

EINBLICK

01 | 2021

Aktuelle Nachrichten und Informationen der ABDA – Bundesvereinigung Deutscher Apothekerverbände e. V.

Sehr geehrte Damen und Herren,
liebe Kolleginnen und Kollegen,

dieses Jahr ist ein politisch von Wahlen geprägtes Jahr. Sechs Landtagswahlen und die Bundestagswahl stehen im Plan. Hinzu kommen Kommunalwahlen. Und: Vollkommen unabhängig vom Wahlergebnis erwartet uns eine politische Zäsur. Das ist zwangsläufig der Fall, wenn eine Regierungschefin nach sechzehn Jahren anderen das Steuer übergibt.

Die Apothekerinnen und Apotheker haben schon gewählt. Sie haben ihre Berufsvertretung Ende des vergangenen Jahres mit einem neuen Team aufgestellt. Vor allem aber haben sie in Zeiten dieser größten Gesundheitskrise bewiesen, dass sie unverzichtbar sind. Wie leistungsfähig und wie flexibel. Keine Desinfektionsmittel mehr? Die Profis vor Ort lösten die Herausforderung mit Kreativität und Gestaltungswillen. Millionen von Masken verteilen? Kein Problem. Die Apothekenteams setzen diese Herkulesaufgabe unaufgeregt und effizient



um. Und auch bei den nächsten Herausforderungen – den Tests und der Versorgung der Arztpraxen mit COVID-19-Impfstoffen – werden sie zeigen, wie gut ein Netz von Gesundheitsprofis ist, die einfach da sind, wenn man sie braucht.

In der Politik hat man durch die Pandemie gelernt: Gut, dass wir die Apotheken haben. Das Management der Pandemie wäre sonst ein anderes gewesen. Besser kann man in Zeiten von Wahlkampf nicht die Weichen stellen für eine Gesundheitspolitik, die auch künftig auf die Leistungen der Apotheken setzt.

Ihr Sebastian Schmitz

Masken für fast vierzig Millionen

Mehr oder weniger über Nacht wurden Deutschlands Apotheken zum Anlaufpunkt für FFP2-Schutzmasken im Kampf gegen COVID-19. Anspruchsberechtigt sind fast vierzig Millionen Menschen. Doch vorher gab es einiges zu klären – eine Aufgabe für den ABDA-Geschäftsbereich Pharmazie.

„Aus dem Stand wurde Beeindruckendes geleistet“, stellt Peggy Ahl fest. Die Apothekerin und Leiterin der Abteilung Qualitätssicherung spricht vom vergangenen Dezember, als Deutschlands Apothekerinnen und Apotheker kurzfristig erfuhren, dass sie die Verteilung der FFP2-Schutzmasken für bestimmte Personengruppen übernehmen sollten.

Zunächst waren das Menschen über 60 und solche mit gewissen Risikoerkrankungen, aktuell wurde der Kreis noch um die

Empfänger von Arbeitslosengeld II und deren Angehörigen erweitert. Hochgerechnet also Masken für rund 39 Millionen Menschen oder fast jeden zweiten Einwohner dieses Landes, die in drei Wellen zwischen dem 15.12.2020 und dem 15.4.2021 abgegeben werden. Fünfzehn Masken soll jeder bekommen (bzw. zehn im Falle der Empfänger des Arbeitslosengeldes).

Für die Apothekenteams keine leichte Aufgabe und anfangs ein System, das anfällig für poten- »

BAK-Symposium: Dem Nachwuchs unter die Arme greifen
Arbeiten in der Apotheke: Wie tickt die Generation Z? Das diesjährige BAK-Symposium dreht sich um Nachwuchsförderung. **S. 4 »**

ABDA-Kampagne: Videos und der Blick zurück
„Einfach unverzichtbar“: Die ABDA-Kampagne setzt im Pandemiejahr stark auf Videos und Social Media. **S. 5 »**



CCO (STENCIL)

Weltweit begehrt: Schutzmasken der Kategorie FFP2



© PRIVAT

Apothekerin Peggy Ahl leitet die Qualitätssicherung.

zielle Masken-Sammler war, denn Apotheken-Hopping konnte niemand kontrollieren. Ließ sich das Alter noch relativ leicht herausfinden, war das bei den Risikoerkrankungen schon schwieriger.

In der zweiten und dritten Phase der Verteilung, so ist es in der Schutzmasken-Verordnung geregelt, werden Anspruchsberechtigte nun von ihrer Krankenkasse mit Coupons versorgt. „Das macht die Sache ein bisschen leichter, weil die Apotheken nicht mehr die Anspruchsberechtigung prüfen müssen. Das war sicher auch eine undankbare Aufgabe, weil Menschen abgewiesen werden mussten“, so Peggy Ahl.

Mit einem Leitfaden durch den Maskendschungel

Für sie und ihre Kollegin Melanie Heinken, die erst im Oktober aus der Apotheke zur ABDA stieß, war schnell klar: „Wir brauchen eine Handlungsempfehlung – etwas, wo die Kolleginnen und Kollegen im Land nachschlagen können, welche Qualität die Masken haben müssen, wer anspruchsberechtigt ist und wer nicht oder wie sich die verschiedenen Abgabestufen unterscheiden“, erzählt Melanie Heinken. Natürlich hätte man am liebsten gleich jedem Anspruchsberechtigten seine fünfzehn Masken gegeben – aber im Dezember war noch nicht klar, ob das der weltweite Markt so schnell hergeben würde. Aus diesem Grund sieht die Verordnung die Abgabe der Schutzmasken in drei Stufen vor. Die Handlungsempfehlung ist für Apotheken im Mitgliederbereich der ABDA herunterladbar.

Abgegeben werden sollen FFP2- oder vergleichbare Masken. Unter FFP2 fällt das Atmen noch einigermaßen leicht (im Gegensatz zu FFP3) und sie bietet trotzdem einen guten Schutz für den, der sie trägt. Melanie Heinken weiß noch aus ihrer Zeit in der Apