

Heute ist es soweit, sehr geehrte Damen und Herren, wir ziehen ein sehr erfreuliches Schlußfazit im ...

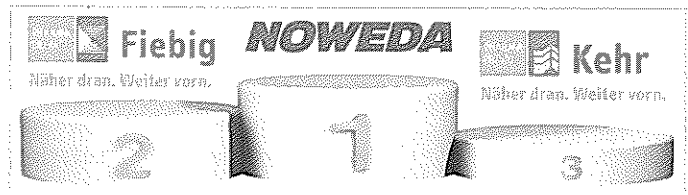
markt intern Leistungsspiegel Großhandel 2011

Heute ist sie dabei, die mit viel Spannung erwartete Beilage zu Ihrer 'markt intern' Apotheke/Pharmazie mit allen Teilergebnissen und dem Gesamtergebnis im 'Leistungsspiegel Großhandel 2011'. Bevor wir zum Endergebnis kommen, schauen wir uns noch einige wichtige Einzelkriterien an. Nehmen Sie dazu am besten die Beilage zur Hand (die Seite mit den neun Tabellen).

Zur **'Vollständigkeit und Pünktlichkeit der Lieferungen'** muß man wohl kein weiteres Wort verlieren - 'markt intern' gratuliert allen Teilnehmern für einen herausragenden Service bei der Belieferung der Apotheken. Größere Unterschiede sind in der **'Retourenkulanz'** zu sehen. Das Aachener Unternehmen **Otto Geilenkirchen** ist an einigen Wettbewerbern vorbei auf den 1. Rang gezogen. Gab es dort so etwas wie eine Kulanzoffensive? **Hageda-Stumpf/München** zeigte sich im zurückliegenden Wertungszeitraum ebenfalls kulanter als noch im Jahr davor. Damit kommt das Team von **Geschäftsführer Heiner Helfmeier** zumindest in diesem Kriterium auf den 3. Rang. Dicht dahinter liegt das Mittelfeld mit **Noweda, Richard Kehr** und **Ebert + Jacobi**. Eine Verschlechterung von der Note her betrachtet sieht man bei **Phoenix** und **Sanacorp**, die nunmehr gemeinsam auf dem 8. Rang residieren. Der Abstand der **Gehe** ist mit zwei Hundertstel sehr gering, immerhin haben sich die Stuttgarter doch um eine Viertelnote im Vorjahresvergleich verbessert.

Mit Spannung hat das 'mi'-Team die Ergebnisse des Kriteriums **'Preispolitik'** erwartet, nach allem Trubel zu Anfang des Jahres mit den Neuverhandlungen zwischen Apotheken und Großhandel. Tatsächlich sehen Sie unter diesem Stichwort das einzige Kriterium, bei dem **alle Großhändler** Federn gelassen haben, sprich **ausnahmslos schlechter bewertet** wurden als im Vorjahr. Wenn dies so ausfällt wie im Mittelfeld bei **Richard Kehr** und **Otto Geilenkirchen** (Hundertstel) müssen wir uns damit nicht aufhalten. Ganz anders sieht es bei der **Phoenix** aus, die in diesem Jahr in der Tabelle ganz unten plazierte ist. Eine um sechs Zehntel verschlechterte Note spricht Bände. So wird man sicherlich auch bei der Preisklarheit und Preiswahrheit nicht gerade zum Weltmeister. Das sieht bei **Fiebig** und **Noweda**, den beiden mit einer Eins vor dem Komma bewerteten Unternehmen für die Kunden deutlich besser aus!

Das Lieblingskriterium von 'markt intern' sollte sich mit Ihrer Einschätzung decken: Die **'Aktivitäten pro inhabergeführter Apotheke'** sind der Spiegel dessen, wie der Großhandel sich für die Belange der Apotheken tagtäglich branchenpolitisch wie öffentlichkeitswirksam einsetzt. Insofern gibt es für die **Gehe** keinen Blumentopf zu gewinnen, zu bewußt sind den Apothekern die Aktivitäten der Muttergesellschaft **Celesio**, die nach jeder nur erdenklichen Möglichkeit greift, um auch außerhalb des Vertriebsweges Großhandel/Apotheke/Patient die Arzneimittel direkt an den Mann oder die Frau zu bringen. Am besten noch ergänzt mit weiteren Serviceleistungen. Auch der große Konzern **Phoenix** wird von den Apotheken nicht viel besser eingeschätzt. Besonders freuen werden sich die **Pharma-Privat-Großhandelshäuser**, die auf nahezu gleicher Augenhöhe die Ränge 2 bis 5 belegen. Die genossenschaftliche Großhandlung **Noweda** wird von ihren Mitgliedern und Kunden besonders hervorgehoben. Wenn Sie sich zurückerinnern: Im vergangenen Jahr, bei der Insulin-Problematik, traten die Essener sehr vehement nach außen auf. Damit kommen wir zum Gesamtergebnis:



