

Die erfolgreiche Apotheker

Fachzeitschrift für die Zukunft der Apotheke



**Apotheken verzweifelt
auf der Suche
nach Mitarbeitern**

Nicolas Klose

Seele in Balance

Anna Schatz

**Grenzen der Belastbarkeit
erkennen**

Klaus Hölzel

Mit Special:
**KOOPERATIONS-
KOMPASS**



mea® – meine Apotheke
**hat sogar was gegen
chronischen
Kunden-Schwund.**

mea®
meine apotheke

Für mehr
Frequenz
in Ihrer
Apotheke!

Unsere mea® Apothekenkooperation.

Ergänzen Sie Ihr Leistungsangebot mit intelligent vernetzten On- und Offline-Marketingmaßnahmen und der Bereitstellung von relevanten digitalen und analogen Produkten und Dienstleistungen. Mit der mea Apothekenkooperation sind Sie so auf allen Kanälen präsent, binden Ihre Stammkunden durch ein umfassendes und individualisierbares Leistungsportfolio und gewinnen neue Kunden hinzu. Das Resultat ist eine erhöhte Frequenz und Umsatzsteigerung in Ihrer Apotheke.

Wir sind für Sie da.

Die Apothekenkooperation mea® – meine apotheke von Sanacorp ist flexibel gestaltet – Sie können sich aus unserem Leistungsspektrum ein passgenaues Paket schnüren. Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter beraten Sie gerne persönlich in einem unverbindlichen Gespräch.

Mehr Informationen:

[www.sanacorp.de/
mea-apothekenkooperation](http://www.sanacorp.de/mea-apothekenkooperation)



Unsere Kernleistungen auf einen Blick:

-  **mea® Monatsaktion**
Handzettel in Print & Digital und begleitende Kommunikation.
-  **mea® Digitalportfolio**
Chat, Shop und die meineapotheke.de App.
-  **mea® Eigenmarken**
Hochwertige OTC- und Freiwahlprodukte.
-  **mea® Kooperationssortiment**
Mit attraktiven Einkaufskonditionen.
-  **mea® Endverbraucher-Kampagne**
mea Apotheken lösen den größten Störfaktor der Endverbraucher: ein zweiter Apothekenbesuch, da ein Produkt nicht vorrätig war.

Liebe Apotheker:innen, liebe Leser:innen, liebe KI,



Sie werden es mitbekommen haben – im November 2022 ging die Website openai.com mit ChatGPT online. Dieses Ereignis erschütterte seitdem die Arbeitswelt, mit einer Dynamik, vielleicht konsequenzenreicher als die Einführung des Internets. Eine künstliche Intelligenz stellt sich in den Dienst der Besucher, beantwortet live Fragen, recherchiert und schreibt Zusammenfassungen oder sogar gefällige Prosa. Kostprobe gefällig? Den folgenden Text hat eine Maschine für mich geschrieben, in wenigen Sekunden:

„Künstliche Intelligenz (KI) hat sich in den letzten Jahren zu einer der bahnbrechendsten Technologien entwickelt, die zahlreiche Branchen revolutioniert. Ein Bereich, in dem künstliche Intelligenz einen erheblichen Einfluss auf Apotheken hat, ist die Automatisierung von Prozessen. Durch den Einsatz von KI-Systemen können repetitive Aufgaben, wie beispielsweise das Verwalten von Lagerbeständen oder die Überprüfung von Rezepten, automatisiert werden. Dies führt zu einer Effizienzsteigerung und ermöglicht es den Apothekenteams, sich stärker auf die Beratung

und Betreuung der Kunden zu konzentrieren. KI-Systeme können umfangreiche medizinische Datenbanken durchsuchen und relevante Informationen zu Nebenwirkungen, Dosierungen und Wechselwirkungen bereitstellen ...“
Ziemlich beeindruckend, nicht wahr? ChatGPT wird sicher nicht meinen Job übernehmen können, aber der Text gibt einen Eindruck, was in den nächsten Jahren auf uns zukommt. Überraschend ist für mich nicht das Leistungsvermögen. Nein, es ist das Tempo, mit dem sich die Anwendung von KI verbreitet. Die künstliche Intelligenz wird nicht in Labors unter Verschluss gehalten, beinahe jede Woche geht ein neuer KI-basierter Service online. Millionen Menschen weltweit besuchen die Seiten täglich und nutzen die Ergebnisse für sich, privat oder beruflich. Google ist mit seinem eigenen Dienst „Bard“ ins Rennen eingestiegen und Microsoft hat sich gleich Anteile an openAI gesichert. Das Internet hat 20 Jahre gebraucht, bis es eine formende Rolle spielte. Die KI tritt mit einem Knall in unser (Arbeits-)Leben. Was werden wir davon haben und welche Änderungen werden wir uns stellen müssen? Es wird spannend, und wir bleiben dran.

Viele Erkenntnisse beim Lesen dieser Ausgabe und viel Erfolg bei Ihren Unternehmungen wünscht Ihnen

P.S.: Fehlt Ihnen ein Thema, das Die erfolgreiche Apotheke einmal beleuchten sollte, oder haben Sie Kritik? Schreiben Sie mir: jan.tittelbach@permanent.de

Editorial 3

Portal
Konflikt erfolgreich entschärfen! 4

Signale 6



Personal
Apotheken verzweifelt auf der Suche nach Mitarbeitern 8

Management
Streichelworte allein genügen nicht 10

Management
Erfolgreich durch Netzwerken 12



Konzepte
Seele in Balance 13



Personal
Grenzen der Belastbarkeit erkennen 16

Konzepte
Warum Impfungen in Apotheken die Impfbereitschaft erhöhen 18

BVDAK 20

Vermischtes / Impressum 21

Nachwort
Apotheker Lobby scheitert voran 22

Zahl des Monats

46 Prozent

Der Angestellten in Apotheken würden ihren eigenen Beruf nicht weiterempfehlen. Das ist eines der Ergebnisse einer aktuellen ADEXA-Umfrage unter Approbierten, PTA und PKA aus Vor-Ort-Apotheken. Neben den 46 Prozent sind zusätzlich 20 Prozent der Befragten unentschlossen, ob sie eine Empfehlung aussprechen. Die niedrigste Empfehlungsrate kommt von den PTA, die höchste von Filialleitungen.

Konflikt erfolgreich entschärfen!

Mancher Standort-Wettbewerb hat das Zeug zur Eskalation. So weit muss es nicht kommen. Rechtzeitiges Einlenken der Konkurrenten kann die Lage entschärfen.



Die Konflikteskalation zweier oder mehrerer Apotheken kann als ein Abstieg zu immer tieferen, primitiveren Formen der Auseinandersetzung führen. Auf den Stufen 1 bis 3 können beide Konfliktparteien noch als Gewinner aus dem Konflikt hervor-

gehen. Auf den Stufen 4 bis 6 kann nur noch eine Apotheke gewinnen, die andere(n) verliert, und auf Stufe 7 verlieren alle Apotheken.

■ KH

KOPF FREI FÜR DIE GESUNDHEIT.

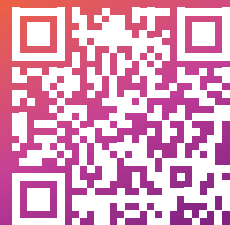
Gut, wenn man die Rezeptabrechnung **in sicheren Händen** weiß.



Die dreifach clevere Rezeptabrechnung von NOVENTI, sicher und verlässlich mit direkten 24/7 Zugriff auf alle Daten:

- 1** Profitieren Sie von absoluter Transparenz bei jeder Rezeptabrechnung mit unserem Herzstück: **apothekerOnline**.
- 2** Gewinnen Sie wertvolle Zeit und vermeiden Sie Retaxationen durch unsere Rezeptprüfung: **scanDialog**.
- 3** Erhalten Sie Ihre Sofortgeld-Garantie auch bei eRezepten – so flexibel wie Sie es wünschen: **cashManager**.

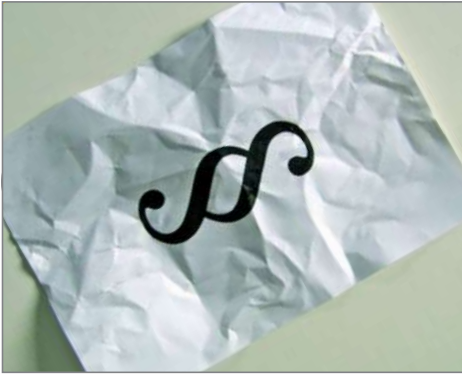
Jetzt unverbindlich
informieren:



go.noventi.de/sorgenfrei-abrechnen

TOP & FLOP DES MONATS

Quelle: tarudeone/pixelio.de



Zu komplex

Am 14. Juni sollen die deutschen Apotheken geschlossen bleiben, so die ABDA. Damit soll ein Zeichen gegen eine seit Jahren bestehende Unterfinanzierung, den immer dramatischer werdenden Personalmangel, anhaltende Lieferengpässe und überbordende Bürokratie gesetzt werden. Die Apotheken sollen dabei mit Patienten „ins Gespräch kommen“ und ihre Misere erläutern.

DeA meint: Der Streik ist richtig und wichtig, ebenso die Aufforderung, den Patienten aktiv die Probleme der Apotheken zu erklären. Das erfolgt jedoch notgedrungen schon seit langer Zeit. Was also soll den Patienten nun Neues erzählt werden? Und vor allem: Wie sollen komplexe Themen wie Rabattverträge, Apothekenhonorierung, Präqualifizierung, Retaxierung etc. begreiflich gemacht werden? An der Stelle stünde der Standesvertretung das Bereitstellen einfach aufbereiteter Informationsmaterialien gut zu Gesicht.

TK



Zu schnell?

Die Techniker Krankenkasse hat verkündet, dass sie die Einlösung eines E-Rezepts via Versichertenkarte umgesetzt hat und die Einführung im Sommer plant – datenschutzkonform natürlich.

DeA meint: Es geht voran! Digital und sicher! Geradezu bahnbrechend! Es war überfällig, dass das E-Rezept auf der Versichertenkarte landet. Es ist eigentlich niemandem verständlich zu machen, dass ein digitales Rezept zugeschickt und dann womöglich noch ausgedruckt werden soll. Im Prinzip ist dies der erste Beweis, dass an diejenigen gedacht wird, auf die es ankommt: die Patient:innen. Wie wir alle täglich sehen, ist die Durchsetzung von digitalen Services Digitalisierung daran gekoppelt, ob deren Nutzer auch wirklich etwas davon haben: mehr Komfort, mehr Eigenverantwortung oder mehr Einfachheit. An den Apotheken soll es nicht gelegen haben, die stehen seit Monaten bei Fuß und bewältigen geduldig alle Anforderungen, die die Behörden.

SF



Zu unattraktiv

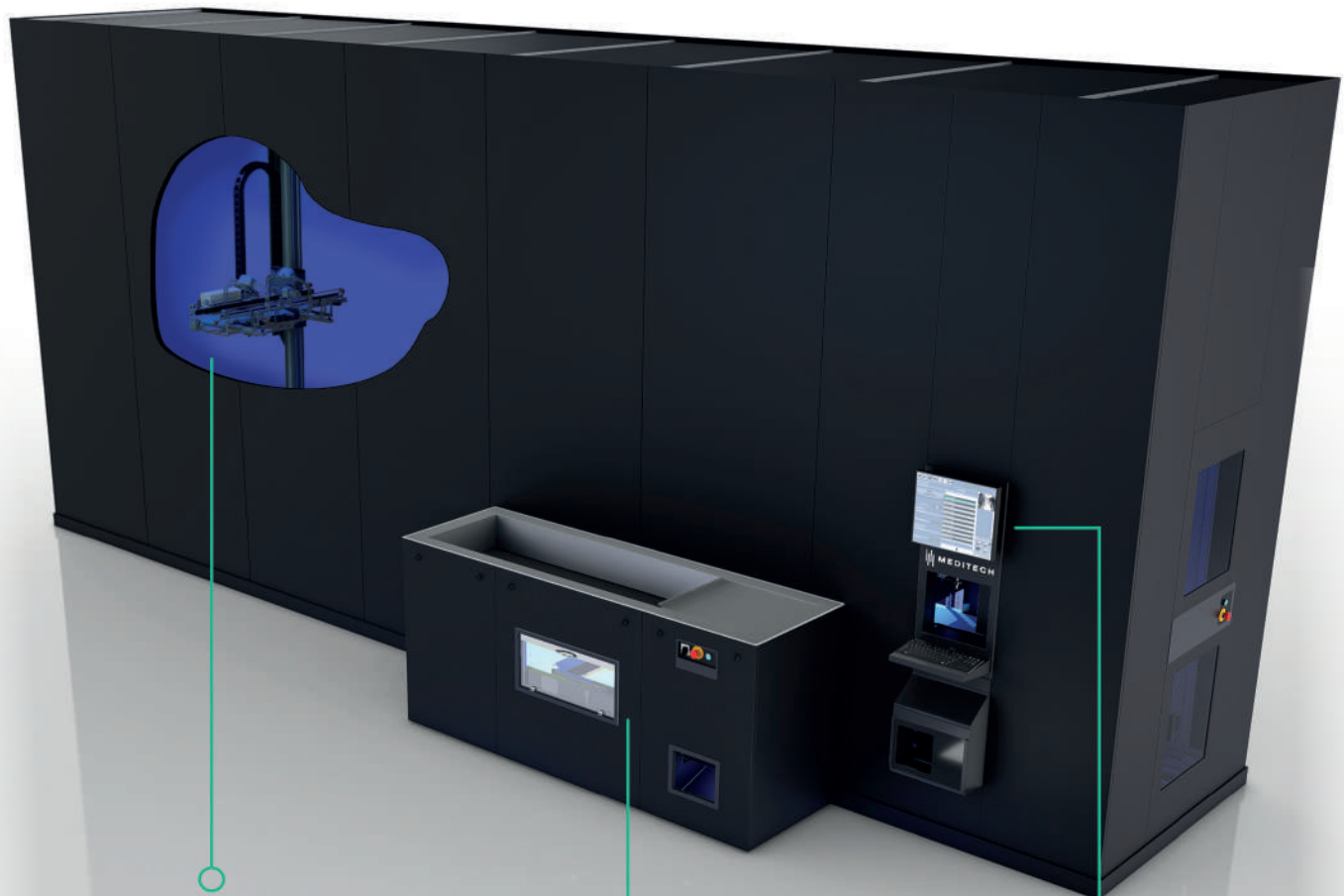
Das PTA-Reformgesetz 2023 sollte den Beruf attraktiver machen, sowohl für die Zielgruppe als auch für die Apotheken, die händeringend Mitarbeiter suchen. Das Ergebnis ist jedoch niederschmetternd. Der BVpta sieht weder eine Stärkung noch eine Entlastung für die PTA. Von einer Aufwertung ist nichts zu erkennen.

DeA meint: Für die Belange der PTA interessieren sich mit großem Eifer weder die Politiker noch die Funktionäre der ABDA, die eine eingeschränkte Vertretungsbefugnis ablehnen, selbst aber keine Perspektive aufzeigen. Vielleicht hilft Weiterdenken: Wer Fachkräfte braucht, muss ausbilden und anschließend attraktive Aufgaben bieten, die angemessen honoriert werden. Auch der BVpta findet kein großes Gehör mit seiner Forderung nach mehr Perspektiven. Das Aufmerksamkeits-Defizit zu überwinden, setzt gemeinsame Aktivitäten von ABDA und BVpta voraus. Doch daran mangelt es: Die einen wollen nicht so recht und haben mit sich genug zu tun, die anderen können nicht, weil sie als BVpta zu wenig Einfluss haben: Mission Impossible.

KH



“WARUM BRAUCHEN SIE EINEN MEDITECH-KOMMISSIONIERER-AUTOMATEN?”



ER SUCHT UND
BRINGT IHNEN DIE
BENÖTIGTEN
MEDIKAMENTE.

ER LAGERT
FÜR SIE EIN.

ER ÜBERPRÜFT IHRE
BESTELLUNGEN,
AUSLAGERUNGEN UND
IHREN BESTAND.



Apotheken verzweifelt auf der Suche nach Mitarbeitern

Experte verrät, wie eine Arbeitgebermarke dabei hilft, systematisch neues Personal einzustellen.

Die Nachfrage nach Apothekenmitarbeitern steigt stetig. Gleichzeitig sinkt die Zahl der Bewerber. Das bringt Arbeitgeber zum Verzweifeln. Schließlich wird ihre Mitarbeitergewinnung zusehends aufwändiger, wobei sich selten die gewünschten Ergebnisse einstellen. Gibt es eine Lösung für dieses nervenzehrende und gleichsam kostenintensive Problem? Die Antwort von Nicolas Klose, Spezialist für das Arbeitgebermarketing von Apotheken, ist klar:

„Eine starke Arbeitgebermarke trägt maßgebend dazu bei, die Attraktivität der Apotheke zu erhöhen, sich von der Konkurrenz abzuheben und damit die Zahl der Bewerber zu steigern“. Gerne verrät Klose in diesem Experten-Ratgeber, wie Apotheken eine starke Arbeitgebermarke aufbauen und welche Faktoren für die systematisch erfolgreiche Mitarbeitergewinnung entscheidend sind

AUF DIE DIGITALISIERUNG ALS STARKE BASIS DER ARBEITGEBERMARKE SETZEN

Klassische Maßnahmen der Mitarbeitergewinnung verlieren immer mehr an Zugkraft. Daher sollten Apotheken unbedingt auf digitale Maßnahmen setzen. Mit Blick auf den Fachkräftemangel und die starke Konkurrenz sollte darauf auch kein Unternehmen verzichten – schließlich bietet die Digitalisierung Apotheken zahlreiche Vorteile.

Eine durchdachte Präsenz in den sozialen Netzwerken unterstützt sie beispielsweise dabei, sich im Fokus der eigenen Zielgruppe als attraktiver Arbeitgeber zu positionieren. Auch eine gut gepflegte Karrierewebsite verstärkt den positiven Eindruck. Zugleich bietet eine solide Präsenz im digitalen Umfeld den nicht zu unterschätzenden Vorteil der Sichtbarkeit. Apotheken, die die

Möglichkeiten des Online-Marketings für sich nutzen, werden im Vergleich zu althergebrachten werbenden Konkurrenten nämlich viel einfacher von potenziellen Mitarbeitern gefunden.

ZIELGERICHTETE REICHWEITE FÜR DIE MITARBEITERGEWINNUNG AUFBAUEN

Jede Zielgruppe möchte dort abgeholt werden, wo sie sich tagtäglich aufhält - im Internet. Fachkräfte stellen diesbezüglich keine Ausnahme dar. Es empfiehlt sich für Apotheken also nicht, so viele Plattformen wie möglich mit ihren Inhalten zu bespielen und willkürlich Anzeigen zu schalten. Wirklich erfolgreich wird ihre Mitarbeitergewinnung erst dann, wenn sie im Vorfeld die Präferenzen ihrer Zielgruppe analysieren. Diese Erkenntnisse können Apotheken anschließend in ihr Arbeitgebermarketing einfließen lassen. Die Vorteile dieser systematischen Vorgehensweise sprechen für sich:

Dank der zielgruppenspezifischen Ansprache schonen Apotheken einerseits ihre finanziellen und zeitlichen Mittel. Andererseits stärken sie ihre Arbeitgebermarke aufgrund der klaren Kommunikation langfristig. Es geht aus diesem Grund nicht darum, eine möglichst hohe digitale Reichweite zu erzielen. Apotheken fokussieren sich am besten auf ihre Zielgruppe, damit sie ihre angestrebten Recruiting-Erfolge möglichst ressourcenschonend erreichen.

LANGFRISTIG DENKEN UND HANDELN

Wer dauerhaft erfolgreich am Markt bestehen möchte, muss langfristig denken. Das schließt von der Gestaltung der Kundenbeziehungen über die Zusammenstellung des Sortiments bis hin

zur Mitarbeitergewinnung sämtliche Geschäftsprozesse ein. Jedoch machen zahlreiche Inhaber und Inhaberinnen den Fehler, kurzfristig zu agieren. Sie bemühen sich zum Beispiel erst dann aktiv um Fachkräfte, wenn unerwartet eine Stelle frei wird. Wenig überraschend, dass sich durch das spontane Reagieren immer wieder Probleme ergeben. Schließlich fehlt nach einer Kündigung mehr als nur die Fachkraft: Kurzfristig handelnde Apotheken haben in der Regel keine starke Arbeitgebermarke kultiviert. Müssen sie dann möglichst schnell eine Stelle besetzen, reagieren sie kopflos. Sie agieren also nicht aus einer für Interessenten attraktiven Position heraus. Eine nachhaltige Mitarbeitergewinnung wird in Zeiten des Fachkräftemangels so schwer möglich.

Apotheken sollten folglich nicht erst im Bedarfsfall Ausschau nach geeignetem Personal halten. Es gilt vielmehr, sich im Kopf potenzieller Mitarbeiter dauerhaft als attraktiver Arbeitgeber zu positionieren. Das schaffen Betriebe beispielsweise, indem sie die Vorteile für ihre Belegschaft klar kommunizieren. Diesbezüglich ist jedoch wichtig zu verstehen, dass es sich hierbei nicht zwingend um finanzielle Benefits handeln muss. Auch der zukunftsichere Arbeitsplatz, familienfreundliche Arbeitszeiten oder ein kollegiales Team sind Vorteile, die Mitarbeiter zu schätzen wissen. Werden diese geboten, sollten Apotheken das in jedem Fall kommunizieren. So erleichtern sie ihre Mitarbeitergewinnung dauerhaft, da ihre Arbeitgebermarke spürbar an Wert gewinnt.

DIE UNTERSCHIEDLICHEN KANDIDATEN-TYPEN IM BLICK HABEN

Für Apotheken sind aktiv und passiv suchende Kandidaten interessant. Beide Typen können sie aber nicht mit identischen Maßnahmen zu einer Bewerbung motivieren. Während ein aktiv suchender Kandidat relativ schnell Kontakt aufnimmt, agiert ein passiv suchender Interessent zurückhaltend. Letzterer befindet sich derzeit nämlich noch in einem Angestelltenverhältnis. Damit diese Fachkraft sich aus eigenen Stücken bewirbt, wird folglich mehr Überzeugungsarbeit nötig. Dennoch sind beide Kandidaten-Typen für Apotheken wichtig, wenn sie offene Stellen besetzen möchten.

Mit Sympathie, Vertrauen und überzeugenden Gründen für einen Wechsel können Arbeitgeber dabei den passiv Suchenden zu einer Kontaktaufnahme motivieren. Für den aktiv Suchenden genügt hierfür in der Regel bereits eine hohe Sichtbarkeit. Die Überzeugungsarbeit vonseiten der Apotheke findet meist im Anschluss an eine Bewerbung statt.

AUF PROFESSIONELLE UNTERSTÜTZUNG SETZEN

Im Tagesgeschäft von Apotheken bleibt oft wenig Zeit, sich effektiv mit der eigenen Außenwirkung zu beschäftigen. Der Personalmangel trägt hierzu einen wesentlichen Teil bei. Daher können viele Apotheken das Mitarbeiter-Marketing schlicht nicht umsetzen, das in ihrer Situation notwendig wäre. Im schlimmsten Fall setzt sich dadurch eine Spirale aus fehlenden Fachkräften und Überforderung des bestehenden Personals in Gang. Ohne externe Unterstützung lässt sich dieser Kreis kaum noch durchbrechen.

Aus diesem Grund sollten Apotheken nicht davor zurückschrecken, sich an erfahrene Recruiting-Experten zu wenden. Mitar-

beiter-Marketing in Eigenregie kostet schließlich nicht nur Zeit, sondern immer auch Geld. Selbst schlechte Ergebnisse erfordern stets den Einsatz wertvoller Ressourcen vonseiten der Apotheke. Mit Blick auf den gravierenden Fachkräftemangel können sich diesen aber nur die wenigsten Arbeitgeber tatsächlich leisten.

FLEXIBEL SEIN – DEN WANDEL AKTIV MITGESTALTEN

Die Mitarbeitergewinnung über Zeitungsanzeigen oder Stellenportale bringt für kaum eine Apotheke noch die gewünschten Ergebnisse. Zugleich gehen diese Werbemittel mit einem weiteren Nachteil für Apotheken einher: Sie wirken dadurch altbacken. Das ist vor allem dann der Fall, wenn das Unternehmen generell keine tragfähige Online-Präsenz besitzt. Dabei wäre es das Ja zu einer modernen Arbeitswelt und -weise, das sich nicht nur jüngere Fachkräfte von ihrem Arbeitgeber wünschen.

Klar ist somit: Möchten sich Apotheken als modernes Unternehmen präsentieren, müssen sie sich den Veränderungen der Zeit öffnen. Das bedeutet auch, neue Strategien auszuarbeiten und bisherige Marketing-Maßnahmen auf ihre Wirksamkeit zu prüfen. Anschließend gilt es, beherrzt Verbesserungen umzusetzen. Das bedeutet für viele Apotheken selbstverständlich, noch unbekannte Wege zu beschreiten. Dieses proaktive Handeln wird sich im Rahmen der Mitarbeitergewinnung jedoch langfristig auszahlen. Es genügt nämlich nicht, eine Anzeige zu schalten und auf gute Ergebnisse zu hoffen. Erfolgreiches Recruiting setzt sich aus vielen verschiedenen Bausteinen zusammen. Eine starke Arbeitgebermarke bildet das Fundament, um dem Fachkräftemangel in Apotheken dauerhaft entgegenzuwirken.



ÜBER NICOLAS KLOSE:

Nicolas Klose ist einer der Gründer und Geschäftsführer der Klose Consulting GmbH. Als Marketingexperte unterstützt er mithilfe digitaler Marketingstrategien Apotheken und Unternehmen im Pharmabereich der gesamten DACH-Region dabei, qualifiziertes Fachpersonal zu gewinnen und eine attraktive Arbeitgebermarke aufzubauen. Seinen Kunden ermöglicht er damit, qualifizierte Mitarbeiter für ihre Apotheke mit Leichtigkeit zu finden und sie langfristig an ihr Unternehmen zu binden. Weitere Informationen unter: www.kloseconsulting.de

Streichelworte allein genügen nicht

Wieviel Ehrlichkeit verträgt das Mitarbeitergespräch?

Der Fachkräftemangel hat die Apotheken fest im Griff. In einer Studie der apoBank gibt über die Hälfte der befragten Apothekenleiter an, dass für sie fehlendes Personal zu den größten Herausforderungen im Gesundheitswesen zählt. Der Apothekenerfolg steht und fällt mit dem Team. Es öffnet frühmorgens die Tür, ist der erste Kunden-Kontaktpunkt, organisiert Termine und so vieles mehr. Das Aufgabenfeld wird immer komplexer und vielschichtiger. Umso wichtiger ist es, die erbrachten Leistungen zu würdigen.

FAZIT:

- Ehrlich sein, ohne zu verletzen.
- Den Dialog im Streitfall intensivieren.
- Mitarbeiter spüren, wahrgenommen zu werden.

Doch manchmal reagiert man als Chef völlig anders. Ein Vorschlag der Approbierten ist blödsinnig, das Meeting Zeitverschwendung und eigentlich habe ich heute auch ganz andere Dinge im Kopf. Das alles würden Sie eigentlich gerne laut sagen – tun es aber nicht. Wer will schon beim Team anecken oder gar die Mitarbeiter gegen sich aufbringen? Stattdessen schlucken die meisten Chefs unangenehme Gefühle lieber runter. Doch dann

geht man häufig frustriert nach Hause, stellt sich die Frage: Muss das wirklich so sein?

Was wäre denn die Alternative? Etwa das Konzept der „radikalen Ehrlichkeit“? Diese Theorie verspricht, soziale Beziehungen zu erleichtern und sogar mehr Nähe zu schaffen – und zwar indem man bewusst keine Notlügen mehr erzählt. Radikale Ehrlichkeit bedeutet, transparent mit seinem Gegenüber sein zu wollen, seine Gefühle, Gedanken und auch Wünsche zu teilen. Aber der Begriff wird oft falsch verstanden und mit brutaler Ehrlichkeit verwechselt. Es geht hier nicht um eine rücksichtslose Meinungs-

äußerung. Stattdessen sollte man sich bewusst machen, dass man jede Situation durch eine persönliche Brille beurteilt. Es geht darum, zwischen der Handlung, die man selbst wahrnimmt, und dem, was man in sie hineininterpretiert, zu trennen.

DAS TEAM ÜBERZEUGEN OHNE DIE EIGENE HALTUNG AUFZUGEBEN

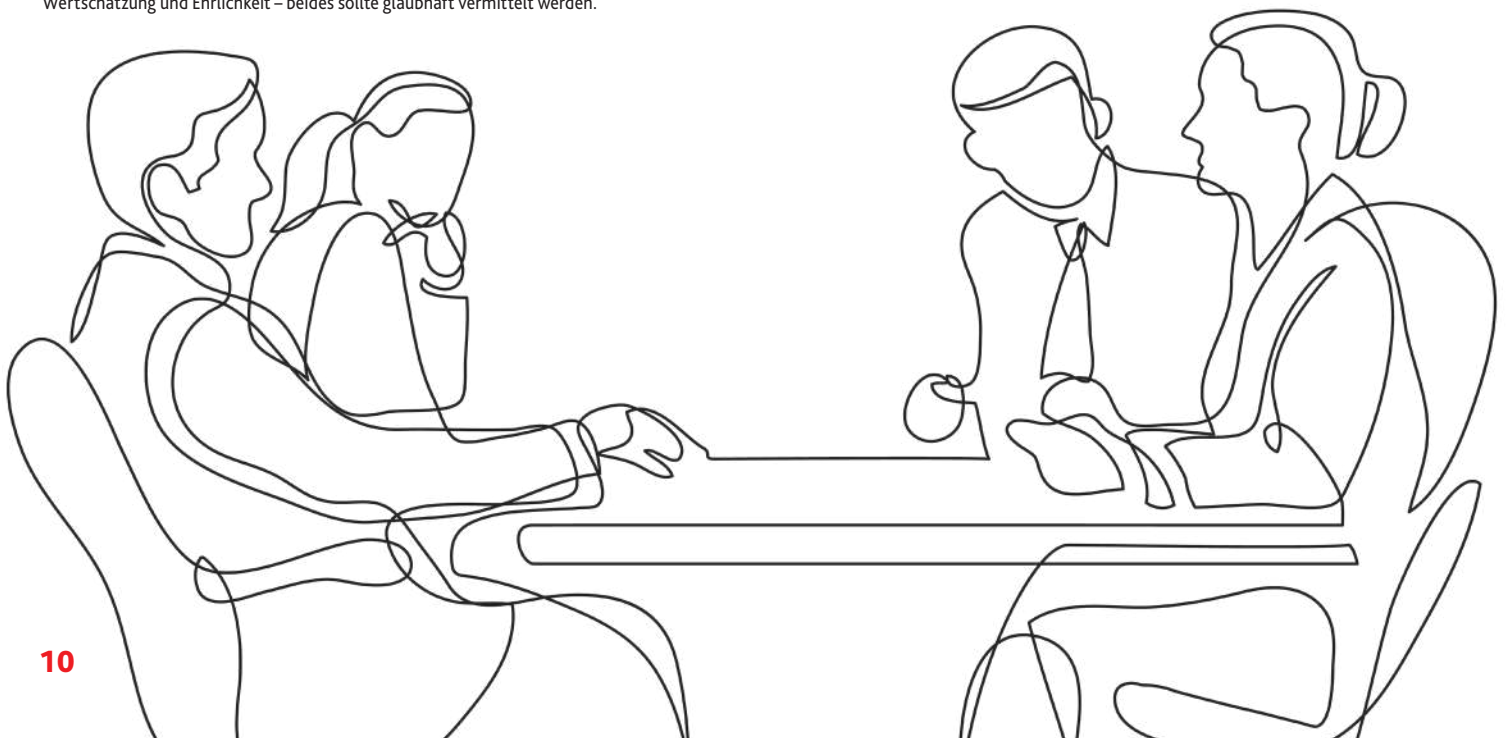
Und wie funktioniert das im Apothekenalltag? Auf keinen Fall durch herablassende Bemerkungen wie „meinen Vorschlag zur Personalplanung finde ich deutlich besser.“ Sinnvoller ist es, die Vorteile der eigenen Idee zu betonen und zu fragen, ob der Mitarbeiteransatz ebenso viele positive Auswirkungen hat. Klar, es kann dann immer noch Mitarbeiter geben, die das Gespräch eher wie ein Duell auffassen und sich auf die Seite des Mitarbeiters schlagen. Es könnte aber auch ein verbindendes Gespräch entstehen, das alle einander näherbringt.

Spricht man die Diskrepanz nie an, dann sinkt der Grad des Miteinanders. Und dann gilt es erst recht, auf den Unterschied zwischen radikaler Ehrlichkeit und Wahrheit zu achten. Wahrheit bezeichnet die tatsächlichen Umstände einer Situation. Ehrlichkeit bezieht sich hingegen nur auf die eigene Wahrnehmung.

Idealerweise finden Mitarbeitergespräche regelmäßig in einem definierten Turnus statt. Sollten Sie feststellen, dass sich Demotivation und Frustration bereits eingeschlichen haben, ist die Empfehlung, den regelmäßigen Kontakt mit der jeweiligen Person zu suchen. Bieten Sie die Möglichkeit des Gesprächs an. Dabei bleibt beim Mitarbeiter oftmals der Eindruck des „Zuhörens“ und des „Wahrgenommen-Werdens“. Ein unschätzbar wertvoller Aspekt für jeden Mitarbeiter.

■ K. Hölzel

Wertschätzung und Ehrlichkeit – beides sollte glaubhaft vermittelt werden.



„Ausgezeichnet!

Wir sind Ihr

besten IT-Partner.“



JETZT
zum Favoriten
wechseln!



PHARMATECHNIK sagt DANKE für Ihr Vertrauen.

Bei der diesjährigen Verleihung des Apotheken-Kooperationspreises haben uns über 500 Apothekenleiter/innen und Filialleiter/innen im Rahmen der Coop Study 2023 in der Kategorie „Bester IT-Partner“ mit Gold ausgezeichnet.

Ihr Vertrauen und Ihre Anerkennung sind unser Ansporn: PHARMATECHNIK ist Innovation-Leader und wird auch weiterhin maßgeblich investieren in die firmeneigene Softwareentwicklung sowie in eine betriebssichere IT, um Ihnen zukunftsweisende Lösungen für die digitale und papierlose Apotheke zu bieten. **Darauf ist Verlass.**

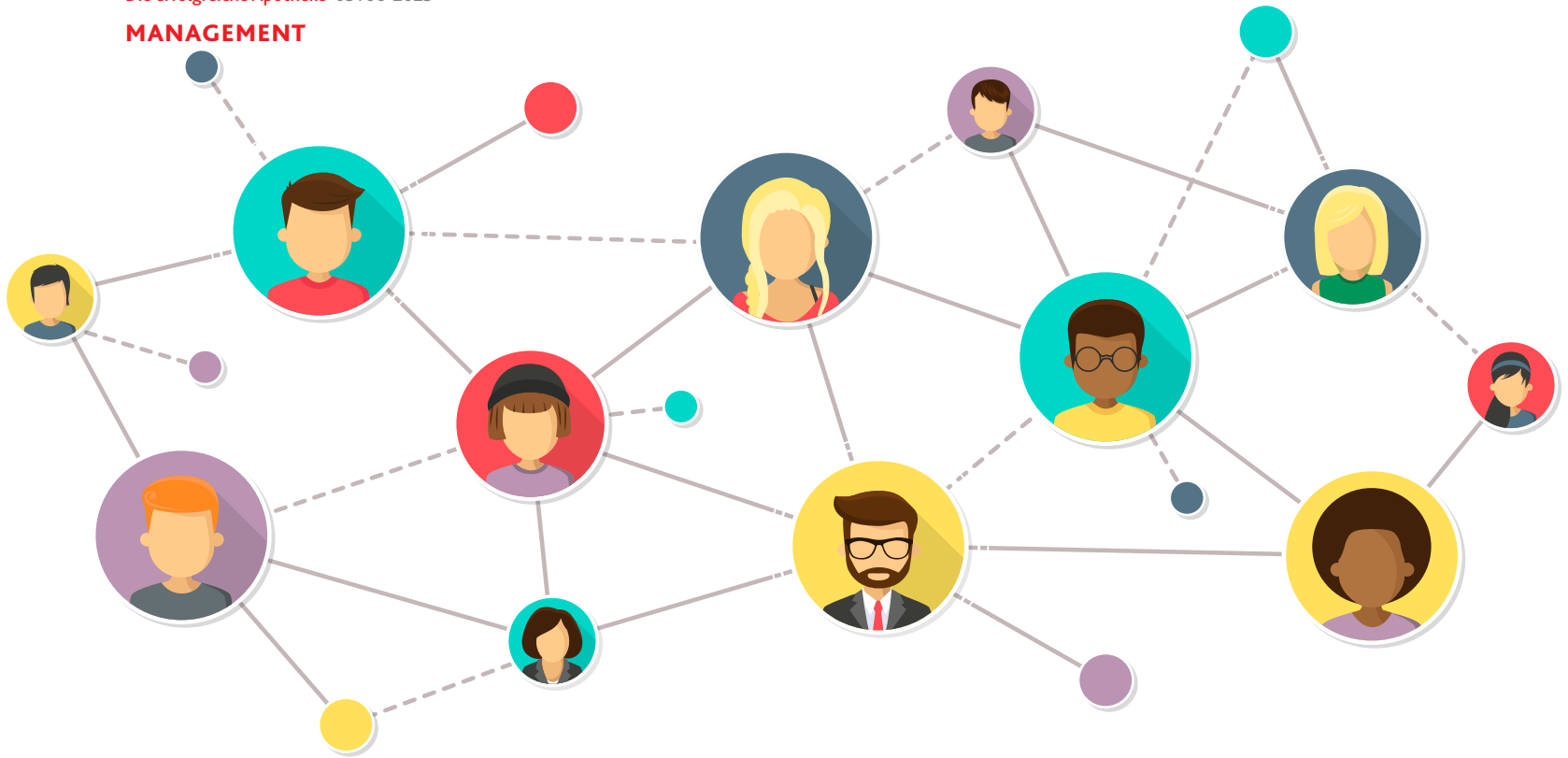
Erfahren Sie mehr unter: www.pharmatechnik.de/wechsel



PHARMATECHNIK

Das Beste für Ihre Apotheke!

MANAGEMENT



Erfolgreich durch Netzwerken:

#Denkfabrik Apotheke bietet Sichtbarkeit und Netzwerk, Informationsaustausch.

Sie kennen Tatjana Buck, Ina Lucas, Anike Oleski, Iris Blaschke? Das sind nur vier beispielhaft ausgewählte Namen einer neuen Generation Apothekerinnen, die mit unbändigem Elan und innovativen Ideen ihr neues Selbstverständnis, wie man eine Apotheke erfolgreich führt, umsetzen. Die angespannte Personalsituation, Lieferengpässe, steigende Energiekosten lassen die Visionärinnen nicht davon abhalten, ihren Weg zu gehen. Und das äußerst erfolgreich. Austausch und Netzwerk finden sie in der #Denkfabrik Apotheke, einem Zusammenschluss von führenden Frauen, die entweder Apothekerinnen sind oder mit Apotheken zusammenarbeiten.

Die Berliner Apothekerin Anike Oleski beschäftigt heute 180 Mitarbeiter in ihrer MediosApotheke. Ihr Motto ist Spezialisierung, ob HIV, Onkologie oder Cannabis. Bei der MediosApotheke widmen sich die Mitarbeiter pharmazeutischen Schwerpunkten. Das wirkt auch dem Personalproblem entgegen, denn die hochqualifizierten Apotheker:innen und PTA schätzen ihren besonderen Arbeitsplatz und bleiben.

Und weil wir gerade in Berlin sind: Gleich noch eine Apotheken-Visionärin aus der Bundeshauptstadt: Die Berlinerin Dr. Ina Lucas hatte vier Apotheken bevor sie 40 wurde und ist gemeinsam mit einer Partnerin Chefin der „Apotheken mit Herz“. Der aktuelle Generationswechsel am Apothekenmarkt kommt den beiden zugute. Sie kaufen Apotheken und integrieren ihre Philosophie auf die unterschiedlichen Standorte. „Wir sind ehrlich: Wir haben große Herausforderungen in der Apothekenbranche, aber ich habe auch eine ganz klare Vision, wie ich arbeiten möchte und die setze ich um“, sagt Dr. Lucas. Mit Erfolg. Denn der klare Fo-

kus auf Themen, Strukturen und Personal gibt Orientierung und Planbarkeit.

Der Süden Deutschlands steht dem in keiner Weise hinten nach. Denn Iris Blaschke managt gemeinsam mit ihrem Lebenspartner Dr. Stefan Hartmann die Hartmann Apotheken am Starnberger See. „Wenn Du schnell gehen willst, gehe alleine. Aber wenn Du weit gehen willst, gehe mit anderen zusammen,“ zitiert Iris Blaschke die Philosophie der drei Standorte. Bei Iris Blaschke gilt die Devise: Alles für den Kunden. Dort wird geimpft, geblistert, kostenlos zugestellt. Auf 500 m² wird umfassend beraten, vom Venenkompetenzcenter bis zum Zentrallabor.

Und Tatjana Buck, neben ihrer Tätigkeit als Apothekerin in Baden-Württemberg auch noch Mitglied des Vorstandes der dortigen Apothekerkammer. Sie schwört auf Menschlichkeit und Haltung. „Zu uns kommen die Kunden nicht weil sie müssen, sondern weil sie wollen. Bei uns geht kein Kunde ohne Lösung raus. Es wird niemand mit einer offenen Fragen alleine gelassen“, sagt Buck. Diese Full-Service-Mentalität beschert auch in kritischen Zeiten Wachstum und Zuversicht.

Die #Denkfabrik Apotheke fördert den Austausch der Apothekerinnen untereinander. Ein zugewandter Dialog und ein respektvoller Diskurs auf Augenhöhe sind wichtig. Das vertrauensvolle Teilen von Kompetenzen und innovativen Ideen treiben das von Frauen geführte Netzwerk an. Netzwerken steht für sie an erster Stelle, wenn es darum geht, in der sich kontinuierlich ändernden Apotheken- und Pharmabranche am Ball zu bleiben.

Seele in Balance

Das Unternehmerleben ist oft ganz schön kräftezehrend.

Doch gelebte Selbstfürsorge und sinnvolle Regulationsstrategien können für nachhaltige Entspannung sorgen und das Maß an Stress deutlich senken. Personalmangel, E-Rezept, Gas- und Klimakrise, Corona, Inflation und ein Strauß an privaten Sorgen. Wie soll man da noch entspannt bleiben? Ständige Anspannung kann zu einem ernsten (gesundheitlichen) Problem werden. Deshalb heißt es unbedingt, rechtzeitig durch geeignete Maßnahmen gegensteuern. Doch das klingt häufig leichter als getan, sobald der Alltag wieder über einem zusammenbricht.

