wenige Stunden vor dem Ablauf der Frist hatte der Konzern aus dem US-Bundesstaat Ohio noch keine 50 Prozent der Anteilsscheine sicher. Jedoch ist dies bei vielen Übernahmen üblich. Gerade Profi-Investoren warten oft bis zur letzten Minute in der Hoffnung auf ein verbessertes Angebot. Die Börse reagierte erleichtert: Wincor-Aktien verbuchten am Donnerstag ein

Plus von fast 20 Prozent. Zusammen mit den knapp zehn Prozent am Unternehmen, die Wincor über eigene Aktien selbst hält, hat Diebold nun gut drei Viertel der Wincor-Anteile sicher. Die Amerikaner können damit einen Beherrschungs- und Gewinnabführungsvertrag abschließen. Aktionäre, die noch nicht auf das Angebot eingegangen sind, haben von Mittwoch (30. März) an das Recht, ihre Anteile im Rahmen der 14-tägigen Nachfrist noch zu denselben Konditionen einzuziehen.

Der neue Konzern soll Diebold Nixdorf heißen und seinen rechtlichen Sitz in North Canton (Ohio) haben. Damit verliert Paderborn knapp 50 Jahre nach der Gründung der Nixdorf Computer AG den Stammsitz des Unternehmens. Durch den geplanten Zusammenschluss entsteht ein Konzern mit einem Jahresumsatz von 4,8 Milliarden Euro, 25 000 Mitarbeitern und knapp einer Million Bankautomaten. Die Übernahme kommt zu einer Zeit, in der die Branche in einem tiefen Umbruch ist. Wincor Nixdorf kämpft seit Jahren mit einer schwachen Nachfrage vor allem nach Geldautomaten.

Kosmetik für den schönen Schein

Schminkprodukte liegen bei Teenagern im Trend / Gutes Geschäft bei jungen Frauen

Düsseldorf (dpa). Lippenstifte, Lid-schatten und Mascara: Für den schönen Schein greifen viele Bundesbürger gern in die Tasche. Während der Gesamtmarkt für Kosmetik in Deutschland im vergangenen Jahr nach den Ergebnissen einer im Auftrag des Kosmetikkonzerns L'Oréal erstellten Untersuchung um 3,3 Prozent auf knapp 11,6 Milliarden Euro zulegte, wuchs das Geschäft mit dekorativer Kosmetik wie Make-up und Co mit einem Plus um 6,1 Prozent deutlich stärker. Als besonders wichtige Zielgruppe gelten dabei die bundesweit rund 5,3 Millionen Jugendlichen im Alter zwischen 13 und 19 Jahren.

Das Verschicken von eigenen Bildern im Netz sei dabei ein wichtiges Motiv, hieß es. „Diese positive Entwicklung wurde vor allem durch die Teenager angekurbelt“, stellte Fabrice

Megarbane, Deutschland-Geschäftsführer des französischen Konzerns, fest. Bereits vor dem zwölften Geburtstag kauft mehr als die Hälfte der Mädchen nach den vorgelegten Ergebnissen das erste Schminkprodukt. Von einem durchschnittlichen Taschengeld von 60 Euro gebe mehr als die Hälfte der jun-

gen Kundinnen zwischen zehn und 25 Euro im Monat für Kosmetik aus. Mädchen gelten dabei in der Branche als besonders fleißige Konsumentinnen. 70 Prozent der weiblichen Teenager kauften mindestens zwölfmal im Jahr Schminke, hieß es.

Bei den Erwachsenen liege dieser Wert wesentlich niedriger.

„Wir haben seit längerer Zeit die deutliche Tendenz, dass die jungen Menschen auf ihr Aussehen achten“, sagte der Jugendforscher Klaus Hurrelmann. Vor allem junge Mädchen seien Trendsetter dieser in der gesamten Gesellschaft zu beobachtenden Entwicklung. „Dahinter steht das Bestreben, ein unverwechselbarer Mensch zu sein“, sagte Hurrelmann. Davon könne dann auch die Kosmetikindustrie profitieren. Der ebenfalls verbreiteten Trend zu gutem Aussehen nutze dagegen vor allem den Sportstudios.



EIN SCHÖNES ERSCHEINUNGSBILD halten viele Jugendliche für wichtig. So greifen vor allem junge Mädchen immer früher zu Schminkartikeln. Foto: dpa

Firmen-Visitenkarte

- Fiebig-Gruppe (Rheinstetten)
- Gründungsjahr: 1898
- Geschäftsführer: Andreas Sauer

- Dienstleistung: Vertrieb von pharmazeutischen Produkten
- Umsatz 2015: 400 Millionen Euro
- Jahresüberschuss: k. A.
- Mitarbeiterzahl: 260 an den Standorten Rheinstetten und Ludwigshafen
- Homepage: www.fiebig.de