Unsere herzlichsten Glückwünsche gehen an die **Noweda** nach Essen. **Nun schon zum sechsten Mal erringt die Genossenschaft das Siegerpodest im vollsortierten pharmazeutischen Großhandel.** Eine tolle Leistung - denn den Sieg kann

Ihr direkter Draht ...

0211/6698-153
Fax: 0211/6698-350
e-mail: apotheke@markt-intern.de
... für den vertraulichen Kontakt

markt intern Apotheke/Pharmazie. - Redaktion Verlagsgruppe: Herausgeber Dipl.-Ing. Günter Weber; Verlagsdirektoren BwI.(VWA) André Bayer, Olaf Weber; Redaktionsdirektoren Dipl.-Kfm. Uwe Kramer, Heidi Scheuner; Abteilungsleiter Rechtsanwalt Georg Clemens, Dipl.-Kfm. Christoph Diehl, Rechtsanwalt Lorenz Huck, Dipl.-Kfm. Karl-Heinz Klein, Dipl.-Vwt. Hans-Jürgen Lenz, Dipl.-Vwt. Stephan Schenk, Rechtsanwalt Gerrit Weber; Chef vom Dienst BwI.(VWA) André Bayer.

markt intern Verlag GmbH, Grafenberger Allee 30, D-40237 Düsseldorf, Telefon 0211-6698-0, Telefax 0211-666563, www.markt-intern.de. Geschäftsführer Hans Bayer, Dipl.-Ing. Günter Weber; Prokuristen BwI.(VWA) André Bayer, Dipl.-Kfm. Uwe Kramer, Rechtsanwalt Gerrit Weber, Olaf Weber; Justiziar Rechtsanwalt Dr. Gregor Kuntze-Kauthold. Gerichtsstand Düsseldorf. Vervielfältigung nur mit schriftlicher Genehmigung des Verlages. Druck: Theodor Gruda GmbH, Breite Straße 20, 40670 Meerbusch. Anzeigen, bezahlte Beilagen sowie Provisionen werden zur Wahrung der Unabhängigkeit nicht angenommen. ISSN 1431-3405

man bei 'markt intern' nicht abonnieren. Dazu muß auch eine Noweda sich immer wieder dem Urteil der eigenen Kunden stellen, die auch einmal Kritik anbringen - selbst wenn die Bewertung von 1,62 nicht nach ernsthaften Problemen aussieht.

▶ Nicht nur in Essen dürfen die Korke knallen, auch bei **Leopold Fiebig** in Karlsruhe darf gefeiert werden, wie bei **Richard Kehr** in Braunschweig. Die Plätze 2 und 3 konnten die Unternehmen mit vielen vorderen Plazierungen einheimsen, dabei jeweils ein Kriterium gewinnen. Dazu ebenfalls unseren herzlichsten Glückwunsch!

Ein wenig ärgern werden sich die Verantwortlichen bei **Ebert + Jacobi** sowie **Otto Geilenkirchen**. Nur denkbar knapp landeten beide Unternehmen neben dem Siegereppchen, denn nur wenige Hundertstel höhere Noten weisen quasi auf eine Art Fotofinish hin. Auch die Plazierungen von Rang 6, **Hageda-Stumpf**, über die Sieben, **Sanacorp**, bis zur **Anzag** auf Rang 8 sind dicht gedrängt. Diese drei Mitbewerber sind mit einem glatten 'gut' bewertet worden. Etwas abgeschlagen liegen auf dem vorletzten Rang **Gehe** und mit der Schlußlaterne die **Phoenix**. Bei letzterer macht sich in der Gesamtbewertung gerade das schlechte Abschneiden im Segment **'Transparenz der Abrechnungen'** sehr deutlich bemerkbar. Es ist wirklich möglich, durch ein einzelnes schwaches Kriterium eine halbe Note zu verspielen. Doch, das sollte man nun in Mannheim auch merken, es gibt kaum etwas, das einfacher zu ändern wäre, als verworrene Rechnungen für die Kunden!

