

Ausgabe Nr. P 19/23 | Düsseldorf, 9. Mai 2023 | 46. Jahrgang | ISSN 1431-3405

Die Bahnmitarbeiter wollen wieder streiken: für pünktliche Züge, saubere Bahnhöfe und klare Durchsagen. Aus der realen Welt erreichen uns diese Nachrichten: ■ Careanimations überzeugt AHD und Gehe ■ Zur Rose Group wird zu DocMorris ■ Marcus Freitag neuer PHAGRO-Vorsitzender. Doch zunächst, meine Damen und Herren, zum Familientreffen der Pharmabranche:

KoGi 2023: Work 2morrow – Wie der Wandel gelingen kann

Anfang Mai ging der **Kooperationsgipfel** des **BVDAK** zum nunmehr 15. Mal an den Start. Was **Dr. Stefan Hartmann**, 1. Vorsitzender des **Bundesverbands Deutscher Apothekenkooperationen**, mit seinem Team Jahr für Jahr auf die Beine stellt, ist unvergleichlich. Wer von Anfang an dabei war, erlebte die Anfänge in Starnberg, ein paar Jahre in Schwabing und den immensen Wachstumskurs am jetzigen Veranstaltungsort, dem Hotel **Leonardo Royal**/ München erinnern. Und man kann wirklich manches Mal nur ungläubig den Kopf schütteln, wie Dr. Hartmann den Kooperationsgipfel thematisch vorantreibt, wie er mit seiner hervorragenden Vernetzung in der Branche immer wieder Gesprächsthemen und -partner, Vortragende, Diskussionsrunden und neue Themen findet. Sein Lebenselixier 'Kontroverse ist erwünscht' führt oft zu spannenden Beiträgen. Dass sich Dr. Hartmann mit seinem Lebensmotto auch mal selbst ein Bein stellt verzeihen wir ihm gerne. Nicht nur die Punkte auf der Tagesordnung wussten in diesem Jahr zu überzeugen: Das Team um Cheforganisatorin **Sonja Hennemann** überzeugte von der Einladung über die Anmeldung, den reibungslosen Ablauf der Veranstaltung bis zur abschließenden E-Mail mit den Informationen zu allen Beiträgen. So unauffällig und doch so gut – Dankeschön!

Wie Sie unschwer bemerken können, ist der 'mi'-Chefredakteur ein Fan des Kooperationsgipfels. Ein kurzer Blick in die Teilnehmerliste, in diesem Jahr fanden sich darauf 470 Namen, lässt erkennen, wie viele bekannte Personen aus Apotheke, Großhandel und Industrie an diesem Event teilnehmen. Es bieten sich hervorragende Möglichkeiten zum Netzwerken. Deshalb sind die meisten Teilnehmer nicht das erste Mal dabei, sondern eher mehrfache 'Wiederholungsstärker'.

Zu Recht blenden **Dr. Vanessa Conin-Ohnsorge** und **Dr. Hartmann** daher im ersten Vortrag eine Folie mit dem Titel „Unser Familientreffen“ ein. Das Moderatorenteam führt ins Motto „Work 2morrow, Apotheke – Großhandel – Industrie: Wie der Wandel gelingen kann“ mit unterschiedlichen Thesen und Daten ein. Als Attribute für die **generelle Zukunftsfähigkeit** zählen sie ■ **Vernetzung** ■ **Anpassungsfähigkeit** ■ **Än-**

derungsfähigkeit und ■ **Kundennutzen** auf. Nur kurz geht Stefan Hartmann auf die aktuelle Lage der Apotheken ein, die nach dem **DAV-Wirtschaftsforum** bekannt sein sollte: „Kaputtsparen mit der Rasenmähermethode“ und „perfide Gesundheitspolitik ohne Plan“ lauteten die gewohnt klaren Worte.

