

Wo Fans zu Freunden und Freunde zu Fans werden

Der BVDAK-Kooperationsgipfel ist und bleibt das Klassentreffen der Branche. Fast 500 Teilnehmer aus dem Kooperationsmarkt, Industrie und Dienstleistern kamen Anfang Mai in München zusammen, um über die Zukunft der Apotheke zu debattieren.

Wie wird die Arbeit in der Apotheke der Zukunft aussehen, kurz „Work 2morrow“, so lautete das Motto des 15. Kooperationsgipfels des BVDAK e.V. in München. Dabei gehe es aktuell in erster Linie um das Aufkehren der Scherben der Krisen der vergangenen Jahre, so Initiator und Moderator Dr. Stefan Hartmann. Die härteste aller Währungen sei verloren gegangen: Vertrauen. Das erfordere zum einen eine deutlich höhere Flexibilität für die Apotheken, um auf ehemals unvorstellbare Situationen wie der Insolvenz eines Abrechnungszentrums begegnen zu können, aber vor allem auch der Mitgliedschaft in der „richtigen Apothekenkooperation“. Gleichsam sei es Aufgabe der Kooperationen, ihrerseits die Weichen für die Mitgliedsapotheken in Richtung einer erfolgreichen Zukunft zu stellen. Co-Moderatorin Dr. Vanessa Conin-Ohnsorge forderte alle Anwesenden sowie die Apothekerschaft in Gänze auf, „wachsam zu sein, um Sollbruchstellen und vernetzte Zusammenhänge im brüchigen System zu erkennen und zu beheben, raus aus einer blockierenden Angst zu kommen, um mit Klarheit die Zukunft zu gestalten sowie die Komplexität zu reduzieren und Verstehbarkeit herzustellen, um Veränderungen frühzeitig zu erkennen und zu handhaben.“

Impressionen vom BVDAK-Kooperationsgipfel 2023.



Warum Apotheken künftig keine Kunden, auch keine Stammkunden, sondern Fans brauchen, erläuterte im Anschluss Roman Becker, Geschäftsführender Gesellschafter 2HMforum. Ziel dürften keine zufriedenen Kunden sein, nur Fans bauten eine wahre emotionale Bindung zur Apotheke auf, wodurch echte Treue entstünde.

MEHR SICHTBARKEIT SCHAFFEN

Ein brennendes Plädoyer für die pharmazeutischen Dienstleistungen kam dann von Apothekerin Tatjana Buck. Diese seien nicht nur gut vergütet, sondern auch eine großartige Chance für die Apotheken, sich zu präsentieren und positionieren: „Die Apotheke vor Ort ist der zentrale Dreh- und Angelpunkt im Gesundheitswesen! Wir müssen sichtbarer werden, auffallen, laut und selbstbewusst sein.“



Alle Fotos von Melanie Löffler



Neu war das Format ApoPitch, in dem zwei Start-ups die Möglichkeit bekamen, im Gespräch mit dem Gründer der AMIRA-Welt Mohammadi Akhabach ihre Unternehmen zu präsentieren. Die Teilnehmer stimmten dann darüber ab, welches der beiden Unternehmen den Preis, ein individuelles Coaching durch Akhabach und weitreichende Präsentationsmöglichkeiten gewinnen sollte. Letztlich setzte sich apomap durch, ein innovatives Konzept zur Optimierung des Botendienstes.

In einer kontrovers geführten Debatte diskutierten Tatjana Zambo und Dr. Björn Schittenhelm mit dem Vorstandsvorsitzenden des Spitzenverbandes Fachärzte Deutschlands e.V. unter der Leitung der Kommunikationsberaterin Gudrun Kreutner über das Thema „Impfen in Apotheken“. Fazit: Auf eine schnelle Einigung zwischen Apothekerschaft und Ärzteverbänden hofft man vergebens.

Klaus Henkel, Geschäftsführer der ARZ Service GmbH präsentierte mit ApoSync die „digitale Kitteltasche für Apothekenteams“ und Christian Krüger, Geschäftsführer der NGDA, führte in die Welt des digitalen Couponings ein, eine noch viel zu häufig unterschätzte Möglichkeit zur Kundenbindung.

