Offizin+

IMPULSE FÜR DIE APOTHEKE VOR ORT

Nr. 1/23

Schwerpunkt

Personalmanagement

Deutscher
Apotheker Verlag

Apotheke & Wirtschaft

21. April 2023

Im Rahmen der INTERPHARM 2023 – live im Internet

Jetzt Tickets sichern!

INTER PHARM

Deutscher Apotheker Verlag

Tickets und Informationen:
interpharm.de

09:00 – 09:15 Uhr
Begrüßung
Dr. Hubert Ortner, Chefredakteur AWA – APOTHEKE & WIRTSCHAFT, Stuttgart

09:15 – 09:40 Uhr
Impulsvortrag: „Herr Habeck, sparen Sie uns nicht zu Tode!"
Dr. Kai Christiansen, Apothekerkammer Schleswig-Holstein

09:50 – 10:45 Uhr
Podiumsdiskussion: Wie viel Geld brauchen deutsche Apotheken, wie viele Apotheken braucht Deutschland?
Dirk Heidenblut, MdB & Verantwortlicher für Apothekenfragen im Gesundheitsausschuss, **Cosima Bauer,** May und Bauer GbR, Rheinbreitbach, **Apotheker Prof. Reinhard Herzog,** Tübingen, **Dr. Kai Christiansen,** Apothekerkammer Schleswig-Holstein

10:45 – 11:00 Uhr Pause

11:00 – 12:00 Uhr
Ausblick Apothekenmarkt: Praxisnahe Hochrechnungen gegen teuren Blindflug
Apotheker Prof. Reinhard Herzog, Tübingen

12:00 – 12:45 Uhr
Volkswirtschaftliche Kosten-/Nutzenrechnung pharmazeut. Dienstleistungen
Prof. Dr. rer. pol. Uwe May, May und Bauer GbR, Rheinbreitbach

12:45 – 13:30 Uhr Mittagspause

13:30 – 14:10 Uhr
Mehr denken, weniger malochen: Aus dem Hamsterrad in die Unternehmerrolle
Axel Witte, RST Beratung, Essen

14:10 – 14:30 Uhr
Best Practice I: Mein Ausstieg aus dem Hamsterrad
Roland Rudolf, Vital Apotheke Dresden

14:30 – 14:45 Uhr Pause

14:45 – 15:30 Uhr
Inside gematik: Wo und wie die digitalen Weichen gestellt werden
Mark Langguth, TI-Berater und früherer Gematik-Abteilungsleiter Digitalisierung in der Apothekenpraxis

15:30 – 15:45 Uhr Pause

15:45 – 16:35 Uhr
Podiumsdiskussion: Best Practice II: Nutzen für die Apothekenpraxis aus der Digitalisierung ziehen
Isabell Müller Duve, Tauben-Apotheke, Braunschweig, **Gerrit Nattler,** ELISANA Apotheken, Gelsenkirchen, **Mark Langguth,** TI-Berater und früherer Gematik-Abteilungsleiter

16:35 – 16:45 Uhr
Verabschiedung
Dr. Hubert Ortner, Chefredakteur AWA – APOTHEKE & WIRTSCHAFT, Stuttgart

Ticket Apotheke & Wirtschaft, 21. April 2023: € 248,–

Programmänderungen vorbehalten

SCHLÜSSELFAKTOREN

„Welche sind die 5 wichtigsten Kriterien bei der Arbeitgeberwahl?“

Quelle: Employer Brand Research 2022, Bericht Deutschland

HOMEOFFICE

69 %

erwarten eine Mischung aus Homeoffice/mobilem Arbeiten (20-80 %) und Arbeit in den Räumlichkeiten des Arbeitgebers.

„Wenn Sie einen Blick auf die Zukunft werfen, was glauben Sie, wie viel IhrerArbeitszeit voraussichtlich mobil oder im Homeoffice sein wird?“

Quelle: Employer Brand Research 2022, Bericht Deutschland

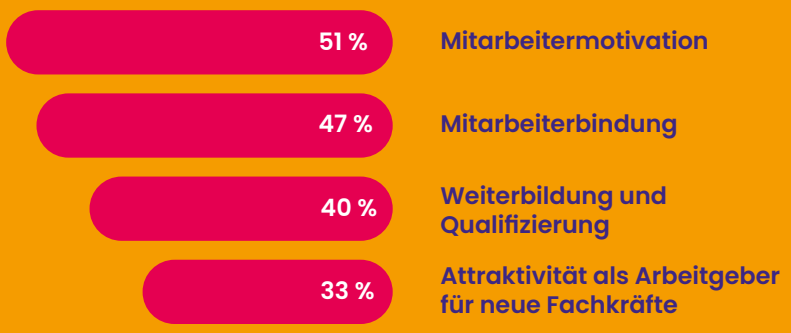
25 %

denken, dass sie mindestens 90 % ihrer Zeit im Homeoffice/mobil arbeitend tätig sein werden.

WETTBEWERBSFÄHIGKEIT

„Wo sehen Unternehmen das größte Entwicklungspotenzial?“

Studie: „Wettbewerbsfähigkeit deutscher und französischer Industrieunternehmen“, 2021
Quelle: OpinionWay für Randstad In-house Services



Offizin+ Editorial

Wie kann man gutes Personal finden und binden? Was brauchen Mitarbeiter:innen von heute und morgen? Befragungen zufolge möchten sie sich entfalten und in die Unternehmensstrategie einbringen. Sie möchten gefordert, gefördert und motiviert werden. Klar sind Apotheken in der Regel kleinere Unternehmen und haben weniger Möglichkeiten als Pharmapartner aus der Industrie. Aber, laut Zukunftsinstitut Horx (Seite 20) punkten die Apotheken durch Persönlichkeit, durch individuelle Betreuung und als wichtiger Partner im Gesundheitsbereich. Haben wir das nicht bereits in Corona-Zeiten gezeigt? Unser Standing ist seitdem gewachsen und es ist noch viel Luft nach oben. Der Job in der Apotheke wird also lukrativer, nur müssen wir das auch bewerben. ABDA (Seite 12) und ADEXA (Seite 16) haben Ideen dazu. Doch ohne Motivation geht nichts! Schauen wir auf andere Branchen, beispielsweise die Automobilszene. Wie wird das neue oder das bestehende Personal gefördert? Ganz einfach, durch wertschätzende Anreize. Wer gut ist, bekommt Anerkennung. Auszubildenden erhalten beispielsweise einen hochwertigen Werkzeugkasten, wenn sie in der Prüfung eine 1,0 schaffen. Festangestellte bekommen für gute Leistungen einen Bonus. Welche „Werkzeuge“ geben Sie den „Neuen“ und „Alten“ an die Hand? Fortbildungen, Zusatzqualifikationen oder regelmäßige Gespräche zum Thema „berufliche Wünsche und Wirklichkeit“ sind Beispiele dafür.
In dieser Ausgabe finden Sie viele Ideen, in Sachen Personalmanagement neue Wege zu gehen. Umdenken ist mehr denn je Gefragt. ass wir das können, haben wir in den letzten drei Jahren bewiesen.
Viel Spaß beim Lesen dieser Ausgabe!

Ihre

Elke Engels
Chefredakteurin Offizin+

Kontakt zum Offizin+ Team:
eengels@deutscher-apotheker-verlag.de

Einstieg

3 Infografik
Was Ihr wollt!

4 Editorial

5 Inhalt

6 Marktübersicht
Tools für neues Personal!

7 Perspektiven

Machen!

8 Fachpersonal finden und binden
Weil ich Dir sage, wie gut Du bist!

Thema Personalmanagement

12 20 % mehr Personal sind noch zu wenig!
ABDA Präsidentin Overwiening: Perspektiven zur Personalfindung!

14 Burg-Apotheke Königstein
Indivduelle Rezepturen punkten

16 Personalnot In der Apotheke
Lösungsvorschläge der ADEXA

18 Außergewöhnliches
Flying Pharmacist

20 Vor-Ort-Apotheken werden gefragt bleiben!
Zunkunfsinstitut Horx prognostiziert gute Zeiten!

Weitermachen!

21 Durchstarten & Machen!

22 Checkliste
Personalprobleme waren gestern!

23 Kolumne
Geht es auch positiv?

23 Impressum

08

Fachpersonal finden und binden

Foto: © Art of Success/stock.adobe.com

Neue Mitarbeiter:innen wünschen sich Sicherheit, eine klare Definition der Unternehmensstrategie und Entfaltungsmöglichkeiten!

Personal finden

Homeoffice ist auch nach Corona attraktiv für neue Mitarbeiter:innen und auch in der Apotheke möglich. Programme zur Personalplanung erleichtern die Arbeitseinteilung.

