

Medieninformation - Kooperationsangebote

Bern-Liebefeld, 17. Mai 2018

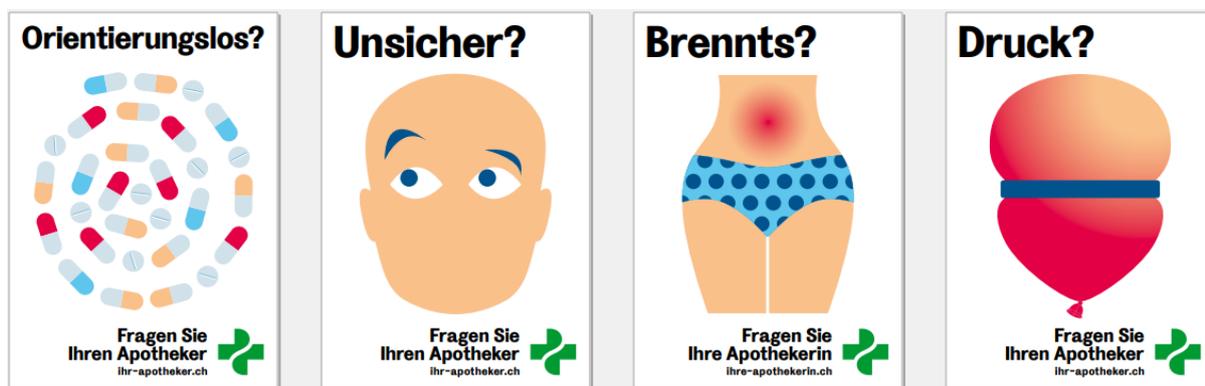
175-Jahre-Jubiläum des Schweizerischen Apothekerverbands

175 Jahre Herausforderungen und Lösungen

Im Jubiläumsjahr 2018 wirft der Schweizerische Apothekerverband pharmaSuisse einen Blick in die Vergangenheit, beleuchtet die bewegte Gegenwart und zeigt zukünftige Herausforderungen in Form unterschiedlicher Massnahmen. Vielfältige, aktuelle Inhalte des ältesten Branchenverbands der Schweiz: auch für Ihre Leserinnen und Leser!

Highlights

- So alt wie die erste **Briefmarke** in der Schweiz, so alt ist pharmaSuisse: 175 Jahre. Die Post widmet dem ältesten Branchenverband der Schweiz (sic!) zu diesem Jubiläum eine Briefmarke. Sie zeigt eine Apothekerin im Gespräch mit einem Kunden. Ab 17. Mai 2018 ist die 1-Franken-wertige Jubiläumsbriefmarke in den Schweizer Postfilialen und unter www.postshop.ch erhältlich. [Zur Medienmitteilung](#)
- **Errungenschaften und Erfindungen** in der Pharmazie werden in unserem Jubiläumsmagazin aufgearbeitet. Aktuelle Arzneien wie Aspirin oder Alcacyl haben ihren Ursprung Jahrhunderte zurück. Penizillin hat bis heute Milliarden Menschenleben gerettet. Oder man nimmt Fritz Hoffmann-La Roche, Albert Wander oder Henri Nestlé in den Blick und ihre Verbindung zur Pharmazie. Gerne vermitteln wir Kontakte zu Pharmaziehistorikern.
- Der **Beruf des Apothekers** und sogar die **Lokalität Apotheke**, sei es in den öffentliche Apotheken, im Spital oder der Industrie, sind heute anders als vor 10 Jahren und werden in 10 Jahren nochmals ganz anders aussehen. Gerne unterstützen wir sie individuell mit Detailinformationen – Zahlen, Fakten, Bildern und Kontakten.
- Wie sieht die **Apotheke der Zukunft** aus? In einem Jubiläumsprojekt stellen Studierende der Höheren Berufsschule für Visual Merchandising Design an der Centre d'enseignement professionnel de Vevey (CEPV) Überlegungen an, wie die Apotheke der Zukunft ausschauen könnte. Die Studierenden werden ihren Überlegungen ein fiktives Konzept folgen lassen und diese im Juni präsentieren.
- Die Apotheken, ausgerichtet auf die **künftigen Herausforderungen**, gibt es heute beispielhaft mit unterschiedlichen Ideen und Konzepten – interessantes Anschauungsmaterial. Aktuelle Spannungsfelder sind nachfolgend skizziert.
- Die **Kundenangebote** in den Apotheken umfassen ein neues Kinderbüchlein, in dem «Benny Blue» die Apotheke kennenlernt und ein Set mit Experimenten, entwickelt zusammen mit dem Technorama Winterthur.
- Im Juni lanciert pharmaSuisse die **Dachkampagne** «Fragen Sie Ihren Apotheker». Sie veranschaulicht die Bandbreite der Apothekendienstleistungen und fordert die Bevölkerung auf: Fragen Sie Ihre Apothekerin. Ergänzt wird die Kampagne durch eine Videosketch-Show, die Anekdoten aus der Apotheke erzählen: komödiantisch, voller Vorurteile und Stereotypen.



