

Alleine essen ausgeschlossen!

Von den Ameisen lernen: besser kooperieren – so lautete das Motto des 14. Kooperationsgipfels des BVDK. Nachdem der Vorjahresgipfel pandemiebedingt rein digital stattfinden konnte, war die Sehnsucht nach „echtem“ Networking bei jedem, der über 400 Teilnehmern, förmlich spürbar.

Bedürfnisse erkennen, Bedarfe formulieren, Begegnungen provozieren, Beziehungen pflegen, Budenzauber veranstalten – so das Fazit des Vortrags „Never eat alone – Von erfolgreichem Networking profitieren“. Treffender lässt sich der Kooperationsgipfel, der in diesem Jahr zum 14. Mal stattfand, nicht beschreiben.

Das Bedürfnis nach Austausch, nach Kooperation, war bereits am Vorabend omnipräsent. Konsequenterweise ging es daher im Foyer und an der Bar – nach durchlaufenem Corona-Test – zu wie in einem Ameisenhaufen. Diskutiert wurden dabei natürlich die Ereignisse der vergangenen Jahre, vor allem aber die „unfassbaren Chancen“, auf die Dr. Stefan Hartmann vehement hinwies: die Pandemie als Türöffner für Tätigkeitsbereiche der Apotheke, die vor zwei Jahren noch undenkbar schienen.

Doch nicht nur Chancen benannte der Urheber und das Gesicht

des Gipfels, sondern konsequent auch die bevorstehenden Herausforderungen: „Unser Kunde erwartet zukünftig Multi-Channel-Lösungen per Knopfdruck. Schnelligkeit, Bequemlichkeit und Convenience gewinnen zunehmend an Bedeutung“, so Dr. Hartmann. Allein, so der allgemeine Konsens, werden die Apotheken das kaum schaffen. Nötig ist ein Kraftakt der gesamten Branche. „Es gilt für die Player im Apothekenmarkt, gemeinsam und auf Augenhöhe, apothekenindividuelle Konzepte zu kreieren, um dieses einzigartige, flächendeckende Gesundheitsnetz, der Apotheken vor Ort, weiter zu stärken,“ betonte Co-Moderatorin Dr. Vanessa Conin-Ohnsorge folgerichtig.

GEMEINSAME LÖSUNGEN

Wie solche Konzepte aussehen könnten, darüber wurde vor allem in spannenden Talkrunden intensiv diskutiert. Anike Oleski, Inhaberin von vier Apotheken mit derzeit 170 Mitarbeitern,

forderte für die Zusammenarbeit mit der Industrie einen noch deutlich stärkeren Fokus auf das Vermitteln von Know how zum Aufbau von Spezialisierungen zu legen. Für ein besseres Verständnis des Arbeitens in der Apotheke warb Iris Blaschke, Leitung und CEO der St. Vitus Apotheke. Hierfür sei es absolut zu begrüßen, wenn die Industrie ihren Mitarbeitern die Möglichkeit einräume, in der Apotheke zu hospitieren. Vor allem aber müsse das Miteinander gestärkt werden, auch in der Zusammenarbeit mit dem wohl wichtigsten Partner der Apotheken, den Ärzten. „Wir müssen genauso wenig Angst vor den Ärzten haben, wie sie vor uns. Man muss Spaß haben an dem, was man tut und es sind genügend Sandförmchen für alle da“, so das Fazit einer spannenden Diskussionsrunde mit Dr. Björn Schittenhelm (Alamannen-Apotheke Holzgerlingen), Dr. Kerstin Kemmritz (Falken-Apotheke Weißensee) und Ramin Heydarpour von Pfizer Deutschland.

CHANCEN ERGREIFEN

„Nicht nur meckern“, so der klare Appell von Manuela Andrea Pohl, Senior Specialist Public Affairs bei Noventi. Die Politik sei offen für konstruktive Lösungen, die Apotheken müssten hier eine aktivere und konstruktivere Rolle übernehmen. Aktiv müsse auch der Kampf um die letzte Meile, der nicht zu-

letzt durch neue Player wie Mayd oder First A neu entfacht wurde, angegangen werden, so Thomas Heil, Vice President Consumer Health bei IQVIA. Wichtig sei dabei vor allem auch eine zielgerichtete Kommunikation, wie Prof. Dr. Claudius A. Schmitz in seinem überaus humorvollen Vortrag erläuterte: „Das willkürliche Bespielen sozialer Medien und die Herausgabe von Flyern oder Prospekten ist nicht effektiv“, mahnte er.

Doch die Gelegenheit sei günstig, resümierte auch Dr. Morton Douglas: „Die Anerkennung der Apothekenleistungen in der Corona-Pandemie ist ein wichtiger Schritt für die öffentliche Wahrnehmung der stationären Apotheke.“

Damit wäre die Grundlage für eine erfolgreiche Zukunft, eine Zukunft, die vor allem auch digital sein wird, wie der zugeschaltete Leiter Strategie & Standards der gematik GmbH, Stefan Höcherl einmal mehr betonte: „Die digitale Transformation hat Fahrt aufgenommen. Wir können mit Zuversicht auf den digitalen Wandel schauen.“

■ Thomas Koch

FAZIT:

- Niemals alleine essen.
- Kooperation von Industrie und Apotheken stärken.
- Zielgerichtete Kommunikation forcieren.