Homeoffice **ECOS**	**Social Media** **Brickenkamp-PR**	**Personalplanung** **MEP24web**
Foto: © ECOS Technology GmbH	Foto: © Brickenkamp-PR	Foto: © mep24software.de
Beim mobilen Arbeiten ist Datenschutz essentiell. Mit den ECOS Fernzugangs-Lösungen können Mitarbeiter:innen von jedem beliebigen PC aus sicher und komfortabel auf die Unternehmens-Infrastruktur zugreifen. Der ECOS Secure-BootStick® ermöglicht einen hochsicheren VPN-Zugang zu Citrix Virtual Apps und Desktops, Microsoft Terminalserver, VMware View/ Horizon oder Webanwendungen aus einer gesicherten Umgebung heraus. So kann ein hochsicheres Homeoffice und mobiles Arbeiten für alle Mitarbeiter:Innen garantiert und organisatorische oder bürokratische Beratung oder Telepharmazie ortsungebunden umgesetzt werden.	Als Agentur für Gesundheitskommunikation, mit jahrelanger Erfahrung in der Öffentlichkeitsarbeit, bietet Brickenkamp-PR den niedergelassenen Apotheker:innen einen neuen Service an: das Social Media Management. Unterstützt werden Apotheken – neben der klassischer Pressearbeit – dabei, sich in den sozialen Medien zu positionieren, um Ihre Leistungsportfolios an die Kundschaft zu kommunizieren und bei potenziellen neuen Mitarbeitenden Aufmerksamkeit zu erregen. Authentische Social Media Kanäle und die Optimierung des Online-Auftritts können außerdem dabei helfen, sich im Apothekenmarkt hervorzuheben. Individuelle Beratung zählt zum Angebot.	In Zeiten der Personalnot sollte man clever planen, so dass das Personal ausgelastet, aber nicht überlastet ist. MEP24web hilft dabei. Der Tages-, Wochen- und Monatsplaner erleichtert tägliche Einteilung des Personals. Zusätzlich werden über den Event-Kalender wichtige Termine zentral festgehalten und für alle transparent gemacht, ebenso wie die Urlaubsplanung. Sehr hilfreich ist die unterstützende Bedarfsplanung. Wenn beispielsweise samstags mehr Kund:innen zu erwarten sind, kann das Personal entsprechend aufgestockt werden. Man kann zudem Mitarbeiter:innen mit bestimmten Qualifikationen entsprechend dem Bedarf einteilen.
www.ecos.de	**www.brickenkamp.de/social-media**	**www.mep24software.de**

KOMPLEMENTÄRMEDIZIN

Auch bei Schwerkranken gefragt!

Naturmedizin und Komplementärmedizin ist zunehmend mehr gefragt. Auch bei Schwerkranken, beispielsweise onkologischen Patient:innen. Aufgrund häufiger Anfragen von Patient:innen wurde die S3-Leitlinie Komplementärmedizin in der Behandlung von onkologischen Patient:innen erstellt. Bei vielen Optionen gibt es jedoch nicht genug wissenschaftliche Daten. Nichtsdestotrotz gibt es dann auch keine Negativbewertung. Reinschauen lohnt sich. Die Leitlinie ist eine große Unterstützung für Patient:innen, die neben ihrer Therapie andere Optionen nutzen möchten. Kommunizieren Sie dazu nicht nur mit Patient:innen, sondern auch mit Ihren umliegenden Ärzt:innen.

www.leitlinienprogramm-onkologie.de/fileadmin/user_upload/Downloads/Leitlinien/Komplement%C3%A4r/Version_1/LL_Komplement%C3%A4r_Langversion_1.1.pdf

NACHHALTIG

Klimaneutral punktet!

Klimaneutral wird von vielen Menschen als sehr wichtig bewertet, angefangen vom Personal, über die Kund:innen bis hin zu vielen Apothekenleiter:innen. Doch wie kann man die Emissionen der Apotheke herunterfahren? Es muss keine Komplettrenovierung her, aber kleine Dinge bewegen viel. Haben Sie umeltschonende LED-Leuchten? Wird jedes Dokument, das Sie ausdrucken gebraucht oder kann man es auch online abspeichern? Wie umweltfreundlich ist der Kühlschrank? Wäre Ökostrom möglich? Es gibt vieles, was man tun kann. Und Sie können Personal und Kund:innen mit einbeziehen. Starten Sie ein Umweltprojekt. Wald reinigen, Bäume pflanzen, Bonuspunkte für fahrradfahrendes Personal. Umdenken ist jetzt entscheidend!

www.akberlin.de/fileadmin/akb/%C3%96ffentlichkeitsarbeit/Dirk_Vongehr_Apothekerforum_21.pdf

PERSONAL

Wer kommt, wer geht?

Laut einer Umfrage des Instituts für Handelsforschung Köln gibt es vielseitige Gründe für die Personalnot. Wachsender Personalbedarf steht an erster Stelle. Eigentlich positiv. Platz 2 und 3 eher weniger. Hier hat das Personal gewechselt aufgrund besserer Arbeitszeiten bzw. besseren Konditionen in einer anderen Apotheke.

www.ifhkoeln.de/produkt/apokix-juni-2022/

APOTHEKENSTERBEN

19 Prozent in Bremen

Obwohl in Großstädten insgesamt ein durchschnittliches Apothekenwachstum von 3,2 Prozent ermittelt wurde, gibt es stark belastete Regionen. Bremen ist mit einem Rückgang von fast 19 Prozent am stärksten betroffen, gefolgt von Stuttgart (4,2 Prozent), Mönchengladbach und Bochum (je 3,6 Prozent).

www.acclifesciences.de/magazin/apothekensterben/

RENZ®
UNTERNEHMENSBERATUNG

100% BERATUNG & SERVICE

QS-SERVICE
QUALITÄT | ARBEITSSCHUTZ | DATENSCHUTZ

Sie suchen einen externen QM-Beauftragten & eine Rundum-Lösung für das Thema Qualitätssicherung?

Qualitätsmanagement in Apotheken ist seit 2009 unser Einsatzbereich (bundesweit).

Einfach online Vorabgespräch buchen...

www.renz-beratung.de

Foto: © Art of Success/stock.adobe.com

Fachpersonal finden und binden

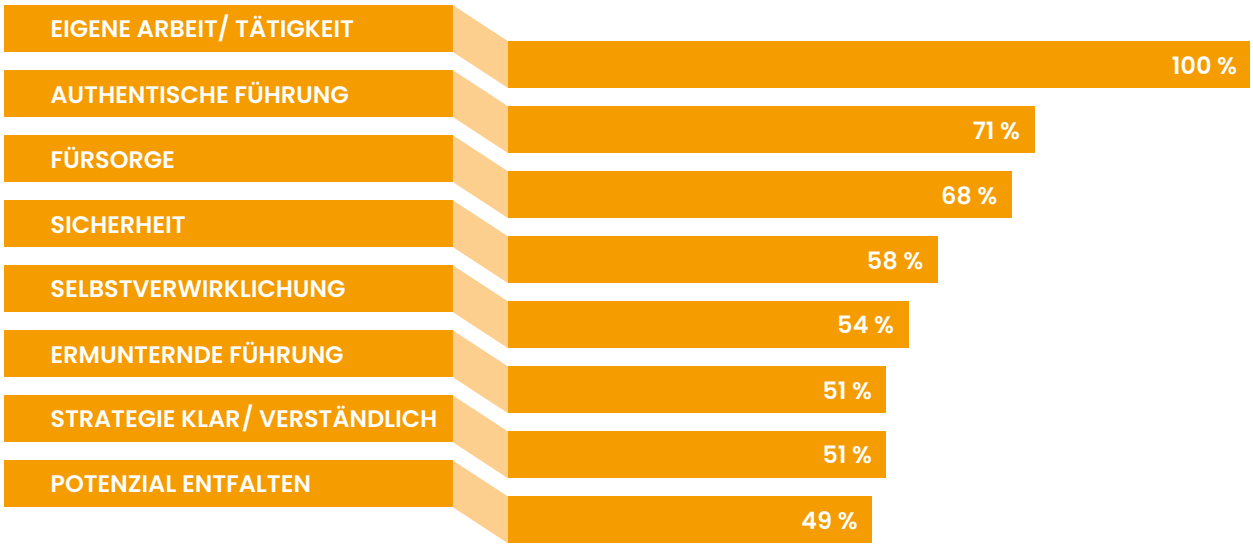
Fachkräftemangel ist in vielen Branchen derzeit ein großes Problem, die Apotheken trifft es jedoch ob der ständig steigenden Herausforderungen besonders hart. Zeit umzudenken, um das richtige Personal zu finden.

Angefangen von Pharmazeutischen Dienstleistungen oder E-Rezept bis hin zur digitalen Beratung oder Angeboten wie Impfungen oder Corona-Tests – ohne kompetentes Personal geht nichts. Aber: das Personal sollte auch zum Team passen. Doch wie findet man das? Es gibt viele Optionen, am Anfang steht jedoch die Frage: Was kann ich den „Neuen" bieten und wie kann ich die „alten" Mitarbeiter:innen halten? Was macht die Arbeitsplätze in der Vor-Ort-Apotheke attraktiver, als die in der Industrie oder in der Krankenhausapotheke? Eine aktuelle Statista-Umfrage aus dem Jahr 2022 mit 3.727 Befragten beleuchtete die wichtigsten Kriterien von Arbeitnehmer:innen an einen attraktiven Arbeitsplatz. Es wurden unterschiedliche Generationen befragt. Dabei werden mit „Gen Z" Personen bezeichnet, die zum Zeitpunkt der Erhebung zwischen 18 und 25 Jahren alt waren. Millennials sind Befragte zwischen 26 und 41 Jahren. Gen X umfasst Menschen zwischen 42 und 57 Jahren, das Alter der (Baby)-Boomer liegt zwischen 58 bis 64 Jahren. Bei allen Generationen war Arbeitsplatzsicherheit ein wichtiges Kriterium, gefolgt von attraktivem Gehalt, Homeoffice und Standort.[1]
Bei einer weiteren Umfrage mit Student:innen kamen noch Argumente wie Arbeitsklima, Spaß und Erfüllung, sowie Work-Life-Balance hinzu.[2]

So wird der Arbeitsplatz attraktiv

Mit dem Gehalt, was die Industrie zahlt, können die Apotheken nicht mithalten, dafür aber mit einem sicheren Arbeitsplatz, Spaß und Erfüllung und einem guten Arbeitsklima. Und auch bei der Work-Life-Balance können die Niedergelassenen punkten. Wichtig ist, dass die Apotheken bereits auf der Website kommunizieren, was ihnen wichtig ist und welche Inhalte und Werte im Team gelebt werden. Denn bevor sich jemand auf eine Stellenausschreibung bewirbt, informiert er sich erst einmal über die Apotheke. Hier kann man auch direkt, unter der Rubrik Karriere, Stellenanzeigen einstellen und die Benefits beschreiben. Doch wie sollte das kommuniziert werden und was könnte neues Personal begeistern?
Die Studie „Wettbewerbsfaktor Mensch", durchgeführt von Unternehmensberaterin Wiebke Köhler und Ingo Hamm, Professor für Wirtschaftspsychologie, an der Hochschule Darmstadt, befasst sich mit genau diesem Thema. Befragt wurden 1.100 Mitarbeiter:innen unterschiedlicher Unternehmen, Branchen, Hierarchien und Altersgruppen. Zu den acht wichtigsten Begeisterungsfaktoren zählten nicht, wie man vielleicht erwartet hätte, Offenheit, Toleranz oder Fehlerkultur, sondern vielmehr eine authentische Führung mit Vorbildfunktion, Fürsorge in Bezug auf berufliche Weiterbildung und ein sicherer Arbeitsplatz. Ganz wichtig war allen Befragten eine Tätigkeit, die den eigenen Kompetenzen und Interessen entspricht, was dann zu Spaß und Erfüllung beiträgt. Wer also beispielsweise gerne Rezepturen herstellt, sollte dafür auch eingesetzt werden. Wer gerne berät, sollte überwiegend am HV-Tisch arbeiten, und wer sich beim Qualtätsmanagement oder bei der Dokumentation wohlfühlt, kann sich im Backoffice austoben.

EFFEKTIVER TREIBER
Ranking nach berechneter Wichtigkeit aller Befragten



Quelle: Repräsentative Studie (n = 1.100) in D, März 2019 [3]

Authentische Führung

Warum ist der Wunsch nach authentischer Führung so groß und so wichtig, um die Mitarbeiter:innen zu begeistern? Immerhin wünschen sich das 71 Prozent der Befragten. Wiebke Köhler nimmt an, dass das in vielen Unternehmen nicht praktiziert wird, besonders nicht in großen Betrieben. „Die zufriedensten Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen sind in kleinen Familienunternehmen zu finden, denn dort sind die Personen und Regeln noch einschätzbar.“[4] Apotheken können demnach im Gegensatz zu großen Unternehmen Begeisterung durch Authentizität leichter vermitteln. Die Mitarbeiter:innen wünschen sich Glaubwürdigkeit, Orientierung, klare Zielvorgaben und Handlungsspielraum innerhalb definierter Bereiche. Von den Führungskräften erwarten sie eine klare Definition der Unternehmensstrategie, beispielsweise durch „Investitionen“ seitens der Apothekenleitung. Das können Weiterbildungsangebote, gesundheitsfördernde Maßnahmen (Beitrag fürs Fitnessstudio, Jobfahrrad), flexible Arbeitszeiten oder Zuschuss zur Kinderbetreuung sein. Holen Sie die Angestellten bei ihren Bedürfnissen ab:

- Angestellte mit kleinen Kindern brauchen flexible Arbeitszeiten
- Spezialisierung auf bestimmte Schwerpunkte wie Kindergesundheit, Polypharmazie oder Naturmedizin schafft Möglichkeiten für Selbstverwirklichung
- Wertschätzung und flache Hierachien - lassen Sie jeden spüren, dass er wichtig ist
- positives Kundenfeedback an einer Pinnwand für jeden sichtbar machen
- vom Team definierte Werte leben
- klimaneutrale Maßnahmen umsetzen und kommunizieren

Steht die Ausrichtung der Apotheke, ist es auch wichtig, dass alle Angestellten überlegen, wie sie sich in ihrem Aufgabenbereich in die Unternehmensstrategie einbringen können. Alle sollten sich damit identifizieren können und auch der/die Chef:in sollte diese glaubhaft vorleben.

Nachhaltigkeit und neue Wege

Nachhaltigkeit wird auch bei der Mitarbeitersuche als Pluspunkt gewertet, denn viele Menschen sind für Themen wie Klima- und Umweltschutz sensibilisiert. Aktuelle Zahlen vom Jobwechsel-Kompass vom Oktober 2021, bei dem 500 Arbeitnehmer:innen zu ihren beruflichen Zukunftsaussichten befragt wurden, zeigen, wie wichtig das Umweltbewusstsein eines Unternehmens für eine Bewerbung sein kann.[5]

58 Prozent der Befragten gaben an, dass das Umweltbewusstsein eines Unternehmens für sie heute eine größere Rolle spielt als früher. 69 Prozent sind der Meinung, dass das Thema in Zukunft noch bewerbungsrelevanter werden wird. Und 74 Prozent wünschen sich neben klimafreundlichen Maßnahmen am Arbeitsplatz auch entsprechende Benefits wie Job-Bikes oder ein Jobticket.
Nachhaltigkeit und Umweltschutz sind also gefragt bei den Arbeitnehmer:innen und einige lassen sich kurzfristig umsetzen. Dazu zählen solche, die die Apotheke eigenständig steuern kann. Ziel dabei ist, den CO2-Ausstoß zu reduzieren. Das kann der Umstieg auf 100 Prozent Ökostrom bzw. -gas sein, die konsequente Durchführung von Mülltrennung, der Einbau energieeffizienter LED-Lampen, Maßnahmen zur Senkung des Stromverbrauchs, Verwendung von recycelbarem Papier und vieles mehr. Ein/e Nachhaltigkeitsbeauftragte/r sollte die geplanten Maßnahmen steuern und auch auf der Website kommunizieren. Hier kann man auch über das Sponsoring von Umweltprojekten informieren, idealerweise regional. Ein Beispiel dafür ist, eine Patenschaft für das Bepflanzen von Bäumen zu übernehmen. Weiterbildungsangebote (hybrid) zum Thema Nachhaltigkeit bietet beispielsweise der TÜV Rheinland oder die IHK. Viele weitere Anregungen finden Sie in dem Buch „Die nachhaltige Apotheke“ (ISBN 978-3-7692-7809-5).

Umweltfreundliche Bewerbung und Goodies

Verzichten Sie auf schriftliche Bewerbungen. Der Erstkontakt kann auch per Videocall erfolgen, so dass Anfahrtswege wegfallen. Beim persönlichen Gespräch können Sie die Fahrtkosten der öffentlichen Verkehrsmittel übernehmen oder beispielsweise einen Setzling (Baumpflanze) verschenken.
Zeigen Sie Ihren Mitarbeiter:innen und den Bewerber:innen, dass Sie sich am Arbeitsplatz wohl fühlen sollten. Führen Sie regelmäßig Mitarbeitergespräche, ob die Erwartungen an die Arbeit erfüllt werden. Gibt es spannende neue Ziele oder Aufgabenfelder, die ins Konzept passen und der Fähigkeit des/der Angestellten entsprechen? Viele Arbeitnehmer:innen wollen gefordert und gefördert werden. Ebenso ist Teamgeist wichtig. Gemeinsame Events, beispielsweise ein Abendessen, bei dem jede/r ein Teil zum Menü beiträgt oder ein Bowling Abend. Die Teilnahme sollte freiwillig sein.

Fazit: Mitarbeiter:innen möchten authentisch geführt werden und sich ebenso authentisch im Team und im Unternehmenskonzept einbringen. Sie möchten in gewissen Grenzen Handlungsfreiheit haben und suchen nach Wertschätzung. Machen!

Machen! Authentisch punkten!

- Klarer, authentischer Führungsstil: Fortbildung hilft. Intensivseminare unter: **https://resource-people.de/seminare/seminar-mitarbeiterfuehrung.php**
- Motivation durch praxisbezogene Spezialisierung: Infos unter: **https://www.abda.de/fuer-apotheker/fort-und-weiterbildung/weiterbildung/spezialisierungsrichtungen/**
- Feedback-Gespräche: Ziele vereinbaren und Erfolge kommunizieren. Was war dein größter Erfolg in diesem Monat? Worauf bist du besonders stolz? Welche Ziele möchten wir ausbauen/neu definieren? **https://apotheken-zukunft.at/wer-will-motivierte-mitarbeiter/**
- Wertschätzung: Bieten Sie Wasser, Kaffee und gesunde Snacks wie Obst kostenlos an. Schenken Sie bei einem gegebenem Anlass kleine Aufmerksamkeiten. Zeigen Sie dem Team, wie wichtig jede/r Einzelne ist. Lob hilft dabei.
- Nachhaltigkeit macht den Arbeitsplatz attraktiv: **https://pharmacists-forfuture.org/projekte/ oder https://www.gruenvorsorgen.de/gesundheitsberufe/**

Quellen:
[1] https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1331673/umfrage/kriterien-bei-arbeitgeberwahl-nach-generationen/
[2] https://de.statista.com/statistik/daten/studie/181885/umfrage/kriterien-fuer-die-wahl-des-arbeitgebers/
[3] https://wiebke-koehler.com/forschung/Repräsentative Studie (n = 1.100), Mitarbeiterbegeisterung in Deutschland, März 2019; Wiebke Köhler & Prof. Dr. Ingo Hamm
[4] https://www.wiwo.de/erfolg/management/begeisterung-fuer-den-job-alte-tugenden-schlagen-new-leadership/25063412.html
[5] https://www.hrjournal.de/jobwechsel-kompass-stuehleruecken-arbeitsmarkt/

20 % mehr Personal sind noch zu wenig!

Obwohl seit 2002 ca. 20 % mehr Personal in Apotheken eingestellt wurde, reicht die Arbeitskraft bei weitem nicht aus ob der gestiegenen Herausforderungen. ABDA-Präsidentin Regina Overwiening informiert über berufspolitische und kollegiale Lösungsansätze.

Foto: ABDA

O+: Wie beurteilen Sie die derzeitige Personalnot in Apotheken?

O.: Die Bewältigung der Pandemie hat viele Apothekenteams ausgelaugt und die ständig wachsenden Herausforderungen der letzten Wochen und Monate – denken wir an Testen, Impfen, pharmazeutische Dienstleistungen oder ans E-Rezept – erhöhen die Arbeitslast enorm. Hinzu kommen hohe Krankenstände bei Kund:innen und Kolleg:innen, überzogene Null-Retaxationen bei kleinsten formellen Fehlern seitens der Krankenkassen und die Lieferengpässe, die lasten noch zusätzlich besonders schwer auf den Apotheken.

O+: Sie meinen, die Krankenkassen nutzen die Überlastung des Personals zugunsten von Retaxationen?

O.: Ja, beispielsweise übersieht man im Apothekenalltag, dass die Angabe „DJ" auf dem Rezept fehlt. Das ist kein Grund für eine Null-Retaxation, denn für das Beratungsgespräch oder den/die Kund:in ist diese Angabe unerheblich, da die Dosierung bekannt ist. Die Krankenkassen pochen jedoch darauf und streichen uns nicht nur das Honorar von 8,35 € abzüglich 1,77 €, sondern auch den gesamten abgegebenen Warenwert. Das ist eine unzumutbare Vorgehensweise.

O+: Was hat denn die ABDA bislang gegen das Personaldefizit unternommen?

O.: Wir haben eine Kampagne für Apotheken gestartet mit der Kernbotschaft, dass Apotheken unverzichtbar als Gesundheitsberater, Problemlöser und Mutmacher sind. Dass das tatsächlich so ist, wurde vielen Menschen während der Pandemie bewusst. Deshalb denke ich, dass wir mit dieser Maßnahme bei vielen Menschen Interesse für Apothekenberufe wecken konnten.

O+: Dennoch haben einige Apotheken bereits aufgrund von Personalmangel aufgegeben. Wie geht die ABDA damit um?

O.: Zunächst analysieren wir das Ganze mit einer derzeit noch laufenden Studie, um herauszufinden, ob es Muster für die Schließungen gibt und welche Apotheken in Gefahr sind. Personalmangel allein ist selten der Grund. Oft spielen weitere Faktoren eine zusätzliche Rolle: Alter oder Krankheit der Apothekenleitung, Praxisschließungen im Umfeld, Abwanderungen der Kund:innen vom Land in die Stadt, Aussterben ältere Stammkund:innen und vieles mehr. Schaut man zudem genau hin, kann man feststellen, dass wir zwar weniger Apotheken haben, aber mehr Beschäftigte in den Apotheken.

O+: Tatsächlich mehr Beschäftigte – was sagen die Zahlen?

O.: Westfalen-Lippe repräsentiert beispielsweise in Bezug auf Apotheken ein Zehntel dessen, was die Bundesrepublik ausmacht. Und hier gab es seit 2002 einen Personalzuwachs von 20 %, also binnen 20 Jahren. Es waren 14.000, jetzt sind es 17.000 Arbeitsplätze. Das ist beachtlich und zeigt die steigende Arbeitslast in den Apotheken.

O+: Wie sieht das bundesweit aus?

O.: Wir haben mittlerweile in Deutschland in den Apotheken über 60.000 Kolleg:innen, und das erhöht sich auch jedes Jahr um etwa 1.000 weitere Mitarbeiter:innen. Leider wächst auch – wie bereits erwähnt - die Arbeitslast, was den Benefit relativiert.

O+: Viele Arbeitsleistungen der Apotheken werden erwartet, aber nicht honoriert. Wer kann sich da noch mehr Personal leisten?

O.: Hier muss sich etwas ändern. Die Politik und die Gesellschaft erleben, dass Apotheken einfach immer verläßlich versorgen. Das passiert mit einer großen Selbstverständlichkeit. Es ist wie beim Strom aus der Steckdose. Erst wenn der Toaster nicht mehr anspringt, überlegt man, was passiert sein könnte und wie das System wieder funktionieren kann.

O+: Hat die Politik in den letzten Jahren viele Fehler gemacht?

O.: Ja, im Hinblick auf Wertschätzung und Honorierung der Apotheken. Die Apotheken und ihre Teams brauchen dringend finanzielle Unterstützung von der Politik, damit die Versorgung der Bevölkerung auch weiterhin reibungslos funktioniert.

O+: Dann könnten sich auch die Personalprobleme lösen?

O.: Ganz bestimmt. Und nicht nur das, dann trauen sich auch zukünftig Kolleg:innen in die Selbständigkeit hinein. Eine planungssichere und leistungsgerechte Vergütung ist eine Wertschätzung für jede/n Einzelne/n, aber auch für den ganzen Berufsstand. Wir brauchen mehr Geld und mehr Anerkennung, ebenso wie deutlich mehr Entscheidungsspielraum, damit die Arbeit würdig getätigt werden kann.

O+: Welche konkreten Schritte plant die ABDA in diesem Jahr, um den Apotheken beizustehen?