„Damit wir unsere Kunden weiterhin optimal beraten und glücklich machen können, müssen wir (Chef und Mitarbeiter) für eine gute Apothekenzukunft gemeinsam kämpfen.“

Dr. Stefan Hartmann

Ungeachtet der gesundheitspolitischen/finanziellen Lage regte Hartmann ein neues Verständnis der Apothekenführung an, die ein moderneres Bild abgebe und damit die Mitarbeiter mehr motiviere. In der Berechnung von Dienstleistungen sieht er ein riesiges Potenzial. So impfen in Frankreich 50 % der Apotheken gegen Grippe, insgesamt würden 28 % aller Impfungen dort in Apotheken verabreicht – bei uns nur 0,2 %! Wie Deutschland bei der Digitalisierung des Gesundheitswesens hinterherhinkt, ist allgemein bekannt. Ein weiteres Beispiel: In Österreich werden monatlich rund 5,7 Mio. E-Rezepte ausgestellt. Rechnet man die Einwohnerzahl von 8 Mio. auf deutsche Gegebenheiten hoch, müssten hierzulande 57 Mio. E-Rezepte ausgestellt werden. Tatsächlich sind es nur rund 200.000! Das Moderatoren-Duo kündigte dementsprechend für die folgenden Beiträge Lösungsansätze zu ■ **Führung** ■ **Beratung** ■ **Digitalisierung** und ■ **Kooperation** an, die zu **wirtschaftlich gesunden Apotheken** führen.

Lassen Sie uns noch einen Blick auf einige der Beiträge richten. „Vom Fan-Prinzip profitieren und die Zeitenwende gestalten“, referierte Geschäftsführer **Roman Becker** vom **Fanomics**-Team des Marktforschungs- und Beratungsunternehmens **HM2forum/Mainz**. Sein Start geriet ein wenig träge, doch zügig wurde der Vortrag spannend: Die Frage „Sind hohe Zufriedenheitswerte gleichbedeutend mit hohem Kundenwert?“ beantwortete Becker mit: „Vorsicht vor zufriedenen Kunden.“ Im Folgenden stellte er die Korrelation von emotionaler Bindung über Sympathisanten bis hin zu Fans dar. Eine bessere Marktdurchdringung sei über die Steigerung der Fan-Quote möglich. Fans blieben dauerhaft

Ihr direkter Draht zur Redaktion Apotheke/Pharmazie: +49 (0) 211 6698-153

■ Fax: +49 (0) 211 6698-197 ■ E-Mail: apotheke@markt-intern.de ■ www.markt-intern.de/apotheke



treu und seien weniger preissensibel, daher wirtschaftlich attraktiv. Es sei entscheidend, sich auf die zentralen Kundenbedürfnisse auszurichten. Anhand mehrerer, gut nachvollziehbarer Beispiele verdeutlichte Becker die Thesen. Die „Mitarbeiter als Fan-Macher“ sind nicht zu unterschätzen. Bei der Arbeit sehr motivierte Mitarbeiter hatten zugleich einen hohen Einfluss auf den Fan-Wert des jeweiligen

„Adressieren Sie die 'wahren' Motive Ihrer Kunden entlang der Kundenreise. Sie werden es in der Kasse spüren!“

Roman Becker

Unternehmens. Gegenüber den Mitarbeitern, die sich 'nur' für die Zufriedenheit der Kunden

verantwortlich fühlten, erreichten sie um 50 % höhere Fan-Zahlen. Im Abschnitt „Digitale Kundenkontakte“ lautete gleich die erste These: „Es gibt keine digitalen Kundenbeziehungen.“ Becker meinte damit, die emotionalisierenden Effekte von Kundenkontakten ließen sich auf allen Kontaktwegen gleichermaßen nachweisen. Damit gebe es keinen weniger wichtigen (digitalen) Kundenkontakt.

„Pharmazeutische Dienstleistungen – Tops und Flops aus der Praxis“, trug **Tatjana Buck** vor. Die Apothekenleiterin aus Bad Saulgau, die Mitglied des Vorstandes der **Landesapothekerkammer Baden-Württemberg** und der **Denkfabrik Apotheke** ist, sieht in den pharmazeutischen Dienstleistungen eine große Chance für die Apotheken vor Ort. Angesichts eines Budgets von 150 Mio. € pro Jahr plädiert sie dafür, solchen Flops im System wie der Bürokratie, dem mangelhaften digitalen Workflow und der

„Die Apotheke vor Ort ist der zentrale Dreh- und Angelpunkt im Gesundheitswesen! Wir müssen sichtbar werden, auffallen, laut und selbstbewusst sein!“

Tatjana Buck

fehlenden Marketingunterstützung beizukommen. **Es sei kaum zu glauben, dass eine Oma für drei pharmazeutische Dienstleistungen sieben Mal unterschreiben müsse. Um all ihre Organe zu spenden, reiche eine einzige Unterschrift.** Pharmazeutische Dienstleistungen heißt aber auch: Die Apotheken machen patientenorientierte Angebote. Sie können in der Apotheke eine bezahlte Dienstleistung auslösen, ohne ärztliche Verordnung. „Mega“ findet Buck die Möglichkeit, selbst den richtigen Service für einen Patienten auszuwählen. So könnten die Apotheken zu einem „Showroom Gesundheit“ werden.