WARNZEICHEN

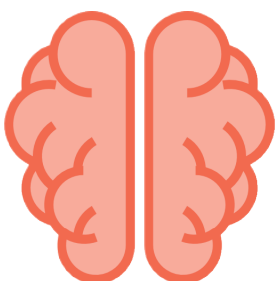
Ein gewisses Maß an Sorgen ist in der derzeitigen Situation normal. Doch dauern diese Sorgen an und gelingt es den Betroffenen nicht mehr abzuschalten und optimistisch in die Zukunft zu schauen, dann sollten sie sich Hilfe suchen. Typische Anzeichen: Energielosigkeit, Appetitmangel, Schlafstörungen, Gereiztheit, Libidoverlust und Pessimismus. Manche Unternehmer*innen, die über eine seelische Disbalance klagen, sind zwischenzeitlich etwas aus ihrer Mitte geraten. Dabei hilft es unheimlich, offen über ihre Probleme zu sprechen und Anregungen für mögliche Lösungsstrategien zu bekommen. Wenn das nicht mehr ausreicht, dann gilt es neue Strategien zu erlernen und diese auch wirklich im Alltag einzusetzen.

SELBSTKONTROLLE ZURÜCKERLANGEN

Oft grübeln wir sprichwörtlich über die verschüttete Milch von gestern. Doch Dinge, die wir nicht ändern können, rauben uns Kraft. Besser ist es, sich wieder aufzurichten, nach vorne zu schauen und ein neues, konkretes Ziel zu stecken. Dabei bestimmen unsere Gedanken das Handeln und die Emotionen. Alle drei Dinge stehen in einer engen Beziehung zueinander. Dieser Kreislauf hindert uns manchmal daran, auf unsere eigenen Bedürfnisse zu achten und sie zu befriedigen. Auf Dauer macht das unzufrieden. Wenn dann noch Glaubenssätze hinzukommen, wie z.B. erst die Arbeit, dann das Vergnügen, wird es immer schwerer achtsam mit sich und anderen umzugehen.

THINK

Ich möchte mehr Yoga machen



ACT

Mache Yoga



FEEL

Ich fühle mich toll



WAS KANN MAN ALSO TUN?

Im ersten Schritt verändert man bewusst seine Gedanken. Es kann zum Beispiel sein, dass ich mein Bedürfnis nach Erholung sehr gut kenne. Ich weiß, dass ich dazu neige, dies zu übergehen, wenn es in der Apotheke stressig wird und weiß auch, dass ich mich anschließend noch miserabler fühle. Beim nächsten Mal, wenn ich den Gedanken habe „Pause ist nicht so wichtig“, hinterfrage ich diesen Gedanken und entscheide mich evtl., ihn zu ändern: „Ich brauche eine Pause, um konzentriert und zufrieden weiterarbeiten zu können. Dadurch kann ich bessere Entscheidungen fällen und auch zu Kunden und Mitarbeitenden freundlicher sein“. Daraufhin handele ich und mache eine Pause. Ich mache einen kurzen, erholsamen Spaziergang und meine Gefühle bewegen sich in Richtung Zufriedenheit.

Schaffe ich es in einem Moment nicht, meine Gedanken zu steuern, so wähle ich Schritt zwei und beeinflusse mein Handeln. Das heißt konkret, wenn ich bemerke, ich werde beim Arbeiten unruhig und unkonzentriert, dann stehe ich auf und verändere mich ganz bewusst. Vielleicht springe ich etwas auf und ab, biege mich in alle Richtungen oder gehe ein paar Schritte vor die Tür. Indem ich dies mache, ändern sich auch meine Gedanken, eventuell hin zu „Ah, die Pause ist aber gut“ und meine Gefühle eventuell in Richtung Freude.

Nun zum dritten Schritt des Dreiecks: Dieser Teil ist nur schwer allein zu beeinflussen. Man kann sich nicht einfach entscheiden, nicht mehr unzufrieden oder einsam zu sein. Was jedoch funktioniert, ist, dass man lernt sich der eigenen Frustration nicht mehr hinzugeben. Besonders gut gelingt das, indem man in einem gelassenen Moment die Dinge aufschreibt, die einen in einen ruhigen und glücklichen Gemütszustand versetzen. Das kann zum Beispiel ein Lieblingssong, eine Tasse Tee, oder das Bild eines besonderen Menschen sein. Kenne ich diese Glücksanker, setze ich sie gezielt ein, sobald ich bemerke, dass ein kleiner Funken Frust aufkommt und lenke meine Gefühle bewusst in Richtung Ruhe. Sobald man beginnt Gedanken, Gefühle und das eigene Handeln ganz bewusst wahrzunehmen, erlangt man ein Stück Kontrolle, über die eigenen Regulationsmechanismen zurück und kann quälende Gedankenspiralen abstellen.

SCHLUSS MIT PERFEKTIONISMUS

Mitunter sind es jedoch gar keine äußeren Faktoren, die uns unter Stress setzen. Es sind unsere eigenen Leistungsansprüche, die uns das Leben schwer machen. „Ist es als Unternehmer*in nicht Pflicht, sich immer wieder ambitionierte Ziele zu setzen?“, wird sich der ein oder andere vielleicht fragen. Doch niemand kann alles zu hundert

KONZEPTE

Prozent erledigen. Verbunden mit dem Perfektionismus sind meist hohe Ansprüche und Erwartungen an sich selbst. Perfektionisten wollen keine Fehler machen. Entsprechend leiden viele unter Versagensangst oder der Angst, ein Scheitern würde ihr Ansehen oder die Wertschätzung anderer reduzieren und das macht Dauerstress. Vor allem aber führt Perfektionismus zum Tunnelblick. Egal was Betroffene erreichen, es scheint nie gut genug. In diesem Fall spricht man auch von einem Dysfunktionalen Perfektionismus.

Um den überhöhten Eigenanspruch abzubauen, gibt es eine gute Methode, die man auch gemeinsam mit der Familie praktizieren kann. So wird sie zum Ritual, was wiederum den Stresspegel senkt. Feiern und Bedauern Sie jeden Tag. Notieren Sie sich dabei, was besonders gut funktioniert hat und wie Sie dazu beigetragen haben. Bedauern Sie die Dinge, die Sie heute nicht positiv beeinflussen konnten. Notieren Sie auch einen Wunsch für den nächsten Tag. Nach und nach werden Sie bemerken, wie viele Dinge sich auf der positiven Seite sammeln. Denken Sie dabei daran, wenn es an einem Tag mal nicht funktioniert, ist das kein Beinbruch. Schließlich wollen Sie nicht mehr so perfektionistisch sein.

DAS RICHTIGE MINDSET ENTSCHEIDET

Resiliente Menschen zeichnen sich häufig durch einen besonders optimistischen Blick auf das Leben aus. Das klingt verträumter als es ist. Es ist nicht so, dass sie die Realität des Lebens nicht anerkennen können, doch sie schaffen es, auch in problematischen Situationen, den Blick für das Positive nicht zu verlieren. Nur so können sie genug Kraft tanken, um Probleme anzugehen und produktive Lösungen zu finden. Wer ein positives und optimistisches Mindset hat, kann sich viel offener mit Schwierigkeiten auseinandersetzen als ein Mensch, der stets das Schlimmste erwartet. Denn mit einem positiven Mindset ist auch die Vorstellung verbunden, was alles möglich ist. Wenn man vor einer großen Aufgabe steht, spielt das Mindset eine entscheidende Bedeutung. Führen wir hierfür ein konkretes Beispiel an. Sie möchten gerne



ANNA SCHATZ,
Inhaberin, Hochwirksamkeitscoach für Manager und Führungskräfte HealthCareComm GmbH

mit Ihren Apotheken auf Social-Media aktiv werden, haben allerdings selbst noch keinerlei Erfahrung damit und auch Ihre Mitarbeitenden sind eher zurückhaltend. Es hängt nun vor allem von Ihrem Optimismus und Ihrem Mindset ab, ob Sie diese Aufgabe überhaupt angehen, oder komplett verweigern. Denken Sie ständig nur daran, was alles schiefgehen kann, wieviel Aufwand es ist und dass es gut sein kann, dass Sie es nicht gut hinbekommen, haben Sie in der Regel Angst überhaupt anzufangen.

Wer jedoch resilient und positiv in die Welt blickt, wird das Projekt angehen. Auch diese Menschen können scheitern. Es kann sein, dass es sehr lange dauert, bis sie Erfolg haben, oder der Mitarbeiter, der zu einer teuren Fortbildung gegangen ist, kündigt kurz darauf. Doch optimistische Menschen denken daran, wie gut es sich anfühlen wird, wenn die Apotheke sichtbar wird, neue Kunden auf Angebote aufmerksam werden und sich potenzielle Bewerber initiativ melden, weil die Mitarbeitenden endlich genauso sympathisch zu sehen sind, wie sie wirklich sind.

Um das Mindset nachhaltig in Richtung positiv zu verändern, lohnt es sich, vor jeder neuen Aufgabe kurz innezuhalten. Wie könnte es ausgehen, wenn es besser läuft, als Sie es grade noch für möglich hielten? Notieren Sie sich genau dieses Szenario, als Option auf einen Zettel, der deutlich sichtbar an ihrem Arbeitsplatz hängt.

■ A. Schatz

BEWUSSTE PAUSEN

Planen Sie feste Zeiten fürs Entspannen ein und gewöhnen Sie sich daran, diese strikt einzuhalten. Z.B. jeden Morgen 20 Minuten.

Nach 45 Minuten Konzentration braucht das Gehirn eine Pause, sonst fällt die Arbeitsleistung um bis zu 30% ab. Am Anfang Wecker stellen nicht vergessen.

BESSER SCHLAFEN

Sorgen Sie für einen guten Schlaf.

Feste Zubettgehzeiten, keine Elektronik, kein Licht und schöne Rituale sorgen dafür, dass Sie erholsam schlafen.

FREUNDSCHAFTEN PFLEGEN

Ein bis zwei enge Vertraute reichen, um das Grundbedürfnis nach sozialem Austausch zu befriedigen.

SPAZIEREN GEHEN

Sie müssen nicht gleich Waldatmen, doch die stressreduzierende Wirkung der Natur ist wissenschaftlich belegt. 20-30 Minuten im Grünen senken den Cortisolspiegel nachhaltig. Also, raus an die frische Luft.