O.: Zunächst muss die Apotheke sichtbar sein und dazu haben wir eine großangelegte Nachwuchskampagne erarbeitet, die bereits in der Abstimmung ist. Hier soll deutlich gezeigt werden, was es für Arbeitsplätze in der Apotheke gibt und wie wertvoll sie sind. Das haben viele Menschen in der Pandemie deutlich gespürt. Zudem hat durch die Pandemie die Gesundheit in den Köpfen der Gesellschaft wieder einen anderen Stellenwert erlangt. Und so haben auch Gesundheitsberufe an Bedeutung gewonnen. Wir möchten das mit unserer crossmedialen Kampagne fördern und kommunizieren.

Wir arbeiten daran, dass Kommunikation und Sozialkompetenz bereits bei der Ausbildung einen festen Platz einnimmt.

O+: Welche Ideen gibt es noch?

O.: Viele Bundesländer haben gute Konzepte entwickelt, die wir derzeit zusammentragen und für alle Kammern und Verbände transparent machen. Wir , von Seiten der ABDA, möchten sozusagen allen Kolleg:innen den Service einer Ideenschmiede anbieten.

O+: Wie sprechen Sie junge Menschen vor der Berufsausbildung an?

O.: Wir sind auf Messen zur Berufsorientierung präsent, schauen aber auch, dass bereits für Schüler:innen Praktika in der Apotheke angeboten werden. So kann man den ein oder anderen zur PKA- und PTA-Ausbildung oder zum Pharmaziestudium animieren.

O+: Zusammenfassend, was ist essentiell, damit sich die Personalnot verbessert?

O.: Die Wichtigkeit der Apotheke vor Ort muss gesehen und geschätzt werden, von der Bevölkerung und der Politik. Dann haben wir auch die Chance, dass wir die Flächendeckung aufrechterhalten und meine Kolleg:innen wieder Mut fassen, in die Selbstständigkeit zu gehen, oder wieder Freude haben, als Mitarbeiter:in in der öffentlichen Apotheke vor Ort zu sein.

Kontakt:
Regina Overwiening
ABDA-Präsidentin
Anfragen über: U.Sellerberg@abda.de

Burg-Apotheke in Königstein: vielfältig und attraktiv

Uwe-Bernd Rose ist seit 35 Jahren als selbstständiger Apotheker in Königstein tätig. Trotz aller Schwierigkeiten, die er in Festbeträgen über Rabattverträge und anderen bürokratischen Hürden sieht, ist es ihm gelungen, sich selbst treu zu bleiben.

„Unsere Berufung ist es, nicht nur die Kund:innen professionell zu beraten, sondern auch Rezeptur und Defektur gesetzeskonform herzustellen." Gerade in Zeiten von Lieferengpässen oder von einer erhöhten Nachfrage individueller Arzneien, insbesondere bei seltenen Erkrankungen, sei das von großer Bedeutung. „Doch die Politik stellt nicht immer den Menschen an die erste Stelle."

In der Burg-Apotheke wird das aber so gelebt. „Wir haben ein Sterillabor nach GMP-Industriestandard, was nur sehr wenige Apotheken haben. Wir können Infusionslösungen und Injektionslösungen herstellen, also sterile Arzneimittel in allen Varianten." Neu ist die Möglichkeit, einen Injektionspen individuell zu befüllen. So seien viele Kinder oder ältere Patient:innen mit Einmalspritzen überfordert. „Wir suchen gezielt nach Nischen, bei denen Patient:innen Complianceprobleme haben. Oder weil sie dringend auf Medikamente angewiesen sind, die derzeit nicht verfügbar sind."

Foto: © Burg-Apotheke Königstein

Apotheker Uwe-Bernd Rose: Menschen stehen an erster Stelle! Das gilt für die Kund:innen, aber auch für die Angestellten.

Unternehmer Uwe-Bernd Rose hat derzeit 140 Mitarbeiter:innen, die alle begeistert für die Apothekenprojekte arbeiten. „Im Grunde haben wir vorrangig nur das Wohl der Patient:innen im Sinn und versuchen, immer Lösungen zu finden, um die Hürden einzureißen, die wir bei der Patientenversorgung sehen." Allerdings ist der Aufwand immens, zumal viele Patientenprobleme individuell gelöst werden müssen. „Bundesweit suchen Patient:innen unsere Hilfe und ich wünsche mir, dass die Politik das honoriert und nicht durch bürokratische Hindernisse erschwert." So gibt es beispielsweise immer noch die Regelung, dass man bei jedem selbst hergestellten Ibuprofen Saft, der für fiebernde Kinder ob der Lieferengpässe extrem wichtig ist, ein dreiseitiges Protokoll ausgefüllt werden muss. Für eine Defektur (Vorratsherstellung) braucht man „nachweislich häufige ärztliche Verschreibungen". „Das macht doch aber keinen Sinn, wenn das Produkt gar nicht verschreibungspflichtig ist."

Uwe-Bernd Rose sieht die Burg-Apotheke nicht als übliche Apotheke. Er versteht es, immer wieder neue strategische Geschäftsfelder aufzubauen. Mittlerweile gibt es eine Abteilung für die gesetzlich vorgeschriebene Dokumentation, eine Abrechnungsabteilung, die Buchhaltung, die Abteilung zur

Foto: © Burg-Apotheke Königstein

Ein Sterillabor nach GMP-Industriestandard - darauf sind alle stolz. Besonders auf die neu entwickelte Lösung, einen Injektionspen individuell zu befüllen!

Bearbeitung von Ärzte- und Kundenanfragen. So bietet die Burg-Apotheke mit den angegliederten Unternehmensbereichen auch die Sterilherstellung im Bereich der Komplementärmedizin an, beispielsweise Vitamin-C- oder Curcumin-Infusionen sowie individuell dosierte Tiermedikamente. „Doch diese dürfen bei Rezeptpflicht nicht mehr verschickt werden." Die Tierhalter:innen, die bundesweit bestellen, müssen also vor Ort die angefertigten Rezepturen abholen oder abholen lassen. Holt ein/e Freund:in die Mittel ab, darf er es privat versenden. „Wo liegt da der Sinn?"

Uwe-Bernd Rose hat das Glück, dass er Fachpersonal findet und bindet. Und die Fluktuation ist klein. „Ich denke, das liegt daran, dass unsere Arbeitsplätze besonders attraktiv und vielfältig sind. Es gibt viele Entwicklungsmöglichkeiten neben Handverkauf und Warenwirtschaft." Mitarbeiter:innen haben die Möglichkeit, Arbeitsbereiche zu wechseln. Und sie werden leistungsgerecht bezahlt. Doch Uwe-Bernd Rose ist es wichtig, dass alle sich wohlfühlen. „Die Miete in Königstein ist hoch, also können Angestellte von außerhalb eine Dienstwohnung bekommen. Abteilungsleiter:innen haben ein Firmenfahrzeug. Und natürlich gibt es auch gemeinsame Events und Fortbildungsmöglichkeiten."

Flexible Arbeitszeiten und gelebte Wertschätzung, das sei auch sehr wichtig. „Wenn wir dann eine Weihnachtsfeier mit fast 140 Leuten abhalten, dann bin ich sehr stolz. Noch funktioniert es, alle zu bezahlen und neue Projekte sind geplant."

Uwe-Bernd Rose rät den Kolleg:innen sich neu aufzustellen. „Rezepturen, Defekturen, eigene Produkte, das haben wir im Studium gelernt und das wird in Zukunft immer besonders im Fokus stehen. Und es macht die Arbeit in der Apotheke interessant."

Zur Person:

- Uwe-Bernd Rose ist eine anerkannte Persönlichkeit und ein ausgewiesener Experte des Gesundheitswesens mit internationaler Reputation.
- Er ist Inhaber der Burg-Apotheke mit hauseigenem Sterillabor in Königstein im Taunus im Verbund mit der Eurozyto-Gruppe sowie Inhaber des GMP-Labors SYNVERDIS, Heidelberg.
- Er entwickelt aus natürlichen Wirkstoffen Produkte, die helfen, begleiten, lindern und so das Leben und die Gesundheit vieler Menschen verbessern, auch bei Schwerkranken oder bei seltenen Erkrankungen. So hält er mehrere Herstellungspatente, u. a. auch für Curcumin i.v.

Personalnot in der Apotheke

Vor-Ort-Apotheken können mit den Arbeitsbedingungen anderer Branchen nicht mithalten, angefangen von niedrigerem Gehalt, wenig lukrativen Arbeitszeiten bis hin zu zunehmend mehr Stress und Bürokratie. Andreas May, ADEXA-Bundesvorstand, gibt Tipps, den Arbeitsplatz attraktiver zu machen.

O+: Wie begründen Sie den Fachkräftemangel in den deutschen Apotheken?

M.: Durch den demografischen Wandel stehen Apotheken grundsätzlich im Wettbewerb mit anderen Branchen, in denen ebenfalls Fachkräftemangel herrscht. Man muss deshalb zuerst Schüler:innen für eine Ausbildung in einem Apothekenberuf begeistern. Auf dieser Ebene passiert noch lange nicht überall genug. Zweitens muss man zusehen, dass sich die Absolventen:innen der Fachschulen bzw. Universitäten auch für die öffentlich Apotheke entscheiden. Und drittens muss man dafür sorgen, dass Fachkräfte nicht aus den Apotheken abwandern. Denn das passiert leider zunehmend mehr, ist mein Eindruck.

Für das Personal ist es wichtig, dass die „Berufung" gespürt und gelebt wird.

O+: Welche Lösungsansätze gibt es für Personal in Ausbildung?

M.: Bei den Pharmaziestudierenden müssten eigentlich mehr Studienplätze geschaffen werden, stattdessen kämpfen wir eher darum, die bestehenden zu erhalten. Und bei den PTA gibt es immer noch keine flächendeckende Schulgeldfreiheit, geschweige denn die Aussicht auf eine Ausbildungsvergütung. Die PKA-Ausbildung ist leider in vielen Regionen fast oder ganz auf Null gefahren worden, das fällt den Apotheken jetzt auf die Füße, zumal im Osten die Pharmazieingenieure in Rente gehen und die Apotheken nicht wissen, wie sie ersetzt werden sollen.

Foto: ©ADEXA/Angela Pfeiffer

O+: Warum wechseln immer mehr PTA oder Apotheker:innen zur Industrie und sonstigen pharmazeutisch ausgerichteten Branchen?

M.: Bleiben wir hier gleich bei den Arbeitszeiten: Apotheken haben eine Sechstagewoche und eine Wochenarbeitszeit von 40 Stunden nach Bundesrahmentarifvertrag. Auch die Notdienste, die oft auf wenigen Schultern verteilt sind und deren Vergütung zu wünschen übrig lässt, machen die öffentliche Apotheke nicht gerade attraktiver. Zudem gibt es gerade in kleineren Apotheken zu wenig Aufstiegschancen. Dafür sind in der Pandemie noch viele zusätzliche Aufgaben on top gekommen. Die Arbeitsverdichtung ist immens, die Personaldecken sind zu dünn.

O+: Ist Geld die tragende Begründung?

M.: Die Bezahlung ist eine wichtige Begründung, aber nicht die einzige. Die Gründe summieren sich oft und können auch für jeden unterschiedlich sein. Manchmal gibt dann das Arbeitsklima den letzten Ausschlag, manchmal die Aufstiegschancen, oftmals das hohe Stresslevel und die Aussicht, dass sich das auch nicht zeitnah ändern wird.

O+: Was ist mit der „Berufung"? Spürt man die beispielsweise im Pharma-Außendienst?

M.: In der Apotheke ist die Berufung ein wichtiges Argument, aber der Frust ist eben oft auch sehr, sehr hoch! In anderen Bereichen ist die gefühlte „Berufung“ vermutlich weniger groß, aber das Arbeitsklima und die Arbeitsbedingungen besser.
Bei den Pharmaziestudierenden gibt es vor dem PJ beispielsweise selten eine „Berufung“ Richtung öffentlicher Apotheke. In guten Ausbildungsapotheken ändert sich das dann zum Glück, daher ist eine optimale Betreuung der Pharmazeuten:innen im Praktikum auch so wichtig!

O⁺: Was könnte die Apothekenleitung machen, um den Arbeitsplatz attraktiver zu gestalten?

M.: Hier geht es zum Beispiel um regelmäßige Teamsitzungen und Mitarbeitergespräche. Beschäftigte müssen spüren, dass ihre Probleme ernst genommen werden, aber auch ihre Anregungen und Ideen für Verbesserungen. Ein gutes Teamklima ist wichtig und eine echte Familienfreundlichkeit, dazu gehören verlässliche Arbeitszeiten einerseits und Flexibilität bei Notfällen andererseits. Wenn der Tarifvertrag gelebt wird, ist schon ein sehr großer Schritt getan. Zu einer mindestens tariflichen Vergütung können auch weitere Anreize kommen, zum Beispiel ein Jobticket, Unterstützung bei der Kinderbetreuung etc.

O⁺: Was ist, wenn einige Kolleg:innen ausfallen und andere deren Arbeitsleistung mittragen müssen?

M.: Dann ist es wichtig, dass man sich ein Netzwerk an Vertretungen aufbaut. Ehemalige Mitarbeiter:innen auf 520 Euro Basis, junge Mütter, die gerne stundenweise einspringen, Promovierende, die Nachtdienste übernehmen sind Beispiele dafür.

O⁺: Wie könnte die Ausbildung mehr auf Vor-Ort-Apotheken fokussiert werden?

M.: Sowohl bei PTA als auch bei Approbierten hängt aus meiner Sicht viel von einem guten, vielseitigen Praktikum ab. Die Apothekenleitungen sollten sich an die entsprechenden BAK-Richtlinien halten. Sie haben es hier selbst in der Hand, ihren Nachwuchs für die Apotheken bestmöglich auszubilden.

Kontakt:
Andreas May
ADEXA-Bundesvorstand
a.may@adexa-online.de

Foto: © Bro Vector/stock.adobe.com

Tipps für mehr Anerkennung und Wertschätzung

- **Bieten Sie flexible Arbeitszeiten an**, ebenso wie die Option für mehr Urlaubstage und eine niedrigere Wochenarbeitszeit.
- **Eine (tarifliche) Honorierung von Fort- und Weiterbildung** motiviert die Angestellten und ist langfristig gewinnbringend für die Apotheke. Zum einen durch das aktualisierte Wissen, zum anderen kann die Apothekenleitung dadurch Anreize für neue Arbeitskräfte schaffen.
- **Fragen Sie das Team regelmäßig nach seinen Wünschen.** Ein betriebliches Gesundheitsmanagement, Angebote für Sport und Fitness oder mehr Verantwortung sind Beispiele dafür.
- **Besprechen Sie mit dem Team Ideen** zu Nachhaltigkeit und Klimaschutz. Das ist für alle ein wichtiges Thema.
- **Bauen Sie die interdisziplinäre Zusammenarbeit der Gesundheitsberufe aus**, das eröffnet für das Team neue Perspektiven mit mehr Verantwortung.

Flying Pharmacist – jederzeit, bundesweit

Das erfolgreiche Konzept von Flying Pharmacist entstand aus der Not heraus. Geschäftsführer Dr. Devid El Wahsch leitete in Aachen eine Filiale, die geschlossen werden musste. Vertretungsdienste waren angesagt, doch dann kam es zum schicksalsträchtigen Fehler.

Der gebürtige Düsseldorfer hatte versehentlich zum selben Zeitpunkt zwei Vertretungen zugesagt. Was tun? Der Plan war klar. Da er keinen der Apothekenleiter enttäuschen wollte, musste ein „Double" her, eine zweite Apothekerin oder ein Apotheker. „Und das war die Geburtsstunde von Flying Pharmacist im Jahr 2010". Der Bedarf an Apotheker:innen, die die Vertretungen übernehmen, war damals schon sehr groß. „So dachte ich mir, warum nicht möglichst viele niedergelassene Kolleg:innen glücklich machen?" Schnell stellte er fest, dass es eine Marktlücke ist, Apotheker:innen zu vermitteln. „Und dann nahm alles seinen Lauf, wir sind bis heute enorm gewachsen, so sehr, dass ich ein neues Konzept brauchte, da ich nicht mehr alles alleine bewältigen konnte."

Ein starkes Team als Voraussetzung für Wachstum.

So kam es 2022 zu einer „richtig coolen Veränderung". Dr. El Wahsch suchte nach Unterstützung und hatte einen cleveren Plan: „Ich sagte mir, ich kann nicht in allen Bereichen der Beste sein, also brauche ich Leute, die besser sind als ich". Vor einem Jahr stellte er Andreas Kebernik als Personalleiter ein. „Er ist meine rechte Hand und es funktioniert perfekt." Andreas Kebernik leitet das Team der mittlerweile 14 Festangestellten. Daneben gibt es eine Leiterin des Vermittlerteams, eine Marketingleiterin, ein Team das die Kundenanfragen abwickelt, die Buchhaltung und ganz wichtig auch ein IT-Team bestehend aus vier Entwicklern. „Unsere Online-Plattform ist mittlerweile ein Marketplace, ein wichtiges Tool, bei dem sich Apothekenverter:innen aber auch Apothekenleiter:innen informieren und registrieren können."

Dr. El Wahsch selbst steht nicht mehr in der Apotheke. Sein Verantwortungsbereich hat er auf das Wachstum des Unternehmens fokussiert. Selbst im Notfall ist seine Präsenz nicht erforderlich. „Mein Team organisiert so schnell Vertretungsapotheker:innen für einen ausgefallenen, bereits vermittelten Kollegen oder eine Kollegin, so schnell könnte ich gar nicht vor Ort sein."

Es gab natürlich auch Engpässe, das war 2021 als die Corona-Impfzentren öffneten und die freien Apotheker teilweise 100 Euro pro Stunde bekamen. Wer sollte dann noch Apothekenvertretung machen? Nichts desto trotz brauchten die Apothekenkund:innen eine Vertretung. „Not macht erfinderisch Deluxe", so Dr. El Wahsch. Eine außergewöhnliche Idee musste 2021 her. „Ich bin dann so weit gegangen, dass ich Industrie-Apotheker:innen, die Homeoffice hatten, gefragt habe, ob sie ihr Homeoffice in die Apotheke verlagern können. Es war eine Notlösung, aber es hat funktioniert. Die Kund:innen waren ja in Nöten, und

Foto: © Flying Pharmacists

Gemeinsam stark. Geschäftsführer El Wahsch und Geschäftsleiter Andreas Kebernik.

jemand mit Approbation vor Ort verhinderte die Schließung der Apotheke." Am Ende des Tages waren alle zufrieden.

„Was Leistungen und Honorar betrifft, diesbezüglich haben wir einen Algorithmus entwickelt. Hier haben wir bestimmte Levels definiert. Der/die Kund:in soll für das, was er/sie braucht, den möglichst niedrigsten Preis bezahlen. Unser System lernt dabei aus der Historie, welcher Preis wo gut funktioniert. Es gibt Unterschiede zwischen Land- und Stadtapotheken und zwischen bestimmten Arbeitszeiten. Brückentage, Ferienzeit, halbe Tage, ganze Tage – je leichter etwas zu vermitteln ist, desto günstiger wird es." Die Marge für die Vermittlung ist dagegen immer konstant, so dass der/die Apothekenvertreter:in je nach Auftrag mehr oder weniger verdient.

Hohe Erfüllungsquote

Das Unternehmen „Flying Pharmacist" bietet sowohl für die Kund:innen als auch für die Apothekenvertreter:innen den meist möglichen Service. Die Apothekenleiter:innen können sich einloggen und ihre Wünsche angeben, sie können sogar eine/n bereits bekannte/n Apotheker:in anfragen. Eine Unterkunft muss allerdings gestellt werden, die Reisekosten müssen bezahlt werden. „Wir sorgen dafür, sollte ein/e Vertreter:in wegen Krankheit etc. ausfallen, dass zeitnah ein Ersatz kommt. Das hat bislang immer funktioniert, obwohl es selten vorkommt." Die Vertreter:innen müssen sich dagegen um nichts kümmern außer ggf. vorher Kontakt mit der Apothekenleitung aufzunehmen. „Wir wickeln für die Vertreter:innen alles ab, Rechnungsstellung, Vermittlung zum Wunschort, Unterkunft etc. Auch hier vermerken wir Lieblingsapotheken, so dass diese bevorzugt von uns angefragt werden." Und damit alle Vertreter:innen gut vorbereitet sind, gibt es persönliche Gespräche und Schulungsvideos. „Die Kund:innen wiederum geben uns oft Feedback, was fast immer sehr positiv ausfällt. Wenn wir hier nur 80 % Zufriedenheit erreichen, steigen wir sofort in Optimierungsprozesse ein." Das größte Ziel des Unternehmens ist Kundenzufriedenheit und die erreichen wir durch eine hohe Erfüllungsquote. „Der Markt verändert sich, und Sicherheit und Freiheit ist nicht nur für die Angestellten, sondern auch für den/die Chef:in wichtig. In diesem Sinne wünschen wir uns für alle Kolleg:innen die bestmögliche Lebensqualität."

New levels, new devils – ich liebe Wachstum, obgleich es immer wieder neue Herausforderungen mit sich bringt.

Vor-Ort-Apotheken werden gefragt bleiben!

Wohin geht der Trend? Wie wichtig sind digitale Tools, um das Personal zu entlasten? Die Antwort der beiden Zukunftsexperten Matthias und Tristan Horx sind unerwartet. Sie sehen in der Digitalisierung nur eine kurzfristige Lösung.

Individuell will jeder!

Digitale Serviceangebote sind wichtig, werden aber niemals das persönliche Beratungsgespräch ersetzen.

„Man sollte das eine nicht ohne das andere denken. Der Medikamentenroboter im Keller verhindert nicht den intensiven Kontakt zum Publikum", so die Experten. Ebenso wie das E-Rezept, ergänzt um einen Lieferservice, nicht die Kundenbeziehung stört, sondern eben nur differenziert.

„Digitale Tools gelten derzeit als die Hoffnungsträger, die Lösung aller Probleme. Aber sie werden überbewertet." Dieser Ansicht ist nicht nur Matthias Horx, sondern auch sein 24-jähriger Sohn, der auf internationalen Bühnen auftritt. „Man braucht als Apotheker:in nicht unbedingt eine App oder eine Facebook-Präsenz. Das persönliche Gespräch wird auch in 30 Jahren noch punkten." Und obgleich zweifelsohne die Digitalisierung bei vielen Prozessen entlastet, steht das Zwischenmenschliche doch immer im Vordergrund. „Jeder Mensch möchte als Individuum wahrgenommen werden, besonders, wenn es gesundheitliche Probleme gibt", so die Zukunftsforscher.

Was bleibt in 30 Jahren?

„Apotheken haben einen alten, tiefen Mythos. Sie sind auch Orte der Begegnung, und gerade für ältere Menschen zudem sozial wichtig. Das wird bleiben. Und das kann man auch nicht auf soziale Medien übertragen". Die Experten postulieren jedoch, dass in Sachen Dauermedikationen zu einem gewissen Teil Online-Dienste gefragt sein werden. Durch Telepharmazie und Pharmazeutische Dienstleistungen können Apotheken sich hier individuell aufstellen. Für immobile Patient:innen kann das sehr wichtig sein. Dennoch, persönliche Ansprache, vertrauter Umgang mit Stammkund:innen, individuelle und ehrliche Beratung, Kund:innen schätzen das. Schließlich ist die Apotheke auch ein sozialer Treffpunkt.

Wann beginnt das postdigitale Zeitalter?

Matthias und Tristan Horx prognostizieren die „digitale Entgiftung". Eine spannende These. „Wir werden uns von vielen Übertreibungen des Netzes wieder verabschieden, zum Beispiel von den illusionären Bewertungs-Systemen für Hotels, Restaurants und Geschäfte. Solche Bewertungen sind kaufbar und deshalb völlig wertlos." Die Experten weiter: „Soziale Medien haben in vielen Belangen, bei denen es um Vertrauen und Nähe geht, zu viele Nebenwirkungen. Was kommen wird, ist ein neues Real-Digital – eine sinnvolle Verbindung des Analogen und Physischen mit der organisatorisch digitalen Welt."

Back to the Roots

Tradition und Moderne schließen sich nicht aus. Und deshalb werden zunehmend mehr Erlebnis-Apotheken, in denen Naturheilkunde echt vorgeführt und praktiziert wird, nach Meinung der Experten, erfolgreich sein. Ein solches Konzept braucht engagierte Mitarbeiter:innen. Die Zukunftsforscher dazu: „Motivation entsteht durch ein gutes Arbeitsklima, Flexibilität und Sinn. Es gibt aber auch noch sehr viele Menschen, für die Sicherheit in der Arbeitswelt das Allerwichtigste ist. Gerade Apotheken können dies, durch die gewünschte langfristige Zusammenarbeit, leisten.

Zukunftsinfos:
www.horx.com

Foto: © Zukunftsinstitut

ZUKUNFTS-REPORT 2023

In seinem Jahrbuch für gesellschaftliche Trends und Business-Innovationen analysiert Matthias Horx, mit ausgewählten Experten und Zukunftsforscher:innen, die prägendsten Entwicklungen unserer Zeit und liefert gewohnt provokante Thesen, die neue Perspektiven auf die Welt eröffnen. Print und digital verfügbar.

