

vision

DAS MAGAZIN VON
CGM LAUER
SEPTEMBER 2023

EMPOWER
YOUR
PHARMACY

Editorial

CGM LAUER

Apothekenlösungen

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

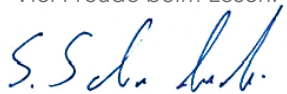
das Gesundheitswesen befindet sich im Umbruch. Damit wir den wachsenden Anforderungen bestmöglich gerecht werden, versuchen wir, den digitalen Wandel als Chance zu begreifen – denn wir möchten nicht nur um-, sondern auch aufbrechen!

Seit der Anbindung aller Akteure an die Telematikinfrastruktur, spätestens jedoch mit Beginn der Pandemie, hat die Digitalisierung ein neues Level erreicht. Gleichzeitig hat sich das Konsumverhalten verändert. Ob E-Rezept, pharmazeutische Dienstleistungen oder Videosprechstunde: Patientinnen und Patienten, Apothekenkundinnen und Apothekenkunden fordern zunehmend auch digitale Angebote und Services.

An all diese neuen Gegebenheiten muss sich die Apotheke vor Ort anpassen, um den Spagat zwischen Heilberuf und moderner Dienstleistung zu meistern und so langfristig Bestand im Markt zu haben. Unterstützt werden Apotheken durch das neue Digital-Gesetz. Wesentlicher Bestandteil: die assistierte Telemedizin. Apotheken sollen durch telemedizinische Leistungen wie der Videosprechstunde einen niedrigschwelligen Zugang zur Versorgung ermöglichen. Im Kontext des digitalen Wandels spielt auch das Berufsbild von PTAs eine wichtige Rolle, weshalb wir uns in dieser Ausgabe ebenfalls intensiv mit der Frage beschäftigen: Wie sieht der PTA-Beruf 2030 aus?

Tauchen Sie ein in die Themen der diesjährigen expopharm und die Perspektiven, die uns die Gegenwart bietet. Perspektiven für mehr Zukunftssicherheit und den Aufbruch der Apotheke vor Ort. CGM LAUER möchte Sie auf Ihrem Weg begleiten – mit gesundem Optimismus, kreativen Geschäftsideen und innovativen Lösungen.

Viel Freude beim Lesen!

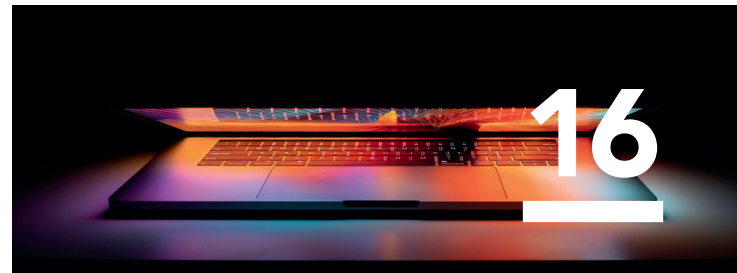


Stefan Schadowski

Geschäftsführer CGM LAUER



Inhalt.



CompuGroup
Medical

04 | Take It to Make It: Take a Chance to Make a Change.

Im Gesundheitswesen halten derzeit viele neue Trends Einzug. Für Apotheken, die diese Trends frühzeitig erkennen und nutzen, halten sie Erfolgspotenzial für die Stärkung der eigenen Wettbewerbsposition parat.

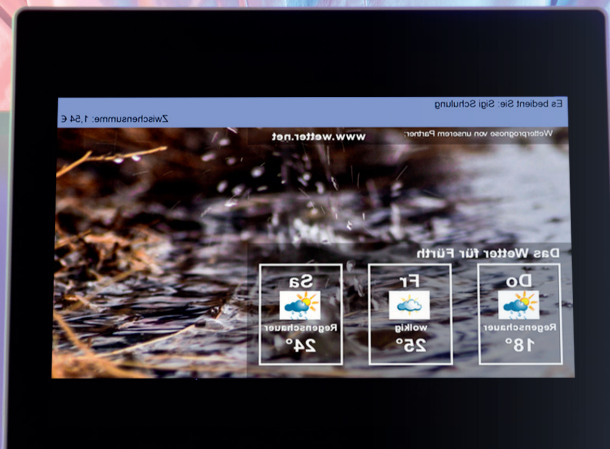
12 | Über Geld spricht man nicht, oder?

Gerade in schweren Zeiten ist kundenorientiertes und wirtschaftliches Handeln für den Fortbestand der Apotheke das A und O. In der Regel gibt es immer Ansatzpunkte, um den Apothekenbetrieb noch effizienter zu machen.

16 | Wie sieht der PTA-Beruf in Zukunft aus?

Die Anforderungen an den Beruf PTA sind heute viel höher als noch vor fünfzig Jahren. Das Berufsbild hat sich stark gewandelt. Eines bleibt gleich: Der Kunde steht im Mittelpunkt.

Take It Take a Make a



to Make It: Chance to Change.

Die Gesundheitsbranche steckt mitten im Wandel. Zwischen Digitalisierung, gesundheitsorientiertem Lifestyle und globalen Entwicklungen versuchen Einrichtungen des Gesundheitswesens zwischen Politik, Alltag und Wohl von Patientinnen und Patienten einen sicheren Weg in die Zukunft zu finden. Wir geben vier Tipps, wie Apotheken vor Ort Trends der Zeit als Chance nutzen können, um einen zukunftsfähigen Wandel anzustoßen. Empower your Pharmacy. Brechen wir auf in die Zukunft Ihrer Apotheke.

Take a Chance: Konnektivität

Konnektivität – die Vernetzung auf Basis digitaler Infrastrukturen geht Hand in Hand mit dem gesellschaftlichen Wandel des 21. Jahrhunderts. Leben, Arbeiten und Wirtschaften werden durch vernetzte und vernetzende Kommunikationstechnologien deutlich verändert und verlangen neue Kompetenzen von Individuen und Unternehmen durch veränderte Rahmenbedingungen. Menschliche Grundbedürfnisse wie Vertrauen und Sicherheit werden mit fortschreitender Vernetzung immer relevanter für digitale Geschäftsmodelle, Produkte und Dienstleistungen.

Make a Change: digital & real

Die Mischung macht's: persönliche Beratung, Nähe und Glaubwürdigkeit gepaart mit digitalen Dienstleistungen. Apotheken vor Ort haben beste Voraussetzungen, den Megatrend Konnektivität als Chance für den Change der Apotheke zu nutzen. Persönliche Beratung muss in Zukunft nicht nur in der Offizin stattfinden. Vernetzende Angebote zur **Videoberatung** ermöglichen die Ausdehnung persönlicher Dienstleistungen auf digitale Kanäle. Kundinnen und Kunden könnten per Smartphone Rückfragen zu Einnahmen stellen oder Beratung zur Handhabung von Produkten erhalten. Das Einlösen von **E-Rezepten** und die Belieferung per **Botendienst** können ebenfalls als Möglichkeit digital-real genutzter Services lokaler Apotheken aufgegriffen werden.

Take a Chance: Individualisierung

Individualisierung – Selbstverwirklichung innerhalb einer einzigartig gestalteten Individualität spiegelt das zentrale Kulturprinzip der aktuellen Zeit. Das „Ich“ im Kontext von Beziehungen rückt deutlicher als das solitäre „Ich“ in den Mittelpunkt. Angetrieben wird dieser Kontextwechsel durch die Zunahme persönlicher Wahlfreiheiten und individueller Selbstbestimmung. Die Wechselwirkungen zwischen Individuum und Umwelt werden in Zukunft immer relevanter.

Make a Change: personalisierte Medizin

Angebot und Nachfrage: Mit erhöhtem Wunsch zu personalisierter Medizin können Apotheken vor Ort den Trumpf persönlicher Betreuung weiter ausbauen. Neben den honorierten **pharmazeutischen Dienstleistungen** zur individualisierten Beratung bei bestimmten Krankheitsbildern können Apothekenteams sich als Partner in sämtlichen Gesundheitsfragen positionieren. Gesundheit beginnt heute nicht erst mit Krankheit, sondern ist zu einem eigenständigen und relevanten Lifestylethema inklusive Prävention und Healthy-Living-Mentalität herangewachsen. Neben **individuellen Rezepturen** (verschreibungspflichtig oder frei verkäuflich) können Apotheken ihre Funktion als Ratgeber bei Themen wie Ernährung, Sport und Prävention ausbauen. Damit kommen sie dem Wunsch entgegen, dass der Mensch mit seinen spezifischen Merkmalen im Mittelpunkt steht.

Take a Chance: Globalisierung

Globalisierung – die Weltbevölkerung wächst zusammen, wesentlich getrieben von der Gesellschaft und nicht mehr allein von Politik und Wirtschaft. Die steigende Relevanz von Offenheit, Akzeptanz und Diversität führt zu neuen globalen Solidaritätsbewegungen. Der Erfolg der Globalisierung liegt insgeheim in der Glokalisierung: der Adaption oder Einbeziehung lokaler Gegebenheiten als Teil der Globalisierung. Spätestens der Umgang mit und die Erkenntnisse der Covid-19-Pandemie haben bewiesen, dass globale Vernetzung mit lokal verankerten Maßnahmen einander begünstigen.

