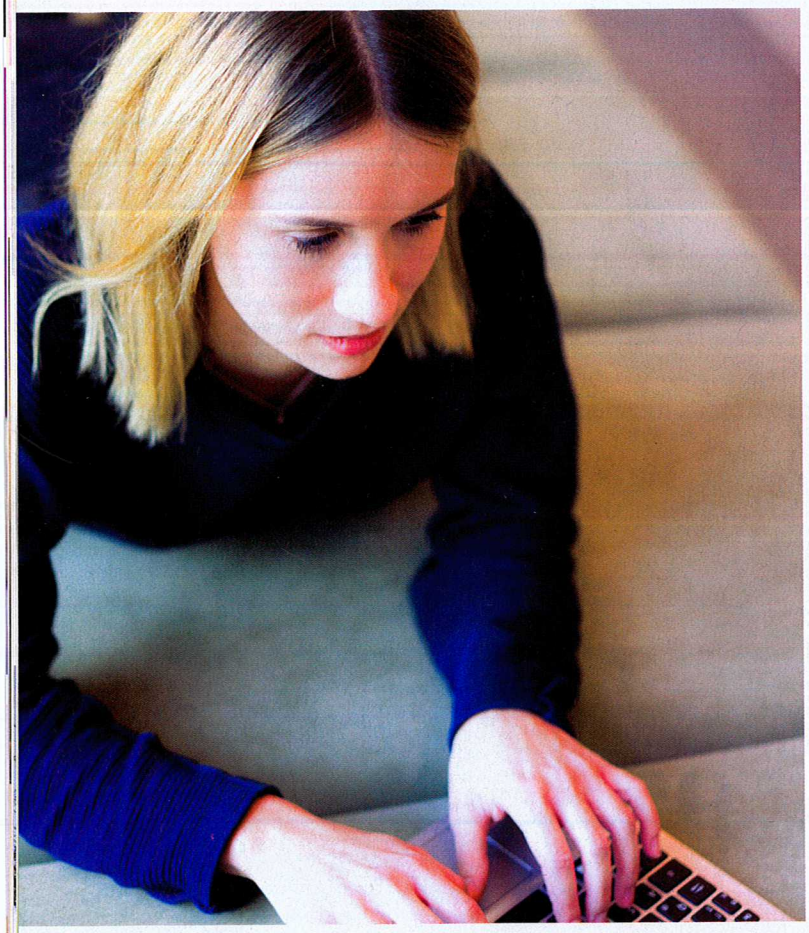
APOTHEKE 2030

Wer fragt, der führt

Von Gerhard Riegl / Die Digitalisierung erlaubt dem Bürger immer mehr Einflussnahme bei Entscheidungsprozessen. Dieses Potenzial gilt es auch für die Umsetzung des Perspektivpapiers »Apotheke 2030« zu nutzen. Denn wer mitgestalten kann, identifiziert sich besser mit dem Ergebnis.

In Hamburg hatte zuletzt eine Allianz aus Politik, Wirtschaft, Verbänden und Publikumsmedien mit einem Millionenbudget eine Olympiabewerbung vorbereitet und propagiert. Trotzdem wurde dieses verheißungsvolle Zukunftsprojekt 2024 im November 2015 von der Bevölkerung abgelehnt.



Heute kann sich jeder über das Internet aktiv in viele Entscheidungsprozesse einbringen. Die Bürger erhalten dadurch mehr Macht.

Foto: Fotolia/ Picture-Factory

Was hat die gescheiterte Bewerbung mit der Apotheke 2030 zu tun? Für ihre existenzsichernde Entwicklung brauchen auch Apotheken ein positives Votum der Bevölkerung, um unternehmerische Wertschöpfungen mit pharmazeutischen Kernkompetenzen erwirtschaften zu können. Genauso, wie die Hamburger denken konnten: »Es gibt auch ohne uns im Jahr 2024 Olympische Spiele im TV«, könnten Patienten dem Trugschluss erliegen, es gebe auch ohne Präsenzapotheken künftig eine Arzneimittelversorgung mittels Internet und Versand. Im Internetzeitalter glauben Menschen allzu gern, alles Nötige könne schnell und komfortabel im Netz bestellt werden. Experten sagen in fünf Jahren das Ende von 45 000 Geschäften in Deutschland voraus, das sind rund doppelt so viele Betriebe wie es Apotheken in Deutschland gibt.

