

MEDIQ: PROFITEREN VAN DE VERGRIJZING

Bezuinigingen in de gezondheidszorg zullen ook in de toekomst eerder regel dan uitzondering zijn. Door schaalvoordelen en efficiëntie verwacht Marc van Gelder, bestuursvoorzitter van Mediq, toch te kunnen profiteren van de vergrijzing.

TEKST: PETER SCHUTTE; FOTO'S: MARK VAN DEN BRINK

Het is precies vijf jaar geleden dat Marc van Gelder de bestuursvoorzittershamer bij Mediq overnam. Sindsdien is er veel veranderd bij Mediq. En dat betreft niet alleen het schrappen van de oude bedrijfsnaam OPG, die stond voor Onderlinge Pharmaceutische Groothandel. De hele strategie heeft een transformatie ondergaan. De toch door be-

zuinigingen kwetsbaar gebleken apothekersorganisatie met een sterke aanwezigheid in Nederland is uitgegroeid tot een internationaal opererende onderneming op het gebied van de levering van medische hulpmiddelen direct aan huis en aan ziekenhuizen en andere zorginstellingen. De ontwikkelingen kunnen niet los worden gezien van Van Gelders achtergrond als retailer.

merk helpt om je te profileren en een voorkeurspositie te verkrijgen bij patiënten, verzekeraars en voorschrijvers van hulpmiddelen en medicijnen. Liefst 68 procent van de Nederlanders kent inmiddels de naam Mediq en daar ben ik heel trots op. Mediq loopt voorop in het neerzetten van een sterk merk in de zorg. Ook intern helpt de nieuwe

ID MARC VAN GELDER

Geboren:

21-5-1961 te Amsterdam

Functie:

ceo Mediq

Koersrendement:

-8,7% sinds aantreden op 1-12-05

Basissalaris:

500.000 euro

Externe functies:

- commissaris bij Maxeda NV
- bestuurslid van Europese organisatie van farmaceutische groothandels (GIRP)

Opleiding:

- bedrijfseconomie, Erasmus Universiteit
- Business Administration, University of Pennsylvania

Werkervaring:

1990 – 1996 McKinsey & Company
1997 – 2004 Ahold
2005 – heden Mediq (OPG)

Burgerlijke staat:

getrouwd, 2 kinderen

Hobby's:

golf, skiën, paardrijden, kunst en geschiedenis

Kunt u iets vertellen over uw vorige functies?

“Ik ben hiervoor onder meer werkzaam geweest bij McKinsey & Company en heb bij Ahold verschillende functies vervuld op het gebied van logistiek (Stop & Shop), retailmanagement, strategie en lijnmanagement. Mijn laatste functie bij Ahold was chief executive officer van Peapod, de internetsupermarkt van Ahold in de Verenigde Staten, vergelijkbaar met Albert, de thuiszorgformule van Ahold in Nederland. In Amerika liepen ze hiermee wat voorop en concepten hiervan zijn naar Nederland overgebracht. Een voorbeeld hiervan is de klantenkaart. Als je deze intypt op de website, krijg je automatisch je boodschappenlijstje te zien. Ik ben dus een retailer qua achtergrond, maar na zes jaar Mediq voel ik me toch wel iemand uit de gezondheidszorg.”

Waarom heeft u bij Mediq een omvangrijke ‘rebranding’ doorgevoerd?

“Ik denk dat een merk steeds belangrijker wordt. Het helpt om je te onderscheiden. Wij bereiken de patiënt via drie distributiekanaalen: de apotheek, direct bij de mensen thuis en levering aan zorginstellingen. Een

ID MEDIQ

Mediq levert als internationale onderneming geneesmiddelen, medische middelen en de bijbehorende zorg. Ondernemen in de zorg is mensenwerk. Bij alles wat Mediq doet, staat de patiënt centraal. Wij willen dat patiënten beter worden, dan wel zo goed mogelijk leren omgaan met hun aandoening, zodat zij zich gezonder voelen en hun plaats in de samenleving kunnen behouden. Wij bedienen de patiënt via drie kanalen:

Direct

Mediq Direct bezorgt specialistische medische hulpmiddelen en geneesmiddelen direct aan huis, via postorder of via de thuiszorg.

Institutioneel

Mediq Institutioneel levert medische hulpmiddelen en geneesmiddelen aan professionele afnemers, zoals ziekenhuizen en verpleeghuizen.

Apotheken

Mediq Apotheek belevt onze patiënten via eigen apotheken en de bij onze groothandel aangesloten zelfstandige apotheken. Naast het verstrekken van geneesmiddelen op recept verkopen wij receptvrije gezondheidsproducten.