Make a Change: globale Kooperationen

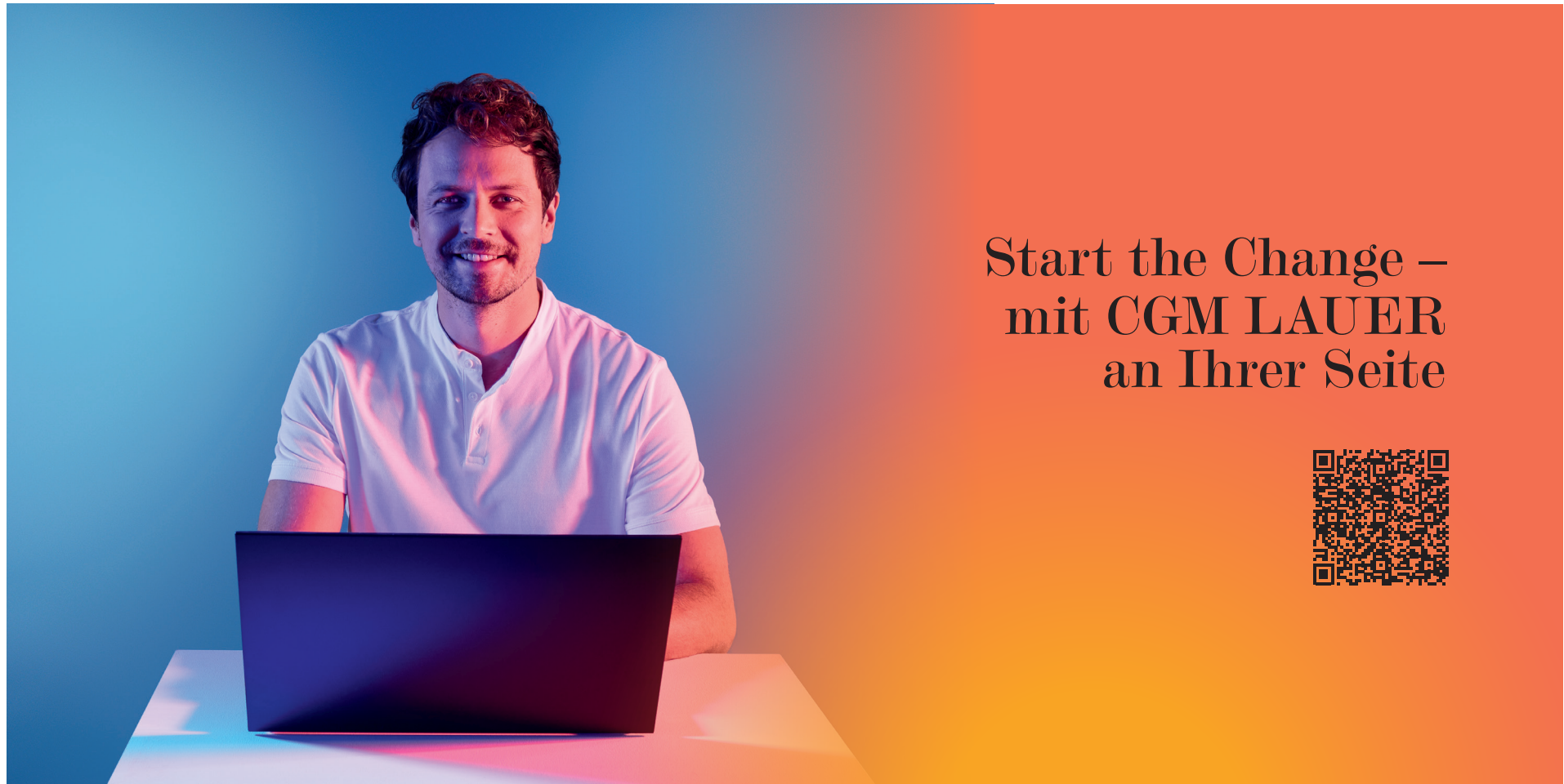
Voneinander profitieren: Apotheken vor Ort müssen sich nicht allein gegen die Online-Konkurrenz behaupten. Genossenschaftliche Vereinigungen, Apotheken-Netzwerke oder medizinische Versorgungszentren kombinieren das Beste aus zwei Welten: lokale Verlässlichkeit, Vertrauen und Nähe mit überregionalem Einfluss, einer vielfältigen Angebotspalette und neuester Technologie. Insbesondere bei drohenden Lieferengpässen können Apothekenverbände ihre **Warenwirtschaft** miteinander verbinden oder einen **zentralen Botendienst** zur besseren Distribution der Arzneimittel etablieren. Das zusätzliche Angebot eines **Online-Shops** in Verbindung mit **Same Day Delivery** durch den Botendienst stärkt die Kundenbindung.

Take a Chance: New Work

New Work – Wandel zu neuen Arbeitsstrukturen mit Fokus Kollaboration, Remote-Work und Work-Life-Balance. Die Unterteilung zwischen Arbeit und Freizeit wird bei New Work nicht mehr so stark vorgenommen wie noch vor einigen Jahren. Überstunden, Konkurrenzdruck und Präsenzzeiten gelten nicht mehr als zukunftsfähig. Flexible Arbeitsplatzmodelle gewinnen immer mehr an Beliebtheit und etablieren eine neue Arbeitskultur.

Make a Change: mobiles Arbeiten

Attraktivität steigern: Um den Fachkräftemangel abzumildern, können lokale Apotheken ihre Position als Arbeitgeber mit dem Angebot des mobilen Arbeitens stärken. Über die Verknüpfung einer **Mobile Work Station** zur Apothekensoftware können bequem von zuhause aus zahlreiche Aufgaben erledigt werden. Darunter fallen zum Beispiel Urlaubs- und Personaleinsatzplanung, Buchführung, QMS, Marketing, Einkauf, Rezeptkontrolle und viele weitere. Auch **Weiterbildungen** können vom Home Office aus erledigt werden und steigern die Attraktivität als moderner Arbeitgeber.



Start the Change –
mit CGM LAUER
an Ihrer Seite



Digitalisierung: Was sich Kunden wünschen

E-REZEPT, VIDEOSPRECHSTUNDE UND MEHR



In der Gesundheitsbranche halten digitale Technologien Einzug. Patientinnen und Patienten schätzen die Services – auch von ihrer Apotheke. CGM LAUER unterstützt die Apothekenleitung mit passgenauen Lösungen.