'markt intern'-Fazit: ●● Die heutige Übersicht gibt Ihnen die Möglichkeit, Ihre eigenen Eindrücke mit denen Ihrer Kollegen zu vergleichen ●● Die Masse der subjektiven Bewertungen objektiviert die Endergebnisse ●● Die Großhandlungen sind bereits über das Abschneiden informiert und werden in Kürze eine Stellungnahme abgeben ●● Der 'markt intern'-Leistungsspiegel 'Großhandel 2011' sorgt aktuell für Transparenz. Und **der nächste Bewertungszeitraum beginnt mit dieser Veröffentlichung!** ●● Fürchten müssen sich die Unternehmen des Großhandels vor der Umfrage kaum: Eine Durchschnittsnote von 1,98 und die schwächste Bewertung von 2,52 beweisen, daß alle auf dem richtigen Weg sind ●● Damit ist auch für jeden Inhaber einer Offizin-Apotheke klar: Schauen Sie genau auf die Kriterien, die für Sie persönlich und Ihr Team besonders wichtig sind. Es ist toll auf Sieger zu setzen - aber manchmal sind die eigenen Vorlieben eben so, daß der zweite oder weiter hinten Plazierte besser zum eigenen Konzept paßt. Einen wirklichen Fehlgriff wird es, angesichts der Visitenkarten, die die beteiligten Unternehmen abgegeben haben, wohl kaum für eine Apotheke geben.

+++ Aktuelles aus der Apotheke - für die Apotheke

Phoenix 2010/11: Eher zurückhaltend ging man in der Vergangenheit mit Zahlen zum Geschäftsergebnis in Mannheim um. Jüngst hat Phoenix die Angaben (auf Nachfrage der Darmstädter Zeitung) für das vergangene Geschäftsjahr veröffentlicht. Auch 'markt intern' kann fragen ... Die Umsatzerlöse lagen mit 21,7 Mrd € um 2 % über dem Vorjahr. Bei der **Phoenix Pharmahandel GmbH & Co. KG** war ein Umsatzanstieg von 2,2 % zu verzeichnen. „Der Umsatzzuwachs ist im wesentlichen durch ein starkes Marktwachstum verursacht“, heißt es dazu aus dem Konzern. Bleibt zu ergänzen, daß das Deutschlandgeschäft 31 % zum Gesamtumsatz beiträgt. Das EBITDA erhöhte sich von 546,4 Mio € auf 573,0 Mio €. Hintergrund sei insbesondere die Zunahme des Rohertrags (auf 1,9 Mrd €). Das EBIT stieg auf 483,2 Mio € (422,7 Mio € im Vorjahr). Die Umsatzrendite auf Basis des EBIT erhöhte sich auf 2,22 %. **Für das Geschäftsjahr 2011/2012 geht Phoenix von einem leichten Wachstum der Pharmamärkte europaweit aus. In Deutschland gelte das aber nur bedingt.** Hier werde es durch das AMNOG zu einer Veränderung in der Vergütungsstruktur des Pharmagroßhandels kommen. **Dies will man in Mannheim durch vertriebliche Maßnahmen kompensieren.** Ob wir diese wieder nur 'auf Nachfrage erfahren'? Tue Gutes und verschweige es? Oder gibt es einen Grund dafür, die Aktionen der Vertriebsoffensive zu verschweigen? Nur mal so ein Tip: Wer die branchenrelevanten Medien mit unterschiedlichen Informationen bestückt (oder auch nicht) sollte einen 'Grundkurs Pressearbeit' buchen. Da lernt man, warum die Meldungen später nur noch weggeworfen/gelöscht werden!



★★★

Barmer-Sofortabsetzung: „Nun hält es die Barmer nicht mehr für nötig über die GFS ein Retax-Schreiben zu senden, sondern setzt sofort ab. Ist das die feine englische Art? Eine Unverschämtheit, kann ich nur sagen“, meldet sich **Nora Hesse, Heide-Apotheke/Tarmstedt** in der Redaktion. Klar, daß sie sofort gegen die Vorgehensweise als auch gegen die retaxierte Summe Einspruch erhoben hat. **Den Hintergrund der HM-Belieferung hat Ihre Kollegin ebenfalls geschildert.** Pari verordnet, das geht bei 117,81 € Erstattungspreis sowieso nicht. Also bekam das Baby den Microdrop. Bei der Erstversorgung können Babies bis zum vollendeten ersten Lebensjahr mit einem Set versorgt werden, das auch abgerechnet werden kann. Auch 'markt intern' ist gespannt, was aus der Aufforderung Ihrer Kollegin wird, die abgesetzten 35,58 € wieder gutzuschreiben.