Der Fall Hamburg demonstriert: In der neuen Mitmach-Gesellschaft können Selbstverwaltungen, Interessenvertretungen und berufspolitische Befürworter nicht mehr durchregieren. So wurden wir beim Olympia-Nein erneut Zeugen des basisdemokratischen Paradigmenwechsels. Die Erfolgslosigkeit millionenschwerer Werbekampagnen zeigen die Erosion des Establishments, der sogenannten Old Power. Wissenschaftler verheißen eine New Power: die Bürger.

Ethisch begründete, verantwortungsvolle Veränderungsmodelle von Eliten für Eliten sind schlussendlich in ihrer Bevölkerungsakzeptanz unberechenbar geworden. Regiegeführte Veränderungen – selbst solche zum direkten Gesundheitswohl – können angesichts der Ablehnung von Bevormundungs-Kulturen nicht mehr allein von Experten-Zirkeln ohne Partizipation Betroffener ausgedacht und durchgesetzt werden. Der Göttinger Demokratieforscher Professor Franz Walter sagt engagierte Bürger als bleibendes Sozialphänomen der nächsten Jahre voraus.

Mit den Kommunikationsoptionen verändert sich die Macht zwischen Eliten und Bürgern. Unzufriedene Gruppierungen bekommen mehr Einfluss. Nie war es leichter, Informationen zu sammeln und aufmüpfige Gleichgesinnte zu mobilisieren. PR- und Imagekampagnen zur Selbstdarstellung treffen zunehmend auf Ressentiments gegenüber Werbung und genereller Reizüberflutung.

Meinungen wertschätzen

Auf die Gesundheitsbranche übertragen, gilt: Das Urteilsvermögen und die Meinungen ganz normaler Menschen, zum Beispiel als betroffene Patienten, sollte man nicht unterschätzen und ihnen mehr Aufmerksamkeit sowie Respekt entgegenbringen – auch hinsichtlich der Wünsche an die künftige Apotheke.

Die Volksabstimmung von Hamburg gibt somit auch für das in Apotheker-Fachkreisen interaktiv stufenweise erarbeitete Leitbild und für das dann auf dem Apothekertag 2014 einhellig beschlossene Perspektivpapier 2030 neue Denkanstöße.

Da sich das Verhalten von Kunden heute schneller verändert als die Apotheken und ihr Leistungsangebot, sollten Apotheker aufpassen, dass Kampagnen nicht hinter den Nachfragern herhinken, sondern in Echtzeit wirken. Im Zeitalter der Digitalisierung gilt es zu prüfen, ob künftig eher Patientenforschungen und Kundenanalysen in Apotheken angesagt sind anstelle von Medieninvestitionen.

Gute Apotheken-Neuerfindungen sind wichtig, wenn bei diesen der Vor-

teil für den Patienten im Mittelpunkt steht und der ursprüngliche Zweck der Apotheke bedacht wird. Das bedeutet nicht, dass alle Wünsche erfüllt werden können und dürfen. Schließlich hat die öffentliche Apotheke stets auch gemeinwohlorientiert und nicht nur kundenpersonalisiert zu sein.

Fragen und Zuhören

Der neue Strategieansatz zur Umstellung auf die New Power der Bürger und Kunden in Apotheken verheißt: Verkündungen sind nicht das Mittel der Wahl, sondern Fragen und Zuhören. Das Leitbild und die aus ihm resultierenden Wertschöpfungen werden auch an den vom Patienten erlebten Nutzenvorteilen gemessen. Größten Erfolg hat derjenige, der zum Patienten durchdringt, ihn versteht und in seine Überlegungen einbezieht. Das Motto lautet: Identitätsstiftung unter den Betroffenen für die Apotheke 2030. Ohne interaktive Analysen mit wissenschaftlich begleiteten Befragungen und Patientenforschungen wird es Missverständnisse geben.

Patienten und Gesundheitskunden können meist nicht beschreiben, wie die Apotheke der Zukunft konkret aussehen sollte. Sie können aber bei einer intelligenten Auswahl möglicher Antworten ohne Weiteres mitbestimmen und mitgestalten, was gefällt und was nicht.