Schnell mal einen Tisch im Restaurant reservieren, Kinotickets erwerben oder mit Freunden chatten: Unser Leben ist mit digitalen Tools angenehmer denn je geworden. Sie bringen Menschen mehr Flexibilität im Alltag. Kein Wunder, dass auch Patientinnen und Patienten entsprechende Wünsche bei der Gesundheitsversorgung haben. Die Präferenzen gehen in Richtung digitaler Services, wie eine Umfrage der apoBank ergeben hat.

Online recherchieren, online kommunizieren

Die Ergebnisse: 72 Prozent aller Teilnehmerinnen und Teilnehmer recherchieren online zu Krankheitssymptomen beziehungsweise zu Therapien. Und 52 Prozent schätzen Gesundheitstipps aus dem Web. Bei der Arztwahl verlassen sich Patientinnen und Patienten zwar oft auf Tipps von Bekannten oder Freunden (73 Prozent) beziehungsweise auf Empfehlungen anderer Ärztinnen und Ärzte (50 Prozent). Digitale Strategien sind aber auch hier stark im Kommen. Homepages (32 Prozent) oder Bewertungsportale (30 Prozent) gelten als wichtige Entscheidungskriterien. Bei der Generation Y sind es sogar 44 Prozent beziehungsweise 43 Prozent.

Nach Möglichkeiten der Kommunikation mit der Arztpraxis gefragt, nannten 68 Prozent klassisch das Telefon, gefolgt von Videochats (56 Prozent), E-Mails (50 Prozent) oder Text-Chats wie WhatsApp (35 Prozent). Inhaltlich ging es zwar um Kontakte zur Ärztin oder zum Arzt. Doch die Trends zeigen klar, was sich Kundinnen und Kunden perspektivisch auch von ihrer Apotheke wünschen. Die Welt wird digital.

Jedoch sehen 83 Prozent bei dem Thema viel Nachholbedarf – und 56 Prozent hoffen, dass moderne Technologien ihren Zugang zu pharmazeutischen oder medizinischen Dienstleistungen erleichtern können. Damit ist klar, wohin die Reise gehen wird, auch für Apotheken.

Gut zu wissen:

Mit CGM LAUER und CLICKDOC haben Apotheken die Möglichkeit, die digitale Patientenreise vollständig zu unterstützen. Durch die Kombination von digitaler Bestandsinformation und Zuweisung von E-Rezepten, zusätzlichem digitalen OTC-Verkauf und Auslieferung per Botendienst kann der Kundenservice insgesamt verbessert werden. Mehr unter folgendem QR-Code:



Digitale Patientenreisen – längst keine Zukunftsmusik mehr

Schon heute schätzen viele Menschen digitale Tools, um medizinisch oder pharmazeutisch bestmöglich versorgt zu werden. Ein Bericht aus der Praxis: Ulrike Müller (24, Sportstudentin) hat sich beim Training verletzt. Sie vereinbart via CLICKDOC noch am gleichen Abend einen Termin für den nächsten Tag. Das gelingt mit wenigen Klicks online, außerhalb der telefonischen Erreichbarkeit der Praxis. Ihre Hausärztin nutzt CLICKDOC VIDEOSPRECHSTUNDE für das Gespräch. Schnell wird klar, dass Müller zum Röntgen muss. Gegen die Schmerzen und gegen die Entzündung erhält sie sofort per E-Rezept eine Verordnung. Über ihre CLICKDOC-APP bestellt sie das Präparat bei einer Apotheke in der Nähe – und der Botendienst bringt es bis an ihre Haustür. SmartCourier® unterstützt Apothekenteams bei der Planung von Botendiensten. Sie können ihren Kunden komfortabler denn je Lieferungen am gleichen Tag anbieten – und dank des Echtzeit-Trackings sogar eine ungefähre Ankunftszeit nennen. Das erspart Kunden zusätzliche Wege und bietet mehr Komfort. Sie schätzen aber auch digitale Bons für ihr Smartphone statt der lästigen Kassenzettel aus Papier. Die Belege werden über einen QR-Code mit der Smartphone-Kamera direkt am Kassenterminal gescannt.

Ulrike Müllers Erfahrungen zeigen, wie digitale Technologien nahtlos ineinandergreifen und die Versorgung optimieren. Für Apotheken werden innovative Tools zum Game Changer, um Kundinnen und Kunden bestmöglich zu versorgen.

Pharmazeutische Dienstleistungen anbieten

Dazu gehören auch pharmazeutische Dienstleistungen (pDL) – eine Möglichkeit, um neue Zielgruppen zu erschließen. Zwar hat der Gesetzgeber einen klaren Rahmen abgesteckt: Er vergütet die Medikationsberatung bei Polymedikation, die pharmazeutische Betreuung von Organtransplantierten oder von Menschen mit oraler Antitumortherapie, die Risikoerfassung bei Hypertonie beziehungsweise die Einweisung in die korrekte Arzneimittelanwendung mit Üben der Inhalationstechnik. Nur wie erfahren Kundinnen und Kunden von diesen wichtigen Services?

Ein klarer Fall für CGM LAUER: CGM GENIUS® TV informiert Kundinnen und Kunden direkt in der Offizin. Und WINAPO® ux unterstützt das Apothekenteam dabei, anhand vorhandener Daten herauszufinden, wer von pDL profitiert. Mit CLICKDOC VIDEOBERATUNG können Apotheken Termine einstellen und speziell Beratungen zu inhalativen Therapien sogar online anbieten.



Jetzt in die Zukunft starten – mit CGM LAUER

Das Fazit: Patientinnen und Patienten haben klare Wünsche. Sie schätzen Services rund um ihre Arzneimittel von der Verordnung über die Beratung bis zur Lieferung – ein Trend, der für Inhaberinnen und Inhaber wichtiger denn je wird. WINAPO® ux ist das Herzstück Ihrer Apotheke. Alle Fäden rund um moderne Patientenservices laufen in diesem innovativen Warenwirtschaftssystem zusammen. Testen Sie WINAPO® ux, machen Sie Ihre Apotheke fit für die Zukunft!

QUELLEN

- (1) Statista-Onlinebefragung für die Deutsche Ärzte- und Apothekerbank
- (2) CGM LAUER: Vision 2022

CLICKDOC E-Rezept
Apotheke



Pharmazeutische
Dienstleistungen





Über Geld spricht man nicht, oder?

Die Gesundheitspolitik interessiert sich kaum für öffentliche Apotheken. Umso wichtiger ist, selbst die Initiative zu ergreifen: Inhaberinnen und Inhabern stehen heute zahlreiche Tools zur Verfügung, um sich als serviceorientierte, betriebswirtschaftlich erfolgreiche Apotheke zu positionieren. Sie selbst entscheiden, wohin die Reise geht – und wohin sie Kundinnen und Kunden mitnehmen.

NEUE ZIELGRUPPEN ERSCHLIESSEN – EFFIZIENT ARBEITEN

Seit Jahren verharrt die Apothekenvergütung auf niedrigem Niveau, während Sach- und Personalkosten stark ansteigen. Deshalb haben am 14. Juni 2023 bundesweit mehr als 12.000 Menschen demonstriert; rund 86 Prozent aller Apotheken blieben geschlossen. Bei der Bundespolitik kam das Signal nicht an. Im jetzt verabschiedeten „Gesetz zur Bekämpfung von Lieferengpässen bei patentfreien Arzneimitteln und zur Verbesserung der Versorgung mit Kinderarzneimitteln“ (ALBVVG) fehlen Strategien zur angemessenen Honorierung. Umso wichtiger ist, selbst die Initiative zu ergreifen. Innovative Tools von CGM LAUER unterstützen Apotheken dabei, effizienter denn je zu arbeiten, Zeit zu sparen und neue Zielgruppen zu erschließen. Einige Beispiele.

Digitaler Kassenbon: Gesteigerte Zeiteffizienz, Umweltfreundlichkeit inklusive

Mit dem digitalen Kassenbon, einer eigens entwickelten Lösung von CGM LAUER, können Sie Kundinnen und Kunden Kassenbons künftig digital und ohne Papierausdruck über das Kundendisplay von CGM GENIUS TV® zur Verfügung stellen. Auch beim digitalen Kassenbon wird der Abverkauf zunächst wie gewohnt in der Kasse erfasst. Kundinnen und Kunden können diesen dann entweder digital über die CLICKDOC-App einsehen. (Hierfür müssen Kundinnen und Kunden einen CLICKDOC-Account haben.) Alternativ scannen sie den auf dem Kundendisplay bereitgestellten QR-Code ein.

Durch die Nutzung des digitalen Kassenbons in WINAPO® sparen Sie Zeit und Geld. Gleichzeitig schonen Sie die Umwelt, da Papier, Holz und Wasser eingespart werden.

OTCs: den besten Preis finden

Auch in der Sichtwahl sind neue Strategien gefragt. Der beste Preis führt bei OTCs zum besten Umsatz, doch wo genau liegt der perfekte Wert? Solvena® TruePrice von CGM LAUER und InsightHealth optimiert Preise auf Knopfdruck. Grundlage ist ein Algorithmus, der Daten aus tausenden Apotheken in ganz Deutschland nutzt. Er bietet monatliche Aktualisierungen an; manuelle Optimierungen sind möglich. Alle neuen Preise können Sie direkt in Ihr Warenwirtschaftssystem übernehmen.

Lieferung bis an die Haustür – aber effizient

Ihre Kundinnen und Kunden schätzen guten Service. Dazu gehören neben Ihrer Beratung auch Botendienste. Als Herausforderung bleibt, Fahrten bestmöglich zu planen: ein klarer Fall für SmartCourier® von CGM LAUER. Die smarte Botendienst-Software optimiert Ihre Routen, auch für Fahrräder oder für LKWs. Anhand des Echtzeit-Trackings sehen Sie die voraussichtliche Ankunftszeit der Lieferung bei Kundinnen und Kunden. Rezeptabholaufträge können Sie ebenfalls anlegen, inklusive der Öffnungszeiten von Arztpraxen.

