

Anhaltend hohe Zufriedenheit in der Bevölkerung – garstigeres Umfeld

Tanja Aebli

Der Apothekenmonitor 2017, den das Forschungsinstitut gfs.bern im Auftrag von pharmaSuisse erstellt hat, zeigt: Das Vertrauen der Bevölkerung in die Apotheken ist nach wie vor hoch. Geschätzt werden insbesondere die einfache Erreichbarkeit und die hohe Fachkompetenz. Gleichzeitig zeigt sich aber auch: Die Bereitschaft der Kunden, für Beratungsleistungen selber in die Tasche zu greifen, ist gering. Und: Im Online-Bereich und bei der gesamten Digitalisierung gilt es, den Zug nicht zu verpassen.

Die gute Nachricht vorab: Die Apotheke ist und bleibt die Erstanlaufstelle bei Gesundheitsstörungen. Gerade für junge, gesunde und urbane Einwohner ist sie die beste Anlaufstelle bei Gesundheitsproblemen, wie aus der Befragung von über 1000 Personen Anfang Jahr hervorgeht. Damit liegen die Apotheker als Erstanlaufstelle bei leichten Gesundheitsstörungen vor den Ärzten, an die sich ein Grossteil der Bevölkerung vor allem bei schwerwiegenderen Gesundheitsstörungen wendet. Geschätzt werden an den Apotheken die einfache Erreichbarkeit, die hohe Fachkompetenz des Personals und die unkomplizierte und kosteneffiziente Art, Gesundheitsprobleme zu lösen. Erstmals in der Befragung, die in diesem

Jahr zum vierten Mal durchgeführt wurde, zeigt sich ein neues Phänomen: Als «Gesundheitsratgeber» werden immer mehr auch Freunde und Bekannte herbeigezogen. «Die starke gesellschaftliche Fokussierung auf die Themen Gesundheit, Ernährung und Fitness der vergangenen Jahre hat zu einem neuen Typ von «Gesundheitsakteur» geführt: Laien, die andere in Gesundheitsfragen beraten. Gerade in Kombination mit der Möglichkeit, sich nach einer solchen «Konsultation» Medikamente einfach im Internet zu bestellen, bringt dies Gefahren, vor denen gewarnt werden sollte», hält die Studie fest.

Dem Internet als Gesundheitsratgeber schlägt aber nach wie vor Misstrauen

entgegen: Es bleibt vorerst eher ein Randphänomen. Wenig überraschend auch: Das Vertrauen in die Apothekerschaft hängt davon ab, ob jemand über eine «Stamm-Apotheke» verfügt. Dies ist bei fast drei Vierteln der Bevölkerung der Fall. Das momentan hohe Vertrauen in die Stammapotheke jedoch gerät zunehmend unter Druck. Die Autoren des Monitors nennen die zunehmende Exponierung der Apotheken, neue Dienstleistungen und den klaren Positionsbezug gegenüber der Ärzteschaft als mögliche Gründe für den Anstieg von kritischen Stimmen.

Mehr als reine Medikamenten-abgabe-Stelle

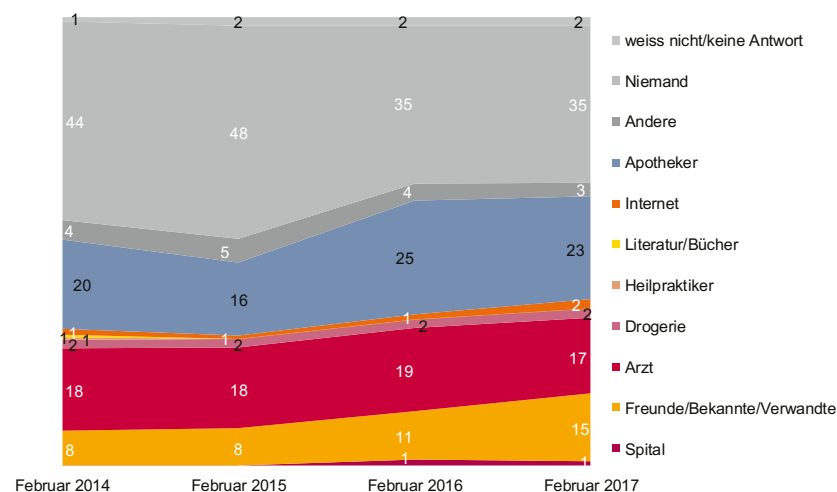
Die Apotheke emanzipiert sich zunehmend von ihrer traditionellen Rolle als einfache Medikamentenverkaufsstelle, auch wenn die klare Mehrheit der Schweizer Bevölkerung ihre Medikamente nach wie vor in der Apotheke bezieht. Doch der Wind ist rauer geworden: Die Konkurrenz durch den Online-Versandhandel ist im 2017 deutlicher als in den Jahren zuvor. Die Apotheken erschliessen aber auch neue Felder ausserhalb des Medikamentengeschäfts. Erfreulich ist: Die Akzeptanz dafür, dass Apotheken dank dem revidierten Heilmittelgesetz selber gewisse rezeptpflichtige Medikamenten in eigener Verantwortung abgeben können, ist in der Bevölkerung hoch. Die Befragten würden sich aber wünschen, dass Krankenkassen die Kosten für diese Medikamente übernehmen.