Ausgezeichnet aufgestellt

für Ihre Empfehlung

ÖKO-TEST

vitamin B12-Loges
1.000 µg, Kapseln

sehr gut

ÖKO-TEST Magazin
02/2023

Gezielte Vitamin B₁₂- Versorgung

zum Diätmanagement bei
gestörter Vitamin B₁₂-Aufnahme*



Komplett, mit allen 8 B-Vitaminen

plus Cholin, Inositol
und Pangamsäure



TOP-MARKE
2022

**VITAMIN B LOGES
KOMPLETT**

KATEGORIE:
VITAMIN B KOMBINATIONEN

BASIS: IVDA COMMERCIAL UND
MANAGEMENT CONSULT MALTE W. WILKES

Die erfolgreiche
Apotheke

Q10-Loges®



Clevere Q10-Duo- Formel

mit
Ubichinon
und
Ubichinol

magnesium-Loges®



Einzigartiges Magnesium- Konzept

mit
drei organischen
Magnesium-
salzen

vitamin D-Loges®



Individuelle Vitamin D- Versorgung

als praktisches
Wochendepot
oder
Tagesversorgung

selen-Loges®



Flexible Selen- Versorgung

mit 50, 100 und
200 µg gut
verwertbarem
Natriumselenit

omega3-Loges®



Hochdosierte Omega-3- Fettsäuren

plus Astaxanthin
oder
pflanzlich aus
Mikroalgen

zink-Loges®



Durchdachtes Zink- Konzept

aus zwei
organischen
Zink-Verbindungen
und Kupfer

Mehr entdecken:



Mehr Präparate entdecken auf www.loges.de

*Bei vitamin B₁₂-Loges® 1.000 µg handelt es sich um eine bilanzierte Diät. Dieses Lebensmittel für besondere medizinische Zwecke ist nicht als einzige Nahrungsquelle geeignet und darf nur unter ärztlicher Aufsicht verwendet werden.

Dr. Loges + Co. GmbH, Schützenstraße 5, 21423 Winsen (Luhe).

Dr. Loges 
Naturheilkunde neu entdecken



Grenzen der Belastbarkeit erkennen

Unterstützung für das Team. Stress-Situationen managen.

Die Apotheke ist in der Winterzeit oft rappellvoll, der nächste Urlaub noch in weiter Ferne. Da können die Nerven im Team schnell blank liegen. Damit der Stress sich nicht zu einer negativen Abwärtsspirale entwickelt, können Sie für sich und Ihre Mitarbeitenden Antistress-Maßnahmen ergreifen. Dauerhafter Stress wirkt sich negativ auf Geist und Körper aus. Doch gerade in der Infektzeit lässt sich eine hohe Arbeitsdichte kaum vermeiden. Was Sie aber fördern können, ist Ihre eigene Belastbarkeit

und die Ihres Teams einzugrenzen, um gut durch die stressige Zeit zu kommen. Wie Sie als Chef oder Chefin die Arbeit für alle gestalten, kann also die Ressourcen des Teams zur Stressbewältigung erweitern. Ein erster Ansatzpunkt ist die Vorhersagbarkeit der Arbeitsabläufe. Wenn Ihre Mitarbeitenden klar voraussagen können, welche Aufgaben sie in Art und Reihenfolge abuarbeiten haben, können sie auch abschätzen, mit welcher Stresssituation sie zu welchen Zeitpunkten

zu rechnen haben. Diese Vorausschau macht es möglich, rechtzeitig Vorkehrungen zu treffen, dem Stress auszuweichen, ihm vorzubeugen oder ihn wirksam z.B. durch Personalrotation zu bekämpfen. Zudem mindert diese Vorhersehbarkeit Angst und fördert Phasen der Entspannung.

IMMER MEHR ANGEBOTE BEI GLEICHEN ARBEITSZEITEN?

Stressvermeidung im Team und bei sich selbst beginnt mit der Prozessoptimierung, also der Festlegungen, wer macht was bis wann, wer springt im Notfall ein, welche Aufgabe kann noch warten und von welchem Kunden-Angebot aus ruhigen Zeiten sollte sich die Apotheke trennen! Dabei ist ganz entscheidend: Das Gewähren von Handlungsspielräumen und das Ermuntern, Fehler zuzugeben, um aus ihnen im Anschluss Lerneffekte zu extrahieren, reduzieren das Ausgeliefertsein an äußere Stressoren. Positiv wirkt es sich zudem aus, wenn das Team weiß, dass Feedback an den Chef erwünscht ist. So lassen sich Probleme rechtzeitig detektieren. Nötig ist auch, Ziele transparent zu machen und sie in Teilziele zu zerlegen.

FAZIT:

- Organisation an veränderte Aufgaben anpassen.
- Rationale und emotionale Unterstützung.
- Deeskalation herbeiführen.



Manchmal kommt es in der Apotheke zur Überraschung aller Teammitglieder dazu, dass der erwartete und „befürchtete“ Kundenstrom sich zeitlich verschiebt. Nicht nur ein Zuviel an Arbeit verursacht dann den Stress, auch ereignisarme Arbeiten wirken sich negativ auf Mitarbeiter aus. Denn bei solchen Tätigkeiten leidet das Gehirn. Wird der Geist aber ständig gelangweilt, sinkt das Aktivierungsniveau. Das Risiko von Fehlleistungen, Unfällen sowie Langeweile, Müdigkeit oder Desinteresse nimmt zu.

EMOTIONALE UNTERSTÜTZUNG UND MEHR INFORMATION

Der soziale Rückhalt, den ein Mitarbeiter bei Kollegen und Vorgesetzten findet, verringert die Häufigkeit von Stressoren, dämpft die Intensität von Stressreaktionen und mildert die gesundheitlichen Folgen von Dauerstress. In die Kategorie „Emotionale Unterstützung“ fallen die Handlungen Dritter, die Verständnis, Vertrauen, Zuneigung und Fürsorge signalisieren. Beispiel: „Bei Misserfolgen versuchen meine Kollegen, mich aufzumuntern.“ In Abgrenzung zur emotionalen Unterstützung zählen nützliche Informationen, Tipps und Ratschläge, die als Hilfe zur Selbsthilfe verstanden werden können. Beispiel: „Bei Problemen kann ich mich um Rat an meine Chefin wenden.“ Die Unterstützung durch Bestätigung und Anerkennung sind zur Wertschätzung immer wieder angebracht. Beispiel: „Mein Chef lobt mich, wenn ich gute Arbeit leiste.“

■ K. Hölzel

Belastbarkeits-Test

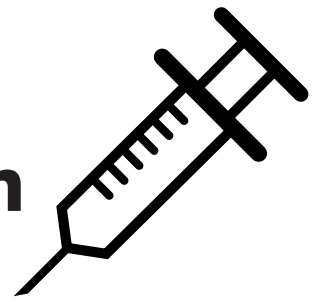
Mit diesem Test können Sie herausfinden, was Sie im Alltag belastet. Nach der Auswertung haben Sie eine Rangliste Ihrer Belastungen vor sich liegen. Bewusstwerden ist der erste wichtige Schritt, um Belastungen abzubauen.

	Ja	Nein
Hohe Verantwortung am Arbeitsplatz, z.B. großes Risiko, einen Schaden zu verursachen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Oder umgekehrt: Das Gefühl, allgemein nicht ausgelastet zu sein	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Unzufriedenheit mit den Arbeitsbedingungen, z.B. komplizierte Vorgaben	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Meine Arbeitszeiten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Störungen bei der täglichen Arbeit, z.B. Unterbrechungen durch Mitarbeitende, schlechte Planung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Verschiedene Anforderungen am Arbeitsplatz, denen ich nicht gleichzeitig gerecht werden kann	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Starke Anstrengung bei der Arbeit, z.B. hohe Konzentration	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Persönliche Spannungen am Arbeitsplatz, z.B. mit Kollegen, Kunden	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Befürchtung einer drohenden Verschlechterung der bestehenden Lebenssituationen, z.B. durch Krankheit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



Aggressive Konflikte mit Kunden deeskalieren.

Warum Impfungen in Apotheken die Impfbereitschaft erhöhen



Apotheker:innen dürfen Personen, die älter sind als 18 Jahre gegen Grippe impfen und Menschen, die zwölf Jahre oder älter sind, die Corona-Schutzimpfung verabreichen. Eine Umfrage hat nun erhoben, welche Erfahrungen sie damit bislang gemacht haben – und zeigt, dass die leichte Erreichbarkeit von Apotheken als Vorteil in allen Altersgruppen wahrgenommen wird.

Niedrigschwellig und wohnortnah – dafür stehen Impfangebote in Apotheken. Nach erfolgreichen Modellprojekten für die Grippe-schutzimpfung dürfen entsprechend geschulte Apotheker:innen nun auch Personen ab dem vollendetem 12. Lebensjahr gegen das Coronavirus SARS-CoV-2 impfen. Möglich wurde das durch eine Änderung des Infektionsschutzgesetzes (IfSG) im Dezember 2021.

Welche Erfahrungen haben sie in der Praxis damit gemacht? Das hat das Pharmaunternehmen Pfizer über 14 Fragen auf der Online-Plattform „DeutschesApothekenPortal“ (DAP) erheben lassen. 1186 Apotheker:innen haben an der Befragung teilgenommen, davon hatte ein knappes Drittel tatsächlich Impfungen durchgeführt.

Aus den Antworten geht hervor, dass sich vor allem Über-60-Jährige in Apotheken gegen SARS-CoV-2 haben impfen lassen. In 45 Prozent der Fälle war die Initiative zur Impfung von den Kund:innen ausgegangen. Knapp 40 Prozent war diese Möglichkeit proaktiv von den Pharmazeut:innen angeboten worden. Drei Viertel der geimpften Personen zählten zur Stammkundschaft. Als Hauptgrund für ihre Impfentscheidung zugunsten der Apotheke nannte die Mehrheit die leichte Erreichbarkeit (58,6 %), gefolgt von „keine Wartezeiten“ (42,1 %) und von „Probleme bei der Vereinbarung eines Termins in einer Arztpraxis oder in einem Impfzentrum“ (38,8 %).

IMPFQUOTEN STEIGEN

Bereits die Modellprojekte zur Grippe-schutzimpfung der vergangenen Jahre hatten gezeigt, dass Impfungen in Apotheken besonders auch jene Menschen erreichen, die ansonsten nicht zur Impfung kommen würden. Wenn es leichter wird, sich impfen zu lassen, steigen die Impfquoten. Denn der ausbleibende Impftermin hat oftmals nichts mit einer möglichen Ablehnung zu tun, sondern eher alltagspraktische Gründe. Impfpapotheken erleichtern den Zugang durch ihre gute Erreichbarkeit, günstige Öffnungszeiten und kurze Wartezeiten. Nicht zuletzt machen sie Impfungen stärker „sichtbar“ und erinnern somit daran, diese Schutzmaßnahme für sich zu nutzen.

Die beteiligten Apotheker:innen fühlen sich in dieser Aufgabe – wie schon beim Grippe-schutz – mehrheitlich kompetent und sicher (86,4 %). In den meisten Fällen (98,4 %) liefen die Impfungen problemlos. Und so wären viele Apotheker:innen auch für weitere Impfungen bereit, wie die Umfrage zeigt: Am häufigsten nannten sie die Schutzimpfung gegen FSME, gefolgt von der Kombinations-

impfung gegen Tetanus/Diphtherie/Pertussis, gefolgt gegen Herpes zoster sowie gegen Pneumokokken. Nicht zuletzt mit Blick auf die ärztliche Unterversorgung auf dem Land könnten Apotheken-Impfungen also einen wichtigen Beitrag zur Gesundheitsversorgung und Prävention leisten

MEHRHEIT FÜR FSME-IMPFUNGEN

Das gilt insbesondere für die FSME-Schutzimpfung zur Verhinderung von Gehirn- und Hirnhautentzündungen infolge eines Zeckenstichs. Fast die Hälfte aller Stadt- und Landkreise in Deutschland gelten laut Robert-Koch-Institut als FSME-Risikogebiete. Im Jahr 2021 waren 99 Prozent der gemeldeten FSME-Erkrankten nicht oder unzureichend geimpft. Niedrigschwellige Impfangebote in Apotheken könnten hier rasch Abhilfe schaffen. Dass es gut funktioniert, das haben die Grippe-schutz- sowie die Corona-Impfungen in den Apotheken gezeigt. Und das zeigen auch Beispiele aus dem Ausland: Derzeit dürfen Pharmazeut:innen in sechs europäischen Staaten gegen FSME impfen, in zehn Ländern gegen Pneumokokken und in zwölf gegen Grippe. In Deutschland sind Grippe-schutzimpfungen seit Oktober 2022 als Regelleistung von Apotheken erlaubt.