★★★

Die Wege der Post: Vor 14 Tagen berichteten wir über die Probleme der **Apotheke am Tor/Bad Lobenstein**, deren Post nach einer Routenänderung erst am späten Nachmittag zugestellt wird. Mit dem Ergebnis, daß die Geschäftspost von Samstag erst am Montagnachmittag eintrifft. **Apotheker Michael Schulz, Glückauf-Apotheke/Herten**, konnte ein

ähnlich gelagertes Problem lösen: „Nach Tourenänderung hat der Briefträger neben unserer Apotheke Mittagspause gemacht und im Anschluß um 14:00 Uhr hatten wir geschlossen. So kam die Post manchmal Tage später. Eine ähnliche Situation ergab sich bei wechselnden Vertretungszustellern. Nach mehreren Beschwerden wurde uns von der Post folgende Lösung angeboten: In unserem Ortsteil von Herten (63.000 Einwohner) wurde das neue Briefverteilzentrum eingerichtet und als Pilotversuch konnten Firmen dort kostenlos Briefkästen anmieten. Dort wird morgens um 8:30 Uhr die jeweilige Post eingeworfen. Bei unseren Lieferfahrten holen wir die Post dann ohne große Umwege ab. Vielleicht gibt es eine solche Möglichkeit auch in anderen Städten?“ Ihr Kollege zeigt für größere Gemeinden eine Lösungsmöglichkeit auf - in kleineren Ortschaften, wo nicht mal mehr ein Postamt existiert, dürfte es schwierig sein. Der Kiosk mit Poststelle hat eben keine Schließfächer! Wenn Sie Ihren Postboten erwischen, dann fragen Sie ihn: Vielleicht kennt er eine praxisnahe Lösung für Ihren Standort! Von der Postzentrale haben wir bisher auf unser Anschreiben noch keine Antwort erhalten.



★★★

Aponeo, das Gesundheitskaufhaus: Einer Meldung von hmmm, der Agentur für Digital Commerce & Brand Communication,

entnehmen wir, daß diese einen Vergleich gewonnen hat und die Neugestaltung der Online-Versandapotheke Aponeo übernehmen kann. (Die zahlreichen Fachbegriffe der Agentur haben wir in hoffentlich verständliches



Deutsch übersetzt.) Vollständig vom hmmm-Konzept für

den Relaunch überzeugt zeigt sich Aponeo-Inhaber Konstantin Primbas. Und Michael Rocker, Director Sales & Corporate Communication bei hmmm, erklärt: „Für uns ist dieses Projekt besonders spannend, da wir strategisch gefordert sind. Zielsetzung ist es, Aponeo als Gesundheitskaufhaus im Markt zu positionieren. Wir wollen insbesondere die Zielgruppe der 30- bis 50jährigen erreichen.“ Auch 'markt intern' ist jetzt vollkommen überzeugt - nämlich davon, daß sich die DAV-Verantwortlichen ebenso wie die Kammern darüber freuen, daß eine (Versand-)Apotheke als Gesundheitskaufhaus präsentiert wird. Eine tolle Idee, denn in Deutschland sind Kaufhäuser immer ganz erfolgreich (Karstadt, Hertie, Kaufhof).

★★★

Lauer-Fischer verkauft: „Die ARZ Haan AG setzt auf den Ausbau der Kernkompetenz Rezeptabrechnung und veräußert eine Mehrheitsbeteiligung in Höhe von 75 % an der Lauer-Fischer GmbH an die CompuGroup Medical AG (Koblenz)“, beginnt eine Meldung, die auf vielerlei Weise, teils für erstaunlichen Jubel sorgt.

Da wäre zunächst **ARZ-Vorstand Siegfried Pahl**, der über einen richtungsweisenden Schritt zur Zukunftssicherung und eine nachhaltige Kapitalbasis für das **ARZ Haan** spricht. Besonders begeisterte Töne hören wir von **Lauer-Fischer-Marketingleiter Volker Hess**. Er spricht davon, daß aus der Lauer-Fischer-Zentrale in Fürth in diesen Tagen nur gute Nachrichten zu hören seien, denn: „Die CompuGroup Medical AG, eines der führenden eHealth-Unternehmen weltweit hat eine Transaktion zur Übernahme einer 75%igen Beteiligung an Lauer-Fischer erfolgreich abgeschlossen.“ Ein Schlag ins Gesicht des ARZ-Haan-Chefs ist dann die Äußerung von **Gordian Schöllhorn, Geschäftsführer Lauer-Fischer**: „Durch die Einbindung in die CompuGroup ist Lauer-Fischer optimal positioniert, was die Themen Innovationskraft, Zukunftsorientierung und Nachhaltigkeit angeht. Damit differenziert sich Lauer-Fischer zum Vorteil unserer Anwender deutlich vom Wettbewerb und garantiert weiterhin optimale Investitionssicherheit für unsere Kunden.“ Also war die Beteiligung von ARZ Haan ein Bremsklotz? Auch **CompuGroup-Vorstandsvorsitzender Frank Gotthardt** freut sich über den Neuerwerb eines



Leser-Meinung zur 'Aufwandsentschädigung'

„Man müßte einmal die Gratis-Service-Leistungen der Apotheken thematisieren und fragen, wieso diese nicht in Abrede zu stellenden Leistungen gratis sind. Zum Beispiel kassiert das Finanzamt von den Kirchen für das Inkasso der Ki-Steuer Millionen an Aufwandsentschädigung. Die Krankenkassen kassieren für das Inkasso der Rentenversicherungsbeiträge ebenfalls Millionen. Wieso erhalten die Apotheken nichts für das Inkasso der Rezeptgebühren, etc.? Wir geben an die GKV-versicherten Arzneimittel ab und erhalten den Kostenbetrag i. d. Regel erst 6 Wochen später. Das heißt, wir geben den Kassen bis zu 6 Wochen einen Warenkredit, gratis. Dies ist insbesondere bei Hochpreis-Artikeln bei der lächerlichen Handelsspanne ein Minusgeschäft. Laut Gesetz müssen wir einen Warenvorrat von 1 bis 2 Wochen (genauer steht in der Apothekenbetriebsordnung) vorrätig halten. Eine Apotheke hat, je nach Umsatzgröße, ein Warenlager von mind. 50.000 €. Wer finanziert uns diese Zinskosten? Wir beraten (und beschwichtigen insbesondere GKV-Kunden) minutenlang, ersparen den Kassen dadurch viel Geld und erhalten dafür keinen Cent. Ein Rechtsanwalt oder Arzt kann dafür eine Rechnung schreiben. Wir nicht. Angeblich ist dies im Aufschlag 'drin'. Wenn aber der Aufschlag zu null hin tendiert? Warum können wir nichts in Rechnung stellen?“

Ich habe diese Fragen in den letzten 20 Jahren öfters an unsere Ständesvertreter in Kammer und LAV gestellt - aber außer Schulterzucken keine befriedigende Antwort erhalten. Mir ist bekannt, daß die wenigsten Kollegen etwas über die oben genannten Inkassogebühren wissen und unsere verschlafenen Berufs- 'Politiker' sind froh darüber.

Ich habe auch des öfteren gefragt, wieso wir nicht endlich streiken. Reihum, montags in D'dorf, Dienstags in Bochum usw., ausgenommen Notdienst. Da ginge ein Aufschrei durch die Republik, und dann könnten wir auch etwas durchsetzen. Aber so, wie es seit Jahrzehnten gehandhabt wird, hält uns doch jeder für Papiertiger. Jeder Politiker sagt, daß Pick-up nicht wünschenswert ist - aber was geschieht? Wir werden doch nur hingehalten und vertröstet. Und dieser Trost wird uns dann als berufspolitischer Erfolg verkauft. Die meisten meiner Kollegen sind Typ Spießbürger und Radfahrer - nach oben bücken (Stichwort 'vorausseilender Gehorsam') und nach unten treten, bloß nirgends anecken. Aber schimpfen und jammern. Übrigens, haben Sie schon etwas über das sog. 'Präqualifizierungs-Verfahren' der GKV's gehört? Sie würden über dieses Verwaltungsmonster einen Lachkrampf kriegen. Aber es ist ernst, und die Kollegen machen alle mit und zahlen noch etwas dafür!“