Gern provoziert Dr. Stefan Hartmann, lockt Gesundheitspolitiker und Verantwortliche im Gesundheitswesen aus der Reserve. Kürzlich sinnierte er über eine **Kündigung der Arzneimittellieferverträge** seitens der Apothekerschaft, **Streiks** oder sonstige Möglichkeiten, mit denen die Apotheken auf sich aufmerksam machen könnten. Der Vorsitzende des BVDK stellt viele, oft unbequeme Fragen an die Landesvertretungen und sucht nach Möglichkeiten, die Apotheken vor Ort auf wirtschaftlich sichere Beine zu stellen. Welche Möglichkeiten die Apotheken rechtlich haben, um auf

ihre Lage aufmerksam zu machen, hat der BVDK von Rechtsanwalt **Morton Douglas** prüfen lassen.

Douglas stellte zunächst klar, dass man begrifflich nicht von einem Streik ausgehen dürfe: Ein **Streik** sei schließlich eine Auseinandersetzung zwischen Arbeitnehmern und Arbeitgebern. Beim zu prüfenden Fall gehe es jedoch gerade um den gemeinsamen Kampf von Apothekeninhabern und Mitarbeitern für eine Honorarerhöhung. Morton Douglas empfiehlt daher eine **Demonstration für eine angemessene Vergütung**. Bewusst wählt er auch die **angemessene Vergütung**, nicht eine höhere. Schließlich habe sich im Vergleich zu anderen Berufsgruppen, beispielhaft greift er die Gebührenordnung der Anwälte auf, beim Apothekenhonorar lange nichts getan. Im Zuge von Demonstrationen könnten die Apotheken nur durch die Notdienstklappe bedienen. Douglas erklärte weiter: „Der Klappendienst ist grundsätzlich möglich, es steht nirgendwo, dass sie aufsperrern müssen. Apotheken sind nur zur Dienstbereitschaft verpflichtet.“ Die Apothekenbetriebsordnung schreibe nicht vor, wie viele Patienten Sie in welcher Zeit bedienen müssten. Douglas weist jedoch vorsorglich darauf hin, dass es gewisse Einschränkungen geben könne: Vielleicht schreibt der Mietvertrag in einem Center bestimmte Öffnungszeiten vor. Auch Sondernersorgungen, etwa von Heimen oder Kliniken, müssten aufrechterhalten werden. Grundsätzlich sieht Douglas großen Spielraum für die Apotheken und zieht das Fazit: „Kann man machen, muss man aber medial gut begleiten.“

Stefan Hartmann will das Gutachten im nächsten Schritt der Berufsöffentlichkeit zur Verfügung stellen. Zudem plant der BVDK ein Positionspapier zu verfassen: „Wir werden fünf Argumente aus Patientensicht formulieren und fünf in Richtung Gesundheitspolitik. Man muss eine Story draus machen. Vielleicht wird der Druck in den Landesvertretungen ja so groß, dass sie sich dieser Idee auch annehmen“, beendete der erste Vorsitzende des BVDK den ersten Tag des Kooperationsgipfels.

'mi'-Fazit: ■ Der 15. BVDK-Kooperationsgipfel endete mit einem bemerkenswerten Teilnehmer-Kommentar: „Es gibt hier keine wirklich schlechten Vorträge – wann sollen wir denn netzwerken?“ Tatsächlich folgten die Teilnehmer eher den Vorträgen, als sich außerhalb an den Kaffeautomaten zu treffen ■ Aus eigener Erfahrung wissen wir, wie viel Werbung andere Veranstalter für jeden zahlenden Teilnehmer machen müssen. Der BVDK-Kooperationsgipfel ist regelmäßig ausgebucht. In diesem Jahr durften etwa 470 Teilnehmer nach München reisen ■ Die abendlichen Veranstaltungen sind der Treff von Industrie, Großhandel und Apotheken (-Kooperationen) zum Gedankenaustausch und oftmals für das erste Kennenlernen ■ **Der Termin für den nächsten Kooperationsgipfel lautet 21./22.2.2024** – und kalkulieren Sie die Anreise am Vortag ein. Es wäre doch schade, nur die Hälfte des Networking mitzubekommen!