Anzeichen dafür, dass sich die Rolle der Apotheken in der Schweiz weiter verändern wird, liefert laut gfs.bern der Befund, dass sich mehr und mehr Befragte vorstellen können, ein Krankenversicherungsmodell zu wählen, das bei gesundheitlichen Problemen eine Erstabklärung in der Apotheke vorsieht. 2017 findet sich erstmals eine Mehrheit, die ein solches Spar-Modell grundsätzlich in Erwägung zieht.

Abbildung 1: Vertrauensperson bei leichten Gesundheitsstörungen.

Trend Vertrauensperson bei leichten Gesundheitsstörungen

"An wen wenden Sie sich bei leichten Gesundheitsstörungen wie zum Beispiel Erkältungen, Kopfschmerzen, Verdauungsstörungen, etc. für Beratung in erster Linie?"
in % EinwohnerInnen ab 18 Jahren



© gfs.bern, pharmaSuisse Apotheken-Monitor 2017, Jan./Feb. 2017 (N₂₀₁₇ = 1004, N_{bis 2016} jeweils ca. 1'200)

26 Hohe Preissensitivität

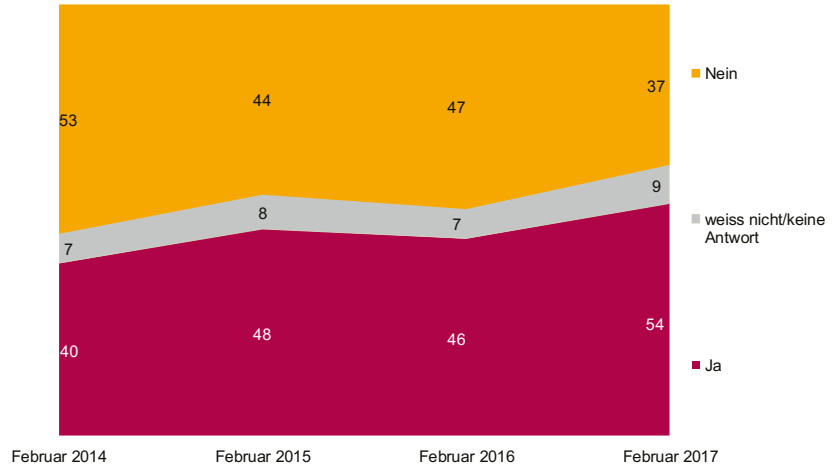
Bei der Umfrage zeigte sich weiterhin eine hohe Kostensensibilität: Einen Beratungszuschlag für Medikamente empfindet gut die Hälfte der Befragten als nicht angebracht bzw. als «Abzockerei». Auch wird zunehmend befürchtet, dass Apotheker wegen angeblich besseren Verdienstmöglichkeiten ein Interesse daran haben teure Medikamente zu verkaufen. Insgesamt zeige sich, dass mit der Kompetenzerweiterung für die Apothekerschaft die Angriffsfläche für Kritik gewachsen sei, bilanzieren die Autoren des Berichts.

gfs.bern wagt auch einen Blick in die Zukunft: Die Apotheken von morgen würden noch stärker zu Dienstleistern, Therapeuten und Diagnostikern. Auch dürften sie aufgrund neuer technischer Möglichkeiten stärker vernetzt und damit unweigerlich mit Fragen des Datenschutzes konfrontiert sein. Bezüglich Digitalisierung warnt das Institut davor, sich mit einem Zuschauerplatz zu begnügen: «Die Veränderung der Geschäftsmodelle im Gesundheitsmarkt schreitet rasch voran. E-Commerce und Informationsbeschaf-

Abbildung 2: Erstabklärung in Apotheke.

Trend Filter Einschätzung Erstabklärung in Apotheke

"Könnten Sie sich vorstellen, bei Ihrer Krankenkasse ein Spar-Versicherungsmodell zu wählen, das bei gesundheitlichen Problemen eine Erstabklärung in dieser Apotheke beinhaltet?"
in % EinwohnerInnen ab 18 Jahren, die meistens die gleiche Apotheke besuchen



© gfs.bern, pharmaSuisse Apotheken-Monitor 2017, Jan./Feb. 2017 (n₂₀₁₇ = 742, n_{bis 2016} jeweils ca. 950)

fung via Internet gewinnen an Bedeutung und fordern die klassische Rolle der Apotheken heraus. Besonders Junge zeigen sich offen für neue Dienstleistungen. Um

die Chancen der Digitalisierung zu nutzen, sollten deshalb diese Stossrichtungen offensiv weiterverfolgt werden», empfiehlt die Studie.

«Die Digitalisierung ist eine enorme Chance für die Apotheke»

Fabian Vaucher, Präsident von pharmaSuisse, äussert sich zu neuen Ansprüchen der Kundschaft und Herausforderungen für die einzelne Apotheke wie auch das Kollektiv.

Das Vertrauen in die Apotheken bleibt hoch, kritische Stimmen werden aber zunehmend lauter, so ein Ergebnis des diesjährigen Apothekenmonitors. Was bedeutet dies für die einzelne Apotheke?

Fabian Vaucher: Trotz der grossen Herausforderungen für den gesamten Detailhandel (Frankenstärke – Versandhandel) sind Apotheken immer noch sehr solide Lösungsanbieter im täglichen Bedarf. Doch es gibt zwei deutliche und ernst zu nehmende Signale. Die Neupositionierung – weg von der reinen Medikamentenversorgungs-Logistik hin zu diversen neuen Dienstleistungen rund um das Medikament – weckt neue Ansprüche bei

unserer Kundschaft. Die einzelne Apotheke muss nicht nur in das notwendige Fachpersonal investieren, sondern auch eine einmalige Dienstleistungsatmosphäre inmitten einer Produktlandschaft eines klassischen Detailhändlers schaffen. Zudem braucht es eine Standardisierung dieser neuen Leistungen, damit sie immer mit der gleichen Qualität angeboten werden. Somit steigen die Anforderungen an die Ladeneinrichtung, das Fachpersonal und an die Prozesse.

Welche Bedeutung hat diese neue Ausgangslage für den Berufsverband?

Heute geben wir ein Dienstleistungsversprechen an unsere Kundschaft ab. Wir tun sehr gut daran dieses Versprechen einzuhalten. Denn diesbezüglich sind Frau und Herr Schweizer sehr anspruchsvoll. Ich wage sogar zu behaupten, dass es keine anderen Europäer gibt, die ähnlich hohe Ansprüche bei Dienstleistungen ha-

«Die Apotheken sind gerade nicht das Problem, sondern vielmehr Teil der Lösung.»



ben. Fazit für den Verband: «a brand is a promise kept» – eine Marke ist ein eingehaltenes Versprechen. Dies gilt eben auch für Apothekendienstleistungen!

Medikamentenpreise bleiben ein «Evergreen» in der Bevölkerung. Wie kann ein Apotheker in der Offizin dieses hochkomplexe Thema einem Kunden plausibel erläutern?

Hier gilt es, verschiedene Komponenten zu beachten. Zum einen gibt es die alt-hergebrachten Vorurteile aus dem goldenen Zeitalter der Detailhändler, wonach die Apothekerpreise immer Höchstpreise und moralisch verwerflich seien. Zum anderen trifft die Frankenstärke den staatlich festgelegten Medikamentenpreis besonders hart. Denn hier spielen (wie in vielen Sektoren) spezifisch schweizerische Regulationen als verteuernde Faktoren mit. Dennoch bewegt sich die Preisspirale stetig und seit Jahren nach unten. Über 60% aller Packungen, welche in Apotheken abgegeben werden, weisen derzeit einen Fabrikabgabepreis von unter CHF 15.00 auf. Apotheken bewegen sich in der medizinischen Grundversorgung also im Massenmarkt, sprich Generikamarkt. Bisher ist es uns als Verband nicht gelungen, die faktenwidrige Gleichung «hohe Gewinne der Pharmabranche = hohe Gewinne in den Apotheken» aus den Köpfen zu verdrängen. Dies obwohl wir gerade nicht das Problem, sondern vielmehr Teil der Lösung sind. In diesem Sinne setzt pharmaSuisse alles daran, die ursprüngliche Idee der LOA konsequent zu Ende zu führen. Das heisst im Bereich der OKP, eine transparente Entkopplung der Dienstleistungskosten der Apotheke vom Medikamentenpreis und von den Vertriebskosten zu erhalten.