Pharmazeutische Dienstleistungen anbieten – neue Zielgruppen erschließen

Auch pharmazeutischen Dienstleistungen (pDL) gehören zu den neuen Services; damit lassen sich Umsatzpotenziale heben. Momentan können Sie fünf dieser Services mit 11,20 Euro bis 90,00 Euro abrechnen. In pDL stecken große Potenziale. Digitale Lösungen unterstützen Sie bei allen Teilschritten.

Das geht so: CGM GENIUS® TV informiert Ihre Kundinnen und Kunden direkt in der Offizin über das Angebot. Und mit WINAPO® identifizieren Sie Personen, die von pDL profitieren – etwa, um sie direkt am HV-Tisch anzusprechen. Speziell die Inhalationsberatung können Sie per Videoberatung durchführen. CLICKDOC VIDEOBERATUNG bietet dafür eine bequem zu bedienende, DSGVO-konforme Umgebung an. Und bei der Abrechnung unterstützt Sie die WINAPO®-Kasse.

WINAPO® ux: alle Tools auf einer Plattform

Die Beispiele zeigen: Apothekerinnen und Apothekern stehen heute zahlreiche innovative Tools zur Verfügung, um effizienter zu arbeiten und Potenziale zu heben. Das Warenwirtschaftssystem WINAPO® ux bildet alle wichtigen Prozesse im Apothekenalltag durchgängig auf einer Oberfläche ab. Auf die Module zur Preisoptimierung und zum zentralen Botendienst können Sie auch direkt zugreifen. Damit wird WINAPO® ux zur individuellen Schaltzentrale Ihrer Apotheke.

Sie sind noch unsicher, ob WINAPO® ux zu Ihnen passt? Testen Sie das durchdachte Warenwirtschaftssystem mit einem unserer Kennenlern-Angebote – und starten Sie noch heute in die Zukunft Ihrer Apotheke!

Neugierig geworden?

Im Web finden Sie alle wichtigen Informationen zu WINAPO® ux und zu den Tools für serviceorientierte Apotheken:



Softwarewechsel? (K)Eine leichte Entscheidung

Was macht eine gute Apothekensoftware aus? Diese Frage haben wir mit Apotheker Ferhan Toprak, Inhaber der Wandsbeker Apotheke in Hamburg, besprochen. Auch er hat sich diese Frage vor nicht allzu langer Zeit gestellt und sich dann für WINAPO® von CGM LAUER entschieden. Im Interview erklärt er, warum es letztlich eine einfache Entscheidung war. Das lag auch an Filipe Machado. Der Vertriebspezialist von CGM LAUER hat ihn bei der Entscheidung und beim Wechsel immer gut beraten.

Neue Herausforderungen

Um sich gegen den Online-Wettbewerb durchzusetzen, werden für die Apotheke vor Ort Service-Angebote und neue Dienstleistungen immer wichtiger. Auch Apotheker Ferhan Toprak kann diese Veränderung im Apothekenalltag immer wieder beobachten. Für ihn hat die Apotheke vor Ort zwei klare Vorteile: Schnelligkeit und eine gute Beratung. „Die Stärke der Apotheke vor Ort ist, dass man schnell seine Medikamente abholen kann. Im Online-Handel dauert das häufig länger“, erklärt er. „Wer aber Kopfschmerzen hat, der braucht seine Kopfschmerztabletten sofort und nicht erst zwei Tage später.“