Thomas Heil (IQVIA) und Nina Thiele (DAP Networks) lieferten spannende Markteinblicke und prämierten die Sieger der Coop Study 2023. Wichtiges Statement in Richtung Kooperationen: „Damit Kooperationen fit für die Zukunft sind, sollten sie sich verstärkt auf unterstützende Maßnahmen für die Vor-Ort-Apotheken hinsichtlich Frequenzsteigerung und Beratungsqualität fokussieren.“

KOOPERATIONEN SIND GEWINNER

Juristische Updates gab es schon fast traditionell von Dr. Morton Douglas. Neben dem Hauptthema „elektronische Verordnung“ berichtete der Rechtsanwalt von einer Entscheidung des EuGH aus Dezember 2022 (C-530/20), welches ein Ende der „Rotstiftpreise“, also der sichtbaren Rabattierung des OTC-Sortiments, zu Folge haben könnte.

Den zweiten Kongresstag eröffnete Dr. Christoph Pfeiffer, Geschäftsführer der Competitio Consulting GmbH mit einer spieltheoretischen Erklärung für die überproportionalen Wettbewerbschancen für Kooperationen. Wichtige Voraussetzung hierfür seien Transparenz und Vertrauen, was regelmäßige Treffen voraussetzt.

Kontrovers ging es auch in der zweiten Talkrunde zu, diesmal moderiert von Andreas Kierndorfer, Geschäftsführer der aoki GmbH. Die beiden Apothekerinnen Iris Blaschke und Jennifer Pock-Baier diskutierten dabei mit Dr. Theresa von Fugler, Managing Director der Sanofi Consumer Healthcare Germany, Matthias Wegner, Geschäftsführer der Hageda-Stumpf GmbH & Co. KG und Frank Baer, Geschäftsführer der ELAC Elysée Apotheken Consulting GmbH über die Frage, ob und in welchem Ausmaß der Direktbezug von Arzneimitteln noch zeitgemäß ist. Fazit: Es gilt, Kosten und Nutzen sehr genau gegenüberzustellen und dann zu entscheiden.

Business Speaker Malte W. Wilkes referierte über die Frage, ob die Pharma-Szene die Zukunft verschlaffe. Sein Appell: „Wer Zu-

KOOPERATIONS-GIPFEL 2023

kunftskraft entfalten will, sollte öfter die Burg verlassen und dem Nordstern folgen und dabei die Langlebigkeits- und Gesundheitsspanne der Kunden eigenständig durch Lifehacks und gewaltfreien Widerstand zusammenführen."

Schließlich erläuterte Dr. Bernhard Bellinger die Chancen des Neuromarketings für die Apotheke, denn dieses sei der Schlüssel zum Gewinne und Behalten von Stammkunden.

DER GIPFEL DES GIPFELS

So spannend die Vorträge auch sind, so kompetent die Referenten, so kontrovers die Debatten, der eigentliche Gipfel des Kooperationsgipfels ist und bleibt das „Drumherum“, die vielfältigen und ausreichend langen Möglichkeiten für einmal mehr, einmal weniger fachliche Gespräche, sei es an den beiden Abenden an der Bar oder in den Kongresspausen bei einem Kaffee oder Snack. Bekanntschaften wurden intensiviert, neue Kontakte geknüpft, Kooperationen geschmiedet. Bei allem gebührenden Respekt vor dem abermals spannenden Programm ist das wohl die größte Leistung, die Dr. Stefan Hartmann und sein Team vollbringen: Sie schaffen einen Rahmen, in dem Fans – und Fans des „KoGi“ sind wohl mittlerweile alle Teilnehmer – zu Freunden werden und Freunde zu Fans. Fans von neuen Konzepten, gemeinsamen Plänen oder einfach nur einer verdammt schönen und produktiven gemeinsamen Zeit.

■ Thomas Koch