Für ein konstruktives Bürgervotum zur Apotheke 2030 gilt es, die fachlich anspruchsvollen Perspektiven mit ihren Eckpunkten, Plänen und Maßnahmen in Denkweise, Sprache und griffige Wünsche der Kunden zu übersetzen.

Menschen wollen heutzutage beteiligt und gefragt werden. Sie teilen Nachrichten, posten Meinungen und rezensieren Entwicklungen, wie die Gegenbewegungen von Hamburg gezeigt haben.

Nach den Regeln des sanften Paternalismus werden die Patienten folglich eingeladen, aus edukativen Dialogfragen und Antworten zur Perspektive 2030 wünschenswerte Apothekenvorteile und zusätzliche Leistungsangebote kennenzulernen und mitzugestalten. Den Patienten werden keine Entscheidungen vorgegeben, aber sie erhalten aus dem Frage-Antwort-Katalog Informationen und Fakten zur Orientierung. So sind die Bürger bei der Reise der Apotheken in die Zukunft von Anfang an mitdenkend, mitlernend, mitgestaltend und mitentscheidend dabei. Es entsteht eine Sogwirkung zur Apotheke der Zukunft. Das heißt, Befragungen unter wissenschaftlichen verhaltensökonomischen Regeln sind weit mehr als bisherige Zufriedenheitsmessungen.

In der Auswertung der Analysen kommt es darauf an, wie Apothekenteams unter großen Umbrüchen wie der Digitalisierung künftig mit individueller lokaler Note und solidarischen Grundprinzipien für Stammkunden einzigartig, unverzichtbar und unaustauschbar bleiben. Mit den Perspektiven für 2030 soll die inhabergeführte Apotheke auch künftig im Leben der Patienten und Kunden eine wichtige Rolle spielen dürfen.

Breite Mitbestimmung

Jahrzehntelang wurden Verbraucher zur Souveränität und Mündigkeit auch über Selbstbedienung im Handel erzogen und aufgerüstet. Künftig wird es ohne ein Mehr an breiter Mitbestimmung nicht mehr gehen. Aber zugleich gilt, wer intelligent und frühzeitig fragt, der führt. Einladungen an Kunden zur ideenreichen Mitgestaltung der Arzneimittelversorgung machen Lust auf die Präsenzapotheke der Zukunft. /

EU-Fälschungsschutzrichtlinie: Die Uhr tickt

Jennifer Evans / Ab 9. Februar 2019 dürfen verschreibungspflichtige Medikamente bis auf wenige Ausnahmen nur noch mit Sicherheitsmerkmal und Seriennummer in Verkehr gebracht werden. Hintergrund ist die sogenannte Fälschungsrichtlinie der Europäischen Union aus dem Jahr 2011. Sie soll kriminellen Fälschern von Arzneimitteln zum Wohle der Patienten das Handwerk legen. Die einzelnen Mitgliedstaaten müssen demnach einen Fälschungsschutz für rezeptpflichtige Arzneimittel entwickeln. Nähere Details zur Gestaltung entsprechender Sicherheitsmerkmale legt nun eine sogenannte delegierte Verordnung fest, die am Dienstag im Amtsblatt der Europäischen Union veröffentlicht wurde. Drei Jahre haben die Länder Zeit, den Vorgaben der Verordnung zu folgen.

In drei Jahren muss der Fälschungsschutz für Arzneimittel in allen Mitgliedstaaten der Europäischen Union stehen. Foto: Fotolia/marqs

In Deutschland hatten sich bereits vor Jahren Hersteller, Apotheker und Großhändler in der Initiative Securpharm zusammengeschlossen, um einen Sicherheitscode zu entwickeln. Dieser trägt eine individuelle Seriennummer, die das Arzneimittel per Scan als Original ausweisen soll. Damit werden Fälschungen in der legalen Lieferkette bereits frühzeitig erkannt. »Deutschland soll auch weiterhin zu den sichersten Märkten für Arzneimittel gehören«, sagte Reinhard Hoferichter, Vorstandssprecher von Securpharm. Mehr als 21 Millionen Packungen sind derzeit im Codierungssystem der Initiative registriert, so werden die Sicherheitsmerkmale auf ihre Alltagstauglichkeit im Apothekengeschäft geprüft. /