Infos unter: onlineshop.zukunftsinstitut.de/shop/zukunftsreport-2023/

ISBN 978-3-945647-97-4

TELEPHARMAZIE MIT KUND:INNEN UND PARTNER:INNEN

Telepharmazie kann die Kundenbindung verstärken und Vertrauen bei Tabu-Themen schaffen. Sie ist auch eine wichtige Option, wenn Angehörige in die Beratung mit eingeschlossen werden sollen, oder wenn Patient:innen immobil sind. Auch Ärzt:innen und Pflegeheime sind dankbar für dieses Tool. Nutzen Sie dazu eine sichere Plattform. Apotheken.de, ein digitaler Lösungsanbieter des Deutschen Apotheker Verlages, ist ein Beispiel dafür.

Hier können Sie das Produkt kostenlos für sieben Tage testen: https://mein.apotheken.de/telepharmazie

KOMPLEMENTÄRMEDIZIN IM VORMARSCH! WEITERBILDUNG HILFT!

In den letzten Jahren steigt das Interesse der Kund:innen, sich über Arzneimittel der Phytotherapie und der komplementären Medizin zu informieren. Eine Weiterbildung in diesem Bereich lohnt sich. Auch zur Motivation der Mitarbeiter:innen. Die Apothekerkammern bieten dies an: vorgesehen sind 40 Seminarstunden für Phytotherapie, 36 Stunden für Homöopathie und insgesamt 24 Stunden für andere Therapierichtungen.

Infos unter https://www.abda.de; Rubrik Fort- und Weiterbildung

PLANEN UND MACHEN!

- [ ] **Personalführung** liegt nicht jedem. Vieles kann man in Intensivseminaren oder durch Coachings und Vorträge dazu lernen.
- [ ] **Delegieren** ist wichtig. Als Chef:in kann man nicht alles leisten und dann helfen die Besten aus den eigenen Reihen. Übertragen Sie Verantworung an Ihrer Mitarbeiter:innen.
- [ ] **Weiterbildung** wünschen sich viele Angestellte. Nach der Ausbildung bleibt nämlich ohne persönliches Engagement nur Stillstand. Nicht zulassen!
- [ ] **Selbstverwirklichung und Wachstum,** wo wollen Sie und Ihre Mitarbeiter:innen in 5 Jahren stehen? Definieren Sie Ziele und suchen Sie sich ein Netzwerk zum Austausch.
- [ ] **Goodies teilen,** Jobfahrräder sind begehrt, aber wer kann das schon für das ganze Team finanzieren? Sprechen Sie mit ortsansässigen Fahrradhändler:innen und bieten Sie Werbung gegen Fahrrad!
- [ ] **Wertschätzendes Arbeitsumfeld** ist mittlerweile Pflicht. Anerkennung, Respekt und Empathie sind wichtige Punkte dabei.
- [ ] **Arbeit und Privatleben verbinden,** das Zauberwort heißt nicht Work-Life-Balancen, mittlerweile reden wir von Work-Life-Integration.
- [ ] **Flexibilität zeigen,** je nach Lebensphase brauchen Mitarbeiter:innen individuelle Arbeitsmöglichkeiten. Wann immer Homeoffice oder eine Stundenreduktion möglich ist, sollten Sie darauf eingehen.
- [ ] **Die Rolle des Sinnhaften,** Mitarbeiter:innen wollen ebenso wie Sie abends in den Spiegel schauen, mit dem Gefühl: meine Arbeitskraft ist wichtig. Kundenberatung ist das eine, setzen Sie aber auch auf Nachhaltigkeit!
- [ ] **Authentizität,** was sind die Werte Ihrer Apotheke? Was sollen Angestellte verkörpern und Kund:innen spüren?

DAS BESTE ZUM SCHLUSS!

Foto: © A. Schelbert

Geht's auch positiv?
Der Personalmangel hat in meiner Beobachtung die Bürokratie als größten „Schlechte-Laune-Faktor" bei Apothekenleiter:innen abgelöst. Dass die Apotheken mit diesem Problem beileibe nicht alleine dastehen, und dass viele Gründe für den Personalmangel gar nicht im Verantwortungsbereich der Apotheken liegen, ist dabei kein Trost.
Was mir aber auch immer wieder auffällt: Viele Apotheker:innen machen dem Nachwuchs so gar keine Lust, in der Apotheke zu arbeiten. Warum sollen sich junge Leute entschließen, in die Apotheke zu gehen, wenn sie ständig nur hören, wie schrecklich das Apotheker-Dasein ist? Natürlich muss dem Nachwuchs ein realistisches Bild vom Beruf, der wirtschaftlichen Situation und auch der Erwartungen für die Zukunft gezeichnet werden – aber dazu gehören auch die schönen Seiten unseres Berufs. Erzählen und zeigen Sie jungen Leuten, Schüler:innen, Praktikant:innen und PhiPs, wie spannend und abwechslungsreich die Arbeit in der Apotheke ist, wie befriedigend es ist, ein wichtiger Teil der lokalen Versorgung zu sein, und wie schön es ist, Menschen zu helfen. Wenn uns der Nachwuchs nicht ausgehen soll, dann müssen wir diese jungen Menschen vom Apothekerberuf begeistern!

Warum ein Job in der Apotheke? Weil es wichtig ist und weil wir gebraucht werden!

Machen und nachfragen:
Apotheker Benjamin Wessinger
Geschäftsführer der Mediengruppe DAV
bwessinger@deutscher-apotheker-verlag.de

Offizin+ Impressum

Beilage der Zeitschrift
Deutsche Apotheker Zeitung

Redaktion (verantwortlich i. S. des Presserechts)
Apothekerin Elke Engels
E-Mail: eengels@deutscher-apotheker-verlag.de
Telefon: 0711 2582-485

Verlag und Sitz der Redaktion
Deutscher Apotheker Verlag,
Birkenwaldstraße 44, 70191 Stuttgart
Postfach 10 10 61, 70009 Stuttgart
Telefon: 0711 2582-485
UmsatzsteuerID: DE 147 634 913
Handelsregister: Registergericht Stuttgart HRA 1391
Verkehrsnummer: 54684

Leitung Media/Anzeigen
Kornelia Wind (verantwortlich)
Telefon: 0711 2582-245
E-Mail: kwind@deutscher-apotheker-verlag.de

Mediaberatung bundesweit
E-Mail: anzeigen@deutscher-apotheker-verlag.de
Thomas Christ, Telefon: 0711 2582-241
Christian Hennig, Telefon: 0711 2582-281
Irene Nowak, Telefon: 05241 234688-0
Marcus Pfeffinger, Telefon: 0711 2582-210

Anzeigendisposition
Ilona Kern
Telefon: 0711 2582-229
E-Mail: anzeigen@deutscher-apotheker-verlag.de

Gestaltungskonzept
Wessinger und Peng GmbH

Druck und buchbinderische Verarbeitung
Vogel Druck und Medienservice GmbH,
Leibnitzstraße 5, 97204 Höchberg

© 2022 Deutscher Apotheker Verlag, Stuttgart
Printed in Germany.

Zukunft Personal

26. Mai 2023

Im Rahmen der INTERPHARM 2023
– live im Internet

Jetzt Tickets sichern!

INTER PHARM

Deutscher Apotheker Verlag

Tickets und Informationen:
interpharm.de

09:30 - 09:45 Uhr
Begrüßung
Dr. Benjamin Wessinger, Mediengruppe Deutscher Apotheker Verlag

09:45 - 10:45 Uhr
Als Apothekenführung motiviert und resilient bleiben
Apothekerin Anke Kock, apo-IMPULSE, Willich

10:50 - 11:25 Uhr
Mitarbeitergespräche als feed-back-Kultur

11:40 - 12:25 Uhr
Experten-Talkrunde: Teambuilding
Jessica Weber, Martinus-Apotheke, Dormagen, Daniela von Nida, Alte Apotheke, Groß-Zimmern

12:30 - 13:15 Uhr
Ich finde kein Personal, was tun?
PDL, Personal und Motivation hängen zusammen
Apothekenleiter Stefan Göbel, AVIE Brücken-Apotheke, Heringen

14:15 - 15:00 Uhr
Was machen denn andere so?
Einblicke und Ideen aus unterschiedlichen Apotheken
Peter Ditzel, Herausgeber DAZ

15:05 - 15:50 Uhr
Was tun, wenn´s knirscht? Konflikte in der Apotheke
Minou Hansen

16:05 - 16:50 Uhr
Apps und Tools: Instrumente zur Personalsteuerung und Apothekenorganisation
Gerrit Nattler, ELISANA Apotheken, Gelsenkirchen

16:50 - 17:00 Uhr
Verabschiedung
Dr. Benjamin Wessinger, Mediengruppe Deutscher Apotheker Verlag

Ticket „Zukunft Personal“, 26. Mai 2023: € 288,-

Programmänderungen vorbehalten