Kontaktieren Sie uns unverbindlich, damit wir Ihre passgenauen Informationen zusammenstellen können.

Kontakt

pharmaSuisse, Schweizerischer Apothekerverband

Rahel Rohrer, Media Relations

Tel: +41 (0)31 978 58 27

E-Mail: kommunikation@pharmaSuisse.org

pharmaSuisse-Website: www.pharmaSuisse.org

pharmaSuisse setzt sich für Rahmenbedingungen im Gesundheitswesen ein, die es Apothekerinnen und Apothekern ermöglichen, ihre beruflichen Kenntnisse zum Wohl der Allgemeinheit einzusetzen und ihre Rolle als Medikamentenprofis optimal zum Tragen zu bringen. pharmaSuisse engagiert sich für eine effiziente und sichere medikamentöse Versorgung der Bevölkerung, erarbeitet Präventionsmassnahmen und entwickelt Angebote in den Bereichen Fort- und Weiterbildung, Qualitätssicherung und interprofessioneller Zusammenarbeit. Für Fakten und Zahlen: www.pharmaSuisse.org/faktenundzahlen

Apotheke im Umbruch – Spannungsfelder

Neue Rolle der Apotheker in der Grundversorgung

Umfassende Hausaufgaben für Apotheken

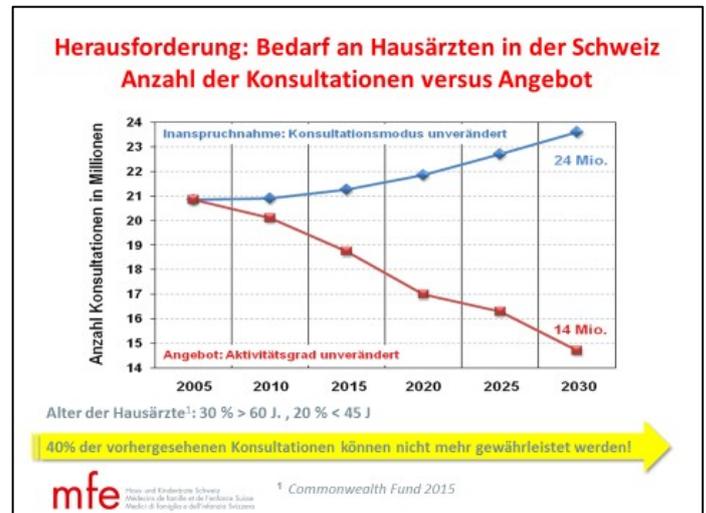
Interesse bei Bevölkerung und Versicherern vorhanden

Preisdruck bremst Entwicklungen

Digitalisierung in Apotheken

Neue Rolle der Apotheker in der Grundversorgung

Der Bundesrat und das eidgenössische Parlament haben den Apothekerinnen und Apothekern mit zwei Gesetzesrevisionen (Medizinalberufegesetz MedBG 2015 und Heilmittelgesetz HMG 2016) und dem [Bericht zur Positionierung der Apotheken in der Grundversorgung](#) eine wichtigere Rolle zugeschrieben. Dies aus nachvollziehbaren Gründen: Die Bevölkerung wächst und die Nachfrage nach Gesundheitsdienstleistungen steigt. Gleichzeitig werden die Menschen älter, was zu mehr chronisch kranken Menschen und damit einhergehend höheren Gesundheitskosten führt. Daneben ist bekannt, dass bereits heute ein Hausarztmangel besteht und sich akzentuieren wird. Dies führt wiederum zu überfüllten und teuren Spitalnotaufnahmen.



Die Apotheke muss als einfacher und unkomplizierter Zugang zu medizinischer Beratung stärker genutzt werden. Damit werden die fundierten Kompetenzen der Apotheker stärker eingesetzt und ausgeweitet. Apotheker sollen ab dem 1.1.2019 rezeptpflichtige Medikamente in Eigenverantwortung abgeben, ohne dass ein ärztliches Rezept vorliegt (im Rahmen der HMG-Revision, bei der derzeit die Verordnungen ausgearbeitet werden). Daneben muss die interprofessionelle Zusammenarbeit mit anderen Leistungserbringern, insbesondere den Hausärzten und der Pflege, ausgebaut werden, vor allem in der Betreuung von chronisch kranken Menschen.

Umfassende Hausaufgaben für Apotheken

Diese Veränderungen bedeuten für die Apotheker und Apotheken:

- Erwerb **neuer Kompetenzen**, um die Anforderungen zu erfüllen (z.B. Impfen, Vorsorgescreenings und weitere Gesundheitschecks, Abgabe rezeptpflichtiger Medikamente in eigener Verantwortung des Apothekers)
- Erarbeitung von **Zusammenarbeitsmodellen und Business-Modellen**, damit diese Mehrleistungen abgegolten werden – entweder zulasten der obligatorischen Krankenpflegeversicherung (OKP/Grundversicherung) oder zulasten des Kunden als Selbstzahler resp. in Zusatzversicherungsmodellen. Dies würden weite Kreise begrüßen, da so die OKP entlastet wird. Hierfür muss die Leistung des Apothekers so attraktiv sein, dass der Kunde bereit ist, dies zu tun. Pluspunkte der Apotheke sind hier der einfache Zugang und die schnelle Problemlösung ohne Wartezeiten und ohne Voranmeldung sowie die Beratung auf Augenhöhe.
- Anpassung der **Infrastruktur**: z.B. räumlich, indem diskrete Beratungszonen bzw. separate Beratungsräume in die Apotheke integriert werden oder als Investitionen im Bereich der Digitalisierung, sprich eHealth und dem elektronischen Patientendossier.

Bei allen Punkten sind erste Arbeiten gemacht und in einigen Apotheken bereits umgesetzt.