RAMIN HEYDARPOUR, Mitarbeiter bei Pfizer in Deutschland im Bereich Market Access, studierte Pharmazie an der Philipps Universität Marburg und besuchte die Fachhochschule Schmalkalden mit Abschluss 2011 als Apothekenbetriebswirt.



Seit 2017 ist Ramin Heydarpour ehrenamtlicher Pharmazierat in Berlin und seit 2019 Referent der Apothekerkammer Berlin für begleitenden Unterricht. 2021 übernahm er für 14 Monate die fachliche Leitung der Pharmazie im Impfzentrum Berlin.

Hevert ist bunt

... unsere Vitamine sind gelb



Hevert – Ihr Vitaminspezialist

- Apothekenexklusiv und in Top-Qualität
- Sicher in der Dosierung
- Frei von bedenklichen Farb-, Konservierungs- und Zusatzstoffen

Für ein gutes Gefühl bei Ihrer Empfehlung.



Wissen ist unsere Stärke

Kostenfreie Online-Seminare für Apotheker:innen und PTA. Registrieren Sie sich und nutzen Sie unser umfangreiches Fortbildungsangebot unter www.hevert-akademie.de



HEVERT
ARZNEIMITTEL

News

RAN AN DIE APP!



Mit EMMA – der App zur ADG Warenwirtschaft kann Ihr Team die Aufgaben der Inventur, Lager- und Regalpflege mobil erledigen. Sie können mit der App einfach die zu bearbeitende Artikelliste aus der Warenwirtschaft aufrufen, Artikel einscannen, bearbeiten und zurück an das System senden. So schnell und so praktisch hat Ihr Team die Arbeit noch nie erledigt! Mehr zu EMMA erfahren Sie im Video auf: www.adg.de/emma.

360° AKTIVIERUNGSPAKET VON ARCARDO

Seit mehr als 20 Jahren entwickelt arcado innovative MarTech-Lösungen und Verkaufsförderungskonzepte für die Branchen Lebensmittelhandel, Drogerie, Non-Food, Entertainment, Pharma und HealthCare. arcado bietet seinen Kunden einen Full-Service von der Konzeption über die technische Umsetzung bis hin zum Clearing und empfiehlt sich im Bereich Pharma & Apotheke mit einem 360° Aktivierungspaket mit Coupon Clearing, digitalen Coupons, Check-Out Couponing, Landing Pages, Kunden-/Loyaltyprogrammen und individuellen Digitalpaketen für zusätzliche Reichweite und Abverkauf. dirk.jenkis@arcardo.com



MEHR ERTRAG IN DER APOTHEKE MIT IXOS VK 4.0

Um den zeitlichen und personellen Aufwand für die manuelle Preispflege eines umfangreichen Apotheken-Sortiments deutlich zu reduzieren, bietet PHARMATECHNIK mit IXOS VK 4.0 ein Softwaremodul an, welches vollautomatisiert und gestützt durch künstliche Intelligenz (KI) den jeweils optimalen Preis kalkuliert. Dabei vergleicht IXOS 4.0 das individuelle Preiskonzept der Apotheke mit den aktuellen Informationen aus dem Markt. Die Praxiserfahrung zeigt, dass mit IXOS 4.0 mehrere hundert Euro Rohertragssteigerung pro Monat möglich sein können, bei gleichzeitiger Einsparung an Prozesszeit. www.pharmatechnik.de/produkte/ixos-module/ixos-vk-4-0

Impressum
Herausgeber: BVDAK e.V.
1. Vors.: Dr. Stefan Hartmann
Römerstraße 32
82205 Gilching
Tel.: 08105 / 774248
www.bvdak.de

Höchste Zeit für Spurwechsel

BVDAK-Kooperationsgipfel zeigt Zukunftswegen für die Apotheken vor Ort auf.

Mit vorsichtiger Lösungsfindung und etwas Feinjustierung sei es im Arzneimittelmarkt nicht mehr getan. Vor allem die Apotheken vor Ort stünden vor einem ganzen Krisenpaket. Die Liste sei lang und umfasst einen über zehnjährigen Honorarstopp, den Fachkräftemangel und die lähmende Bürokratie. „Viele dieser Krisen haben sich über lange Zeit hinweg entwickelt, wurden aber von der Politik nicht ernst genommen. Nun treffen sie uns gleichzeitig und massiv. Doch um nicht nur an der Oberfläche zu kratzen, geht der BVDAK nun laut und sichtbar voran“, so Dr. Stefan Hartmann auf dem mit fast 500 Teilnehmern besuchten 15. BVDAK-Kooperationsgipfel in München. Wer sich deutlich vernehmbar in der Gesundheitspolitik melde, habe bessere Chancen, um erfolgreich zu sein. Eine Honorarreform im Apothekensektor könne durch gemeinsames und entschlossenes Handeln in Angriff genommen werden. Dabei sei es



BVDAK-Vorsitzender Dr. Stefan Hartmann: „Das Angebot von 50 Cent mehr Honorar ist ein einziger Offenbarungseid.“

wirtschaftlich sinnvoll, auf die Kraft der Kooperation zu setzen und damit gemeinsam Erfolge zu erzielen. In einem Markt, der sehr viele Einzel-Apotheken wirtschaftlich bedrohe, sei das Kooperieren überlebenswichtig geworden.

Dazu diskutierte man auf dem Münchener Gipfelkongress und innerhalb des Verbandes über eine konkrete Honorarerhöhung, die jedoch zu 60 bis 70 Prozent

direkt dem Bundesrahmentarif zugeführt werden solle, damit die Angestellten in den Vor-Ort-Apotheken davon unmittelbar profitieren. Mit der Gehaltserhöhung könne man den Mitarbeitern endlich für ihren Einsatz danken und sie für die Idee der BVDAK-Aktion begeistern.

Den Blick auf die Pharma-Szene der Zukunft richtete beim 15. BVDAK-Kongress Malte W. Wilkes. Es gehe dabei nicht mehr um eine „Reform-Operation“, sondern um Regulation. Diese Entfesselung zum Unterwandern des Bestehenden brauche mehrere Merkmale: der Widerstand müsse durchdacht sein, es brauche passendes Führungspersonal, eine Zielverschiebung mit einer langlebigen attraktiven Ertrags-Spanne und ein perfektes Netzwerk. Das setze eine erlebbare Stärke voraus – also nichts für Feiglinge. Nur so könne die notwendige Zeitenwende gelingen.

Mehr Sicherheit. Mehr Verlässlichkeit. Mehr Zukunft.

Das Warenwirtschaftssystem PROKAS liefert die richtigen Prozesse für die vielfältigen Anforderungen in Apotheken und überzeugt mit einer leicht zu bedienenden Ausstattung am HV und im Backoffice. Der Apothekenbedarf ist individuell und stetig im Wandel. Umso wichtiger ist es, ein System zu haben, welches sich flexibel anpassen und erweitern lässt. Ganz egal, ob als eine ideale Unterstützung bei der Kundenberatung, für den Ausbau weiterer Geschäftsfelder oder für das Managen mehrerer Apotheken – PROKAS bietet für jeden Anspruch eine passende Lösung. Seit Jahrzehnten bewährt und immer up-to-date. Interesse geweckt? Jetzt mehr erfahren unter www.awinta.de/warenwirtschaft/prokas/



Jetzt auch mit Schmucksteinchen

Für die flachgestrickten Kompressionsstrümpfe BELSANA impuls gibt es jetzt ein neues Fashion-Highlight: Ab sofort können Lip- und Lymphödempatientinnen ihre Strümpfe auf Wunsch mit eleganten Schmucksteinchen im Metallic-Look veredeln lassen – bestellbar für ausgewählte Beinversorgungen in den Strumpfarben Mocca, Blau, Earl-Grey und Schwarz. Exklusiv in der Apotheke! www.belsana-apotheken.de

ZITAT DES MONATS

„Es ist schade, dass wir das letzte Jahr nicht so genutzt haben, das E-Rezept in der Apotheke zu platzieren, wie es möglich gewesen wäre.“

Ralf König, 1. Vorsitzender der E-Rezept Enthusiasten

Die erfolgreiche Apotheke 05+06-2023

VERMISCHTES / IMPRESSUM

LACHEN IST PHARMAZEUTISCH WIRKSAM*

Alljährlicher Check-up beim Internisten: Blutwerte, Lunge, Blutdruck, Prostata, das Übliche. Der Arzt lässt den Mann im Untersuchungsraum sitzen und schaut ins Wartezimmer hinein, in der die Ehefrau geduldig wartet: „Ihr Mann gefällt mir aber gar nicht.“ „Mir auch nicht, aber die Kinder hängen so an ihm.“

MITARBEITERMOTIVATION IST KOMPLIZIERT? ES GEHT EINFACHER!

Lob ist immer
ein Geschenk –
nicht nur zu
Weihnachten
(aber auch)

DIE
POSITIVES
WERTSCHÄTZUNGSKARTEN

www.die-positives.de



HERAUSGEBER Thomas Knoll
REDAKTION Jan Tittelbach,
Redaktionsbüro permanent,
Wirtschaftsförderung GmbH & Co KG,
Benzenbergstraße 43, 40219 Düsseldorf,
jan.tittelbach@permanent.de
VERLAG Apo-Verlag AG,
St. Wolfgang Strasse 93, LI-9495 Triesen,
info@d-e-a.eu
VERLAGSLEITUNG Ralf Doeker
GRAFIK / LAYOUT permanent,
Wirtschaftsförderung GmbH & Co KG
info@permanent.de

ANZEIGEN Ralf Doeker, AVIER Medien GmbH,
Wasserburger Straße 42, 88149 Nonnenhorn,
Tel. 08382 99700 0, info@avier.de
ANZEIGENPREISLISTE Es gilt die Preisliste von
„Die erfolgreiche Apotheke“ Nr. 16 vom 01.01.2023
DRUCK / HERSTELLUNG L.N. Schaffrath GmbH &
Co. KG DruckMedien, Marktweg 42-50, 47608 Geldern

VERTRIEB DeA erscheint monatlich,
Jahresabonnement (inkl. Porto):
Deutschland/Österreich € 50; Schweiz/FL sFr. 90;
Einzelheft (zuzügl. Porto): € 5; sFr. 8,10

COPYRIGHT UND ALLGEMEINE HINWEISE
Die Zeitschrift sowie alle in ihr enthaltenen einzelnen
Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich
geschützt. Namentlich gekennzeichnete Beiträge
geben nicht immer die Meinung der Redaktion
wieder. Für unverlangt eingesandte Manuskripte/
Fotos keine Haftung. Nachdruck und Übersetzung
veröffentlichter Beiträge bedürfen, auch auszugsweise,
der Genehmigung des Verlages. Im Falle von
Herstellungs- und Vertriebsstörungen durch höhere
Gewalt besteht kein Ersatzanspruch.
© Copyright bei Apo-Verlag AG, www.d-e-a.eu

IA-PHARM
geprüfte IA-PHARM 2020



Mitglied der Informationsgemeinschaft
zur Feststellung der Verbreitung
von Werbeträgern e.V.