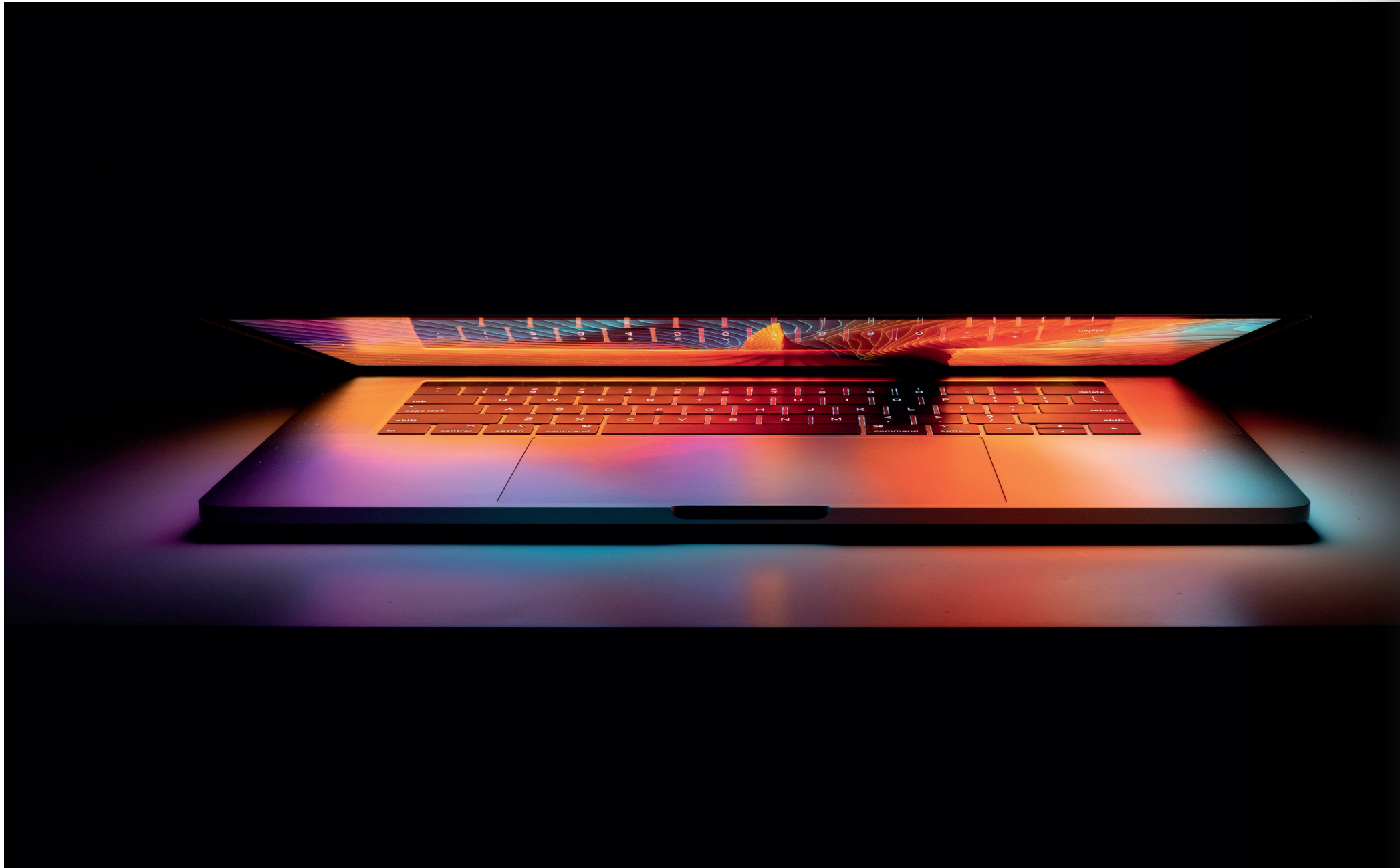
Die richtige Apothekensoftware

Ferhan Toprak hat den ersten Schritt in die Zukunft bereits gewagt und die Apothekensoftware gewechselt. In seiner Hamburger Apotheke setzt er jetzt auf die Systeme von CGM LAUER, insbesondere auf WINAPO®. Für ihn sei nicht der Preis das entscheidende Kriterium bei der Auswahl gewesen, berichtet der Apotheker, sondern vielmehr die Zeit, die die Software ihm und seinem Team im täglichen Betrieb einspart. Neben einer einfachen und schnellen Bedienung waren rechtskonforme Prozesse und ein guter Service weitere zentrale Entscheidungskriterien.

Attraktive Wechslerangebote

Für den Apotheker ist klar: „CGM LAUER ist der Löwe im Dschungel.“ Die Entscheidung zugunsten der Apothekensoftware WINAPO® wurde ihm besonders leicht gemacht durch ein attraktives Wechslerangebot. Von der Beratung über die Installation bis hin zu Schulungen in der Apotheke – die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von CGM LAUER unterstützen Apothekenteams von der ersten Minute an. Ferhan Toprak wurde während der Entscheidungsfindung und des Wechsels von Vertriebspezialist Filipe Machado kompetent und zuverlässig beraten. Das Fazit des Apothekers: Er ist rundum zufrieden mit CGM LAUER als Partner an seiner Seite.





PERSPEKTIVEN 2030:

Wie sieht der PTA- Beruf in Zukunft aus?

Pharmazeutisch-technische Assistentinnen und Assistenten sind für den Apothekenbetrieb wichtiger denn je; schon heute gehen die meisten Kundenkontakte über PTAs. Doch wie könnten sich die Ausbildung und die Tätigkeit verändern? Eine Zeitreise.

Pharmazeutisch-technische Assistentinnen und Assistenten gibt es seit 55 Jahren. Der Beruf wurde im Jahre 1968 aufgrund einer Neuordnung der Apothekerausbildung geschaffen. Damals ist der Assistenzberuf Apothekerassistentin/Apothekerassistent weggefallen.

Über die Jahrzehnte hinweg hat sich viel getan – in pharmazeutischer, technologischer und gesundheitspolitischer Hinsicht. Ein Ende des Trends zeichnet sich nicht ab. Im Gegenteil: Öffentliche Apotheken verändern sich rascher denn je – und damit auch der Beruf der PTAs. Was könnte sich bis 2030 getan haben?

Moderner Beruf, moderne Ausbildung

Das beginnt schon bei der Ausbildung. Die Zeiten ändern sich, und die Tätigkeiten ändern sich ebenfalls. Information und Beratung gewinnen immer stärker an Bedeutung; Rezeptur, Defektur, Labor, Teedrogen und viele andere Bereiche verlieren im Gegenzug an Relevanz. Dem muss eine moderne Fachausbildung Rechnung tragen.

Doch reicht das wirklich aus? Wohl kaum. Manche Expertinnen und Experten fordern, die Ausbildung auf drei Jahre zu verlängern – oder gar als Fachhochschulstudium neu zu konzipieren, wie dies schon heute beim Pflegestudium oder beim Hebammenstudium der Fall ist. Diese Akademisierung – vielleicht erreicht sie Deutschland bis 2030 – brächte PTAs etliche Vorteile im Vergleich zum Status quo.

