

Valentino Cè, VR-Präsident Doetsch Grether, im Interview



Valentino Cè, VR-Präsident Doetsch Grether. (zvg)

Von patrick.gunti

13. September 2024, 11:11 Uhr

von Patrick Gunti

Moneycab.com: Herr Cè, melden Sie sich bei Krankheitssymptomen oder wenn sie präventiv gegen mögliche Erkrankungen vorgehen wollen bei Ihrem Arzt oder konsultieren zuerst mal «Dr. Google»?

Valentino Cè: Zuerst einmal bin ich selten krank, aber wenn, dann versuche ich mir selbst zu helfen. Ich habe auch das Glück, dass meine Frau sich in den meisten Fällen sehr gut auskennt. Bei harmlosen Symptomen verlasse ich mich ebenfalls auf den Rat in der Apotheke meines Vertrauens. «Dr. Google» vertraue ich hingegen nicht. Dort endet alles immer mit der schlimmsten Interpretation von Symptomen. Wenn meine Frau und mein Apotheker keinen Rat wissen, wende ich mich an meinen Hausarzt.

Doetsch Grether hat bei gfs.bern den ersten Präventionsmonitor der Schweiz in Auftrag gegeben. Dieser zeigt, dass sich über 80 Prozent der Befragten bevorzugt alleine auf Informationssuche machen. Wie schätzen Sie die Fähigkeit der Bevölkerung ein, die Informationen zu verstehen und auch richtig einordnen zu können?

Erstens hat mich erstaunt, dass immer noch viele Menschen wenig über Prävention wissen und diese auch unterschiedlich verstehen. Deshalb ist unsere Studie wichtig: Zur Aufklärung. Zweitens ist ernüchternd, dass über 80% im Internet recherchieren, wenn es

um Gesundheitsvorsorge geht, anstatt zu einer Fachperson zu gehen. Gleichzeitig beurteilen über 90% die Beratung durch die Hausärzteschaft und fast 75% durch die Apotheken als wichtig und sehr wichtig. Das ist doch ein Widerspruch, den man nur mit gezielter Information lösen kann.

«Es ist ernüchternd, dass über 80% im Internet recherchieren, wenn es um Gesundheitsvorsorge geht, anstatt zu einer Fachperson zu gehen.»

Valentino Cè, VR-Präsident Doetsch Grether

Die «digitale Gesundheitskompetenz» ist in Zeiten von Internet, Social Media, Apps oder digitalen Gesundheitsanwendungen zentral. Wie geht Doetsch Grether mit der zunehmenden Digitalisierung im Gesundheitssektor um?

Das ist die grosse Chance für die Gesundheit der Menschen. Zum ersten Mal überhaupt können wir die vielen essentiellen Informationen über Prävention und entsprechende Nahrungsmittelergänzung direkt verbreiten. Wir können unsere Kunden und Partner heute auch viel besser «ausbilden» – also mit wesentlichen Hilfestellungen im Alltag unterstützen. Zum Beispiel waren wir mit der Kondom-Marke Ceylor einer der Schweizer Pioniere auf TikTok und erreichen hier besonders die Jungen zu Themen der Sexualität – auf unterhaltsame Weise.

Sie vertreiben Ihre OTC-Medikamente/Produkte über Apotheken, Drogerien und den Detailhandel. Welche Rolle spielen diese bei der zielgruppengerechten Information für die Kunden?

Die Informationen sind zentral, denn nur wenn die Produkte richtig angewendet und eingesetzt werden, entfalten sie volle Wirkung. Unser Aussendienst ist in der ganzen Schweiz präsent, um Informationen zu unseren Produkten bereitzustellen. Unsere hausinterne DG-Academy bietet Webinare und Schulungstage für das Fachpersonal in Apotheken und Drogerien. Damit geben wir unser Know-how weiter und leisten unseren Beitrag, dass das Fachpersonal die Konsumenten optimal beraten kann.

Drei Viertel der für den Präventionsmonitor Befragten fühlen sich gesund oder sehr gesund, und damit das so bleibt, sorgen sie auch vor. Ist die Erhaltung der Gesundheit auch der Grund, warum fast die Hälfte Nahrungsergänzungsmittel zu sich nimmt, zum Beispiel in Form von Vitamin- und Magnesium-Präparaten?

Ja, aber: Mich hat erstaunt, dass die Menschen gar nicht darüber gesprochen haben, wie wichtig zum Beispiel Eiweiss ist. Viele kennen sich heute aus mit Magnesium, Omega3-Fettsäuren, Vitamin D. Aber noch vor diesen sogenannten Mikronährstoffen kommt das Thema der Makros: Proteine, Kohlenhydrate und Fette. Viele haben bei den Proteinen ein

Defizit. Müdigkeit, Antriebslosigkeit usw. sind die Folge. Übrigens: Männer haben bei der Prävention einen grossen Nachholbedarf, die Frauen sind ihnen haushoch überlegen.