Wolfgang Steffan, Adler-Apotheke/Neckargemünd

Leistungsspiegel Großhandel 2011

'markt intern' rief bundesweit Apothekerinnen und Apotheker auf, ihre Erfahrungen im Alltag mit ihren Haupt- und Nebelieferanten des vollsortierten Großhandels aufzuschreiben. In zehn Einzeldisziplinen haben wir die Grossisten gemeinsam mit Ihnen auf den Prüfstand gestellt. Zur Wertung diente das bekannte Schulnotensystem von 1 (sehr gut) bis 6 (ungenügend). Die Ergebnisse in den Einzelkriterien sowie des Gesamtergebnisses wurden als Durchschnitt aller abgegebenen Benotungen errechnet.

Aus den Tabellen auf dieser und der Rückseite können Sie die Rangfolge der einzelnen Unternehmen in den zehn Rubriken entnehmen. Insgesamt sind in diesem Jahr zehn Positionen aufgeführt (Sanacorp und von der Linde erstmals vereinigt). Besonders erfreulich: Die insgesamt hervorragende Bewertung aller Großhändler - es gibt keinen wirklichen Verlierer!

Erläuterung der Bewertungskriterien

Außendienstbetreuung - stimmt der Besuchsrhythmus, die Kompetenz des Mitarbeiters und geht er auf Ihre Wünsche ein? **Innendienstbetreuung** - wie sieht es mit der Erreichbarkeit aus/müssen Sie lange auf einen Rückruf warten? Auch hier ist Kompetenz gefragt! **Schulungen/Seminare** - sind die Angebote praxisgerecht und decken diese Ihren Bedarf ab? **Vollständigkeit und Pünktlichkeit der Lieferungen** bedürfen keiner weiteren Erklärung **Lagerhaltung/Sortiment** - hat Ihr Großhändler die Sortimentsbreite so gestaltet, daß Sie nur selten wegen Nicht-Verfügbarkeiten auf zweite Anbieter zurückgreifen müssen? **Reklamationsbearbeitung** - suchen die Großhandelsmitarbeiter mit Ihnen gemeinsam nach einer Lösung oder fühlen Sie sich abgewimmelt? **Retourenkulanz** - die Durchleitung an die Hersteller funktioniert perfekt, bei Präparaten, die Sie nicht forcieren können, darf der Großhandel auch gern entgegenkommend sein **Preispolitik** - wie sieht es mit der Preisgestaltung Ihres Großhändlers im Vergleich zum Wettbewerb aus? Werden Ihre Konditionen etwa unterlaufen, weil immer mehr Artikel aus dieser Vereinbarung herausgekündigt werden oder auf Sonderangebotslisten wandern? **Transparenz der Abrechnung** - ist die Großhandelsabrechnung leicht verständlich und nachvollziehbar - oder mit verwirrenden Positionen quasi unkenntlich gemacht? **Aktivitäten pro inhabergeführter Apotheke** - wie tritt Ihr Großhändler für Sie branchenpolitisch ein, macht er sich für seine Partner (Kunden!) in den Apotheken stark?

Aktivitäten pro inhabergeführter Apotheke			
Rang	Großhändler	Note	Vorjahr
1	Noweda	1,48	(1) 1,64
2	Leopold Fiebig	1,65	(2) 1,82
	Richard Kehr	1,65	(3) 1,84
4	Ebert+Jacobi-Gruppe	1,67	(4) 1,91
5	O. Geilenkirchen	1,73	(5) 1,95
6	Sanacorp/vdL	2,18	(7) 2,20
7	Anzag	2,54	(8) 2,29
8	Hageda-Stumpf	2,55	(10) 2,41
9	Phoenix	3,25	(11) 2,53
10	Gehe	3,46	(12) 3,40
Ø		2,22	2,20

Gesamtergebnis			
Rang	Großhändler	Note	Vorjahr
1	Noweda	1,62	(1) 1,64
2	Leopold Fiebig	1,66	(2) 1,66
3	Richard Kehr	1,67	(3) 1,72
4	Ebert+Jacobi-Gruppe	1,71	(3) 1,72
5	O. Geilenkirchen	1,78	(5) 1,79
6	Hageda-Stumpf	2,05	(7) 1,97
7	Sanacorp/vdL	2,16	(8) 2,02
8	Anzag	2,17	(9) 2,04
9	Gehe	2,43	(12) 2,39
10	Phoenix	2,52	(9) 2,04
Ø		1,98	1,92