Kompetenzen und Befugnisse erweitern

Seit 1. Januar 2023 arbeiten PTAs laut Gesetz zwar „unter Verantwortung“, aber nicht mehr „unter Aufsicht“ einer Apothekerin oder eines Apothekers. Die Verpflichtung kann bei einzelnen Tätigkeiten ganz entfallen. Dazu gehören die Herstellung von Rezeptur- arzneimitteln, die Herstellung und Prüfung von Defekturarzneimitteln, die Prüfung von Ausgangsstoffen, von Fertigarzneimitteln und Medizinprodukten beziehungsweise die Abgabe von verschreibungspflichtigen Arzneimitteln. Dennoch wäre eine Reform im Sinne einer Akademisierung mehr als wünschenswert, um Befugnisse stärker zu erweitern.

Zu möglichen Kompetenzen gehört auch, die Apothekenleitung zeitlich befristet zu vertreten. Denn bis 2030 werden alle bislang neben Approbierten vertretungsberechtigten Berufsgruppen, sprich Pharmazieingenieure und Apothekerassistenten, in Rente sein. Um den Apothekenbetrieb aufrecht zu erhalten, sind solche Anpassungen dringend erforderlich.

Pharmazeutische Dienstleistungen – auch in der Hand von PTAs

Mit FH-Abschluss oder erweiterter Ausbildung könnten sich PTAs auch stärker als bislang in pharmazeutische Dienstleistungen einbringen. Derzeit sind nur die standardisierte Risikoerfassung bei Hypertonie und die standardisierte Einweisung in die korrekte Arzneimittelanwendung bei inhalativen Pharmaka in ihrer Hand.

Die erweiterte Medikationsberatung bei Polymedikation, die pharmazeutische Betreuung von Organtransplantierten und die pharmazeutische Betreuung bei oraler Antitumortherapie dürfen bislang nur Approbierte ausführen – vielleicht wendet sich das Blatt bis 2030.

Digital auf der Überholspur – mit der PTAs.

Auch bei modernen Technologien haben der PTAs. klar die Nase vorn, vor allem, wenn sie zur Generation Z gehören. Junge Menschen, die nach 1995 geboren worden sind, gehören zur ersten Generation, die praktisch ihr gesamtes Leben in einer digitalisierten Welt verbracht hat. Sie sind in einer Zeit des rasanten technologischen Fortschritts und des breiten Zugangs zum Internet aufgewachsen. Smartphones, soziale Medien und digitale Technologien prägen ihr Leben, speziell ihr Kommunikationsverhalten.

Für PTAs heißt das: Bis 2030 sind E-Rezepte der Standard. Und viele Apotheken bauen den Botendienst weiter aus. Bei der Beratung setzen sie auf telepharmazeutische Lösungen, außerdem auf sichere Chats. Ist für Gespräche mehr Zeit erforderlich, vereinbaren Kundinnen oder Kunden vorab einen Termin – nicht per Telefon, sondern online.

Respektvoller Umgang, angemessene Bezahlung

Übernehmen PTAs mehr Tätigkeiten und mehr Kompetenzen, bedeutet das aber auch, über Geld zu sprechen. Tarifgehälter zwischen rund 2.350 Euro und rund 3.000 Euro bilden neue Aufgaben nicht hinlänglich ab. Im Jahr 2030 werden neue Gehaltsmodelle dafür sorgen, dass Einkommen zu deutlich umfangreicheren Tätigkeiten passen. Dann haben PTAs auch bessere Möglichkeiten, innerhalb der Apotheke – oder innerhalb des Filialverbunds – Karriere zu machen.

Doch Gehälter sind nur ein Aspekt. Um zufrieden zu sein, wünschen sich Angestellte nicht nur stimulierende, sinnvolle Aufgaben, sondern auch ein harmonisches Betriebsklima. Apothekenleiterinnen und Apothekenleiter werden mehr und mehr zu Führungskräften, die jenseits ihrer pharmazeutischen und betriebswirtschaftlichen Expertise ein Team leiten. Ihre Rolle als Führungskraft wird wichtiger denn je.

Bleiben Sie und Ihre PTAs immer auf dem aktuellen Stand, mit dem umfangreichen Schulungsangebot von CGM LAUER:
learning.cgm.com



HERAUSGEBER

LAUER-FISCHER GmbH
Dr.-Mack-Straße 95
90762 Fürth

REDAKTION

Marie Erdmann, Julia Girnus,
Nicole Graf, Beata Luczkiewicz,
Sebastian Riechert, Heike
Speier, Michael van den Heuvel
(extern)

LAYOUT

Sina Huder

IMPRESSUM

vision



CGM LAUER
Apothekenlösungen

LAUER-FISCHER GmbH

Dr.-Mack-Straße 95 | 90762 Fürth

T +49 (0) 911 7432-0 | F +49 (0) 911 7432-100

info.lauer@cgm.com

cgm.com/lauer

„Niemand soll leiden
oder gar sterben, nur weil einmal
irgendwann, irgendwo eine
medizinische Information
fehlt.“

*Frank Gotthardt
Gründer und CEO*