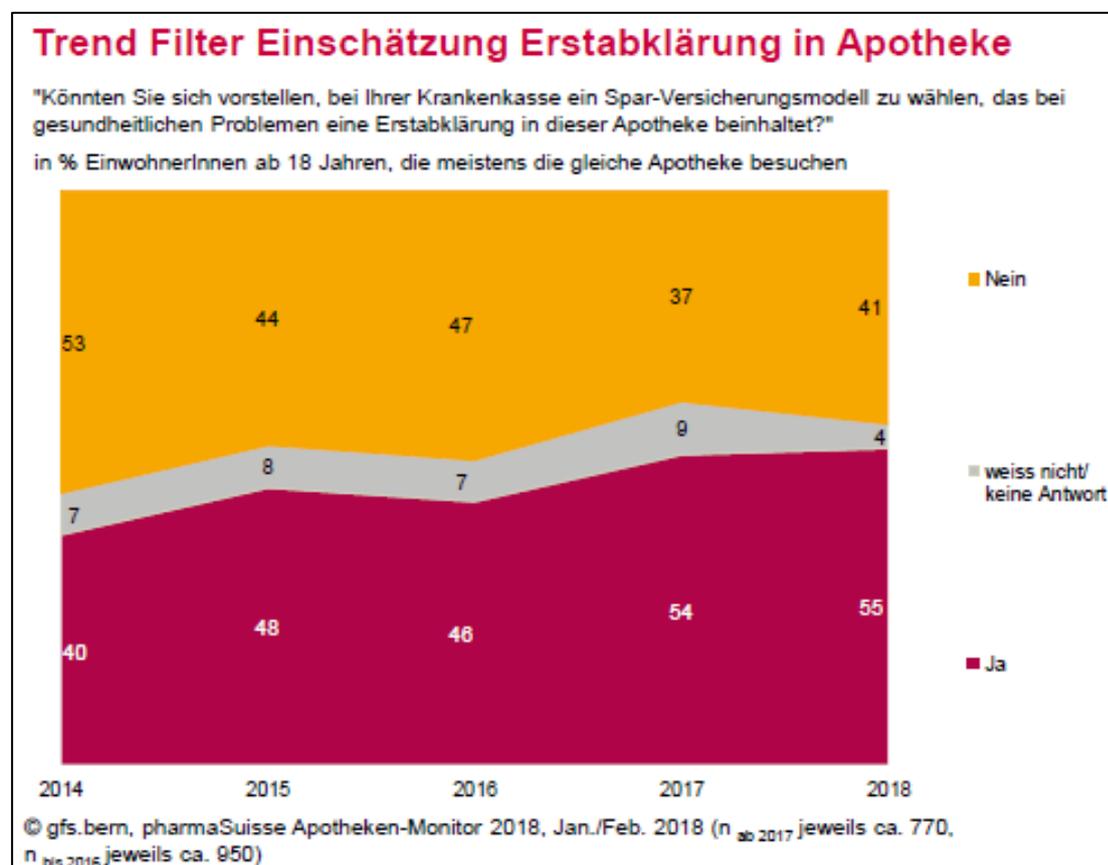
Beispiele

- Neu eröffnete [Apotheke in Erlinsbach AG](#), die ganz ohne Theke auskommt und in verschiedene Beratungszonen gegliedert ist. Die Apotheke wandelt sich vom Verkaufspunkt zum Ort der Begegnung und Beratung. Die erste Apotheke ohne Theke war die [See-Apotheke von Dr. Schmid](#) in Luzern.
- Modelle, bei denen Apotheke und Arztpraxis unter einem Dach sind, z.B. [Apodoc](#) in Zürich, das [Medzentrum](#) in Pfungen oder die [Apotheke PostParc Noyer](#) in Bern
- Apotheken mit [MiniClinic](#). Dabei ist eine medizinische Praxisassistentin (MPA) in der Apotheke zur medizinischen Vorabklärung und zieht bei weitergehenden Fragen einen Telemediziner bei. Bei [aprioris](#) stehen erfahrene Pflege-Expertinnen in den Apotheken zur Abklärung von Alltagsbeschwerden zur Verfügung, die ebenfalls die Möglichkeit haben, einen Arzt telefonisch beizuziehen.

Interesse bei Bevölkerung und Versicherern vorhanden

Erfreulich für die Apotheken ist, dass auch Krankenkassen das Potenzial der Apotheken erkannt haben und die ersten Versicherungsmodelle mit Erstabklärung in der Apotheke anbieten: derzeit SWICA Medpharm und Sympany casamed pharm. Ein weiterer grosser Versicherer folgt in diesen Tagen.

Und: Diese Angebote decken ein Bedürfnis der Bevölkerung, die der aktuelle Apothekenmonitor zeigt. Der Apothekenmonitor ist eine jährliche repräsentative Marktforschung von GFS Bern im Auftrag von pharmaSuisse. Der Apothekenmonitor 2018 wurde im Januar/Februar 2018 mittels Telefonumfrage durchgeführt, die Publikation ist per Ende Mai 2018 vorgesehen. Einzelgrafiken könnten Sie gerne vorab verwenden.



Preisdruck bremst Entwicklungen

So interessant für den Apotheker die obige Entwicklung ist, so schwer lastet die Margen-Erosion auf ihm. Die wiederholten Preissenkungsrunden auf kassenpflichtigen Medikamenten, verordnet durch den Bundesrat, haben für den Prämienzahler zu Millioneneinsparungen geführt. Was den Apotheker (als einzigen Leistungserbringer notabene) dazu gezwungen hat, alle möglichen Effizienzmassnahmen zu ergreifen und umzusetzen.

Sichtbar wird dies z.B. dann, wenn man die Organisationsformen der Apotheken betrachtet: Eine Apothekenorganisationsform ist heute darauf angewiesen, gute Einkaufskonditionen und Industriekooperationen aushandeln zu können, in grossen Mengen einzukaufen und einen gemeinsamen Marktauftritt zu pflegen. Je grösser die Organisationseinheit, desto bessere Konditionen.

Deshalb steigt der Anteil der Kettenapotheken und kaum mehr eine unabhängige Apotheke organisiert sich nicht in einer Gruppierung, wobei da die Art der Zusammenarbeit stark variiert (von einfachen Einkaufsgemeinschaften bis zu Gruppierungen mit gemeinsamen Marktauftritt wie z.B. TopPharm, Rotpunkt oder pharmacieplus).

Jahr	Kettenapotheken (zentral verwaltet)	Unabhängige Apotheken	Davon angeschlossen an Gruppierung	Nicht in Gruppierung oder Kette organisiert
2005	18%	82%	37%	45%
2010	28%	72%	44%	28%
2015	28%	72%	57%	15%
2016	29%	71%	57%	14%

Im Verlauf der letzten Jahre und in diesem Jahr akzentuiert, häufen sich die Meldungen, dass unabhängigen Apotheken an gut frequentierten Orte (mit hohen Miet- und Personalkosten) ganz aufgeben mussten oder von Ketten übernommen wurden.

Beispiele auf Nachfrage.

Digitalisierung in Apotheken

Die Digitalisierung schreitet voran. Kunden und Patienten wünschen sich einen einfachen Zugang zu ihren Daten. Sie gewöhnen sich zunehmend an smarte Produkte und erwarten digitalisierte Dienstleistungen. Als Fachhändler sind Apotheken gefordert, benutzerfreundliche Lösungen anzubieten. Anfang Juni wird pharmaSuisse eine entsprechende Initiative im Rahmen der Strategie Digitalisierung verabschieden, die danach zügig umgesetzt werden soll.

Gesprächspartner für Interviews, z.B. mit pharmaSuisse-Präsident Fabian Vaucher, vermitteln wir gerne.