Doetsch Grether hat den Bereich Nahrungsergänzungsmittel in den letzten Jahren unter anderem mit der Übernahme von Vita Healthcare stark ausgebaut. Welche Bedeutung hat er im breiten Angebot des Unternehmens?

Vita Healthcare entwickelt hochkomplexe und einzigartige Nahrungsergänzungsmittel, die auf neusten Erkenntnissen aus der Wissenschaft basieren und die in der Schweiz produziert werden. Wir haben hier auch hochwertige Proteine – also Makros. Jetzt kann man sagen: «Die Leute sollen einfach mehr Eier essen.» Das geht auch, für viele sind aber Shakes einfach praktischer.

«Vita Healthcare entwickelt hochkomplexe und einzigartige Nahrungsergänzungsmittel, die auf neusten Erkenntnissen aus der Wissenschaft basieren und die in der Schweiz produziert werden.»

Nahrungsergänzungsmittel reichen nicht aus. Wie kümmert sich die Bevölkerung darüber hinaus um ihre Gesundheit – und tut sie dies ausreichend?

Dass die wichtigsten Aktivitäten mit Abstand gesunde Ernährung und Wandern sind, ist keine Überraschung. Die Studie zeigt aber klar, dass Wissen und Handeln auseinander gehen: 46% wollen zukünftig mehr für Prävention tun und 1/3 der Menschen hat oft ein schlechtes Gewissen, dass sie zu wenig tun. Also: Turnschuhe oder Wanderschuhe bereit machen und jeden Tag zehn, besser zwölftausend Schritte absolvieren. Das hilft nicht nur dem Körper, sondern auch dem Geist – denn man fühlt sich besser.

Doetsch Grether bietet ein breites Sortiment von Gesundheitsprodukten an, von verschreibungspflichtigen und frei verkäuflichen Arzneimitteln bis zu Nahrungsergänzungsmitteln unterschiedlichster Art. Haben Sie einen Einblick, wie Ihre Partner Lösungen und Produkte für die Gesundheitsvorsorge entwickeln?

Ja klar, das ist ja unsere Kernkompetenz. So haben wir zum Beispiel bereits vor einigen Jahren den Vegan-Trend aufgenommen und waren die ersten auf dem Schweizer Markt, die vegane Omega-3-Fettsäure-Kapseln angeboten haben.

Magnesium Diasporal, die Grether's-Pastillen, neo-angin, Sulgan, Tiger Balm oder Ceylor gehören zu Ihren bekanntesten Marken. Nach welchen Kriterien erweitern Sie Ihr Sortiment?

Wir wollen, dass unsere Kunden «Gesundheit einfach erleben», das ist auch unser Unternehmenszweck oder Purpose, wie man sagt. Wir haben Produkte, die in jeder

Schweizer Hausapotheke zu finden sind und danach richten wir auch das zukünftige Sortiment aus. Unsere Kunden verlassen sich darauf, dass wir ihnen Wirkung versprechen und liefern.

«Wir haben Produkte, die in jeder Schweizer Hausapotheke zu finden sind und danach richten wir auch das zukünftige Sortiment aus.»

Gibt es bestimmte Produktkategorien, auf die Sie sich zukünftig stärker konzentrieren möchten?

Wir haben ein fokussiertes Portfolio und eine klare Wachstumsstrategie. Wir sind überall dort präsent, wo es um Prävention und Behandlung von gesundheitlichen Beschwerden einer breiten Bevölkerung geht, also besonders in Bereichen, die der Apotheker empfiehlt.

Doetsch Grether wurde 1899 als Apotheke in Basel gegründet. Wie würden Sie im Jubiläumsjahr 2024 die Bestimmung und die Werte des Unternehmens umschreiben?

Wir sind stolz, dass wir auch nach 125 Jahren noch in Basel zu Hause sind und uns von einem familiengeführten Unternehmen, bis vor 10 Jahren war Esther Grether selbst noch aktiv, zu einem modernen Unternehmen im Familienbesitz gewandelt haben. Unsere Werte haben sich in dieser Zeit nicht geändert – wir haben sie dieses Jahr mit allen Mitarbeitenden nochmals reflektiert und unseren Unternehmenszweck herausgearbeitet. Wir stehen dafür ein, dass unsere Kundinnen «Gesundheit einfach erleben» können.

DG

DOETSCH GRETHER

PHARMA • OTC • CONSUMER CARE

Doetsch Grether ist ein im Herzen von Basel ansässiges, traditionsreiches und mittelgrosses Unternehmen in Familienbesitz. Vor 125 Jahren als Schweizer...

- [Firmenprofil auf moneycab.com](#)
- [Doetsch Grether AG](#)
- [Firmeninformationen zur Doetsch Grether AG](#)



Valentino Cè

Valentino Cè (66) führt Doetsch Grether als Verwaltungsratspräsident seit 2015. Unter seiner Führung ging das Unternehmen durch einen Turn-Around und...

Schlagwörter

Doetsch Grether, Home Hero Teaser, Interviews

Unternehmen

Doetsch Grether AG

Person/en

[Valentino Cè](#)