Verbreitete Auflage:
IV/22 16.837

Apotheker Lobby scheitert voran

Gewaltfreier Ungehorsam oder „zahnlos“ durch die Institutionen

Die gesellschaftliche Ordnung verändert sich. Wir kleben nicht mehr eng zusammen. Sondern manche aus Protest am Boden. Wir spüren das bis zu jeder Abbruchkante. Der altbackene Lobbyismus der Interessengemeinschaften wird sich ändern müssen.

Der US-Philosoph Henry David Thoreau verweigerte 1846 seine Steuerzahlungen. Er hielt staatlich erlaubte Sklaverei für verwerflich und trotzte: „Über die Pflicht (!) zum Ungehorsam gegenüber dem Staat“. Thoreau wurde zum Vorbild von Gandhi und Martin Luther King.

GEWALTFREIER UNGEHORSAM GEGEN DEN STAAT

Händedesinfektionsmittel sind ein gefährliches Biozid. Das ist durch die EU-Verordnung Nr. 528/2012 durchgeregelt. Verordnungen sind leider kein göttlicher Plan. Es wird schief gehen. Murphys Gesetz. Als Händedesinfektionsmittel im Versorgungsengpass stecken blieben, produzierten Apotheken wie sie es gelernt hatten selbst. Sie erinnern sich? Aber sehr schnell wurden sie zunächst von eigenen Funktionären zurückgepfiffen. Erst mussten Sonderverordnungen her. Thoreau: „Ungerechte Gesetze existieren.“ Sollen wir uns damit begnügen, sie zu befolgen? Oder sollen wir danach streben, sie durch zahnlosen Lobbyismus zu ändern? Oder sollen wir sie sogleich überschreiten?

5538 Einträge tragen das Lobbyregister. Lobbyarbeit können wir bei Ministerien nicht entschlüsseln: Was haben Konzerne, Mediziner-Verbände oder Apotheker dort gewollt und erreicht? Die Gesundheitsszene ist hochfragmentiert. Ich vermute – Apotheker werden in dem Beeinflussungskampf kaum wahrgenommen.

Der Philosoph: „Die beste Regierung ist die, die am wenigsten regiert... Die beste Regierung ist die, die überhaupt nicht regiert.“ Die Beteiligten und Betroffenen sollten es selbst lösen. „Regierungen sind auch im besten Fall nicht mehr als ein Nothebel. Die meisten Regierungen sind für gewöhnlich unnötig, und alle Regierungen sind es gelegentlich.“ Sie bauen Blockaden, dann basteln sie Beschleunigungsgesetze.

GEWALTFREIER UNGEHORSAM GEGEN SICH SELBST

Jetzt sehen wir Engpässe bei Kinderfiebersäften. Jeder Apotheker darf und kann sie herstellen. Hoher Aufwand – kurze Haltbarkeit. Die ABDA-Präsidentin forderte kurzfristig mehr Entscheidungsspielräume für die Apotheken bei der eigenen Herstellung. Recht hat sie. Es sind tausende, die im Prinzip als Heilberufler dafür sein müssen. Aber die unter dem Strich zu wenig Legales und Ungehorsames unternehmen.

Ihr innerer Schweinehund ist dagegen. Viele hängen wie ein nasses Tuch über dem Hefeteig. Nichts geht auf. Doch jetzt sind Sie mit Ihrer mentalen Kraft gefragt. Ermutigen Sie sich zu zivilem Ungehorsam gegenüber sich selbst. Lockern Sie innere Bremsen als Arbeiterinnen und Arbeiter im Apotheken-Weinberg des Herrn.

Ziviler Ungehorsam hat drei Ebenen und eine Voraussetzung: Gegenüber dem Staat, gegenüber den eigenen Institutionen wie ABDA, Vereinen und Kammern. Und gegenüber sich selbst und dem inneren Schweinehund. Moralisch muss es sein. Ziviler Ungehorsam fördert den eigenen Veränderungswillen. Gegen jede Einseitigkeit.

Ihr



„Regierungen sind nur ein Nothebel“

MALTE W. WILKES

ist inspirierender Business Speaker sowie Consultant in Düsseldorf. Der Ehrenpräsident des BDU Bundesverband Deutscher Unternehmensberater hat sich als „out of the box“-Denker einen Namen gemacht. Bücher mit klarem Standpunkt zeugen davon.

Schreiben Sie mir:
www.maltewilkes.de

Ich sag **JA** hre Wechsel

Große Print-
kampagne in der
Apotheken Umschau
& Frauenzeitschriften!

femiLoges® – für Ihre Kundinnen, die sich ein **pflanzliches Präparat zur Linderung von Wechseljahresbeschwerden** wünschen

- **Belegte Wirksamkeit** bei typischen Symptomen wie wechseljahresbedingten Hitzewallungen, Schlafstörungen und depressiven Verstimmungen¹ – **mit nur 1 Tablette täglich**
- **Bei Hitzewallungen** so effektiv wie eine niedrigdosierte Hormonersatztherapie² – und das **ohne künstliche Hormone**



Sagen auch Sie **JA** zur Kraft der Natur und zu femiLoges® – einzigartiges Arzneimittel mit der Sibirischen Rhabarberwurzel

¹Heger M et al.: Menopause 2006; 13: 744-759. ²Heger P: Zeitschrift für Phytotherapie 2010; 31: 299-305. // femiLoges®, Wirkstoff: Rhapontikrhabarberwurzel-Trockenextrakt. femiLoges® wird angewendet zur Besserung der durch die Wechseljahre bedingten psychischen und neurovegetativen Beschwerden wie Hitzewallungen/Schweißausbrüche, Schlafstörungen, depressive Verstimmungen und Ängstlichkeit. Warnhinweise: Enthält Lactose und Saccharose. Gegenanzeigen: Bestehen oder Verdacht auf einen östrogenabhängigen Tumor, da nicht bekannt ist, ob Rhapontikrhabarberwurzel-Trockenextrakt das Wachstum eines östrogenabhängigen Tumors beeinflusst. Zu Risiken und Nebenwirkungen lesen Sie die Packungsbeilage und fragen Sie Ihren Arzt oder Apotheker. Stand: 12/2022.

Dr. Loges 
Naturheilkunde neu entdecken

Empfehlen Sie: **meridol®**

meridol® bietet eine Lösung für alle Zahnfleischprobleme



PZN:
18435098

- Geeignet für Implantat-Träger**
- Mit Hyaluronsäure**

Hilft die Widerstandskraft des Zahnfleisches gegen die Ursache von Zahnfleischbluten, Parodontitis und Zahnfleischrückgang zu stärken.

NEU
Apotheken-
exklusiv



PZN: 00536019 PZN: 12442269 PZN: 11854610 PZN: 06894659 PZN: 03713120 PZN: 02471229 PZN: 04919651 PZN: 06846525

<p>meridol® PARODONT EXPERT DER EXPERTE BEI FORTGESCHRITTENEN ZAHNFLEISCHPROBLEMEN</p>	<p>meridol® ZAHNFLEISCHSCHUTZ BEI ZAHNFLEISCH- ENTZÜNDUNGEN UND STARKER PLAQUEBILDUNG</p>	<p>meridol® med CHX 0,2 % DER EXPERTE BEI AKUTEN ZAHNFLEISCHPROBLEMEN</p>
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------

meridol® PARODONT EXPERT Mundspülung 400 ml

Die komplexe Wirkformel kombiniert die antibakteriellen Inhaltsstoffe CPC + Zink

- Insbesondere für Patient:innen mit Implantaten und Zahnfleisch, das zu wiederkehrenden Blutungen, Parodontitis und Rückgang neigt
- 28x stärkere Plaquereduktion*
- Für den täglichen Gebrauch geeignet

Passend dazu:
Die meridol® PARODONT EXPERT Zahnpasta 75 ml

*meridol® PARODONT EXPERT Mundspülung, im Vergleich zu einer herkömmlichen Mundspülung mit 200 ppm F⁻ (NaF), nach 6 Monaten bei 2x täglicher Anwendung, Montesani, Juni 2022, data on file.
meridol® med CHX 0,2 % Lösung zur Anwendung in der Mundhöhle. Wirkstoff Chlorhexidindigluconat-Lösung. **Zusammensetzung:** 100 ml Lösung enthalten 1,0617 g Chlorhexidindigluconat-Lösung, entsprechend 200 mg Chlorhexidindigluconat, Sorbitol-Lösung 70 % (nicht kristallisierend), Glycerol, Propylenglycol, Macroglycerohydroxystearat, Cetylpyridiniumchlorid, Citronensäure-Monohydrat, Pfefferminzöl, Patentblau V (E 131), gereinigtes Wasser. **Anwendungsgebiete:** Zur zeitweiligen Keimzahlreduktion in der Mundhöhle, als temporäre adjuvante Therapie zur mechanischen Reinigung bei bakteriell bedingten Entzündungen der Gingiva und der Mundschleimhaut sowie nach parodontalchirurgischen Eingriffen, bei eingeschränkter Mundhygienefähigkeit. **Gegenanzeigen:** Bei Überempfindlichkeit gegenüber dem Wirkstoff oder einem der sonstigen Bestandteile des Arzneimittels, bei schlecht durchblutetem Gewebe, am Trommelfell, am Auge und in der Augenumgebung. **Nebenwirkungen:** Reversible Beeinträchtigung des Geschmacksempfindens, reversibles Taubheitsgefühl der Zunge, reversible Verfärbungen von Zahnhartgeweben, Restaurationen (Zahnfüllungen) und Zungenpapillen (Haarzunge). Selten treten Überempfindlichkeitsreaktionen auf. In Einzelfällen wurden auch schwerwiegende allergische Reaktionen bis hin zum anaphylaktischen Schock nach lokaler Anwendung von Chlorhexidin beschrieben. In Einzelfällen traten reversible desquamative Veränderungen der Mukosa und eine reversible Parotisschwellung auf. CP GABA GmbH, 20097 Hamburg, Stand: 02/2018



Erfahren Sie mehr, oder gehen Sie auf www.cpgabaprofessional.de



PROFESSIONAL
— ORAL HEALTH —