Zwar werden eine hohe Beratungsqualität und neue Dienstleistungen in der Apotheke explizit gewünscht – die Bereitschaft, dies zu berappen, ist aber gering. Wie erklären Sie sich diese Ambivalenz?

Bisher war das Gesundheitswesen ein Selbstbedienungsladen, dank der Grundversicherung, die alle Kosten übernimmt. Die Apotheke hat als einziger Player in diesem Bereich absolut transparente Kosten auszuweisen. Wer kennt schon den Preis einer Blinddarmoperation oder eines Besuchs beim Hausarzt? Preissensibilität gibt es fast nur bei den Medikamenten. Das ist eigentlich komisch, da diese seit Jahren stagnieren und die Apotheken den grössten Sparbeitrag von allen Akteuren geleistet haben.

Welche Korrekturen sind angezeigt?

Der Verband hat sich für die nächste Überarbeitung des Tarifs (Arbeitspaket LOA V) die bessere Nachvollziehbarkeit



Mehr kommunizieren: Der Rollenwandel vom Medikamentenhersteller zum Gesundheitsmanager muss in der Bevölkerung noch besser erklärt werden.

© pharmaSuisse

der Tarifstruktur für die Patienten und Kunden vorgenommen. Die bisherigen Pauschalen, welche für alle gleich hoch waren, sind durch ein System zu ersetzen, bei dem die komplexen und zeitaufwändigen Fälle effektiv teurer sind als einfache Verordnungen bei sonst gesunden Patienten. Hier ist Transparenz in der Dienstleistung unser Ziel.

Muss der Rollenwandel vom Medikamentenhersteller und -distributor hin zum Gesundheitsmanager gegenüber der Bevölkerung noch besser erklärt werden?

Die Welt wird komplexer und mit ihr auch die Welt der Gesundheit. Der Informationsflut im Internet kann nur mit der Entwicklung einer eigenen Gesundheitskompetenz begegnet werden. Apotheken und ihre Teams nehmen hier eine wichtige Rolle als Ratgeber, Begleiter oder eben Gesundheitscoach ein. In einer Apotheke können Kunden und Patienten Informationen überprüfen lassen, wichtige Tipps zu Verhaltensänderungen erhalten und spezifisch auf das Individuum abgestimmte Gesundheitsinformationen erhalten. Dies gilt es noch stärker und klarer zu kommunizieren.

Offensiv statt defensiv rät das gfs.bern den Apothekern in Bezug auf die zunehmende Digitalisierung. Wo und wie sind Pflöcke einzuschlagen?

Die Digitalisierung ist eine ganz starke Bedrohung des Detailhandels, was sich

bereits in der Kleiderbranche abgezeichnet hat. Die Marke Vögele gibt es nicht mehr, Migros hat Schild beerdigt und wird auch die Textilabteilungen in ihren Verkaufslökalen massiv reduzieren. Gründe sind der Versandhandel, aber auch das veränderte Kaufverhalten: Heute orientieren wir uns vor dem Kauf, meist auf dem digitalen Weg. Früher hat sich der Kunde im Fachgeschäft informiert und dann auch gleich dort eingekauft. Deshalb gilt es, die digitale Sichtbarkeit der Apotheken zu stärken und zu verbessern – nicht nur im Produkte-, sondern auch im Dienstleistungs- und Gesundheitsbereich.

Hohe Investitionen, viel Risiko: Was halten Sie solch kritischen Voten zur Digitalisierung entgegen?

Die Digitalisierung ist vor allem eine enorme Chance für die Apotheken. So können sie ihre Prozesse auch im Bereich der Dienstleistungen standardisieren, insbesondere im Bereich der interprofessionellen Zusammenarbeit zu Gunsten eines gemeinsamen Patienten. Dank der Digitalisierung lässt sich Fachwissen schnell und sehr individuell austauschen; Apothekerinnen können sich unter sich vernetzen, aber auch mit anderen Gesundheitsdienstleistern. Von Fachperson zu Fachperson fließen die Informationen rascher und in besserer Qualität. Für den Verband heisst dies, die beschlossene Strategie im Bereich der Digitalisierung in der medizinischen Grundversorgung konsequent weiter zu verfolgen. ■

Interview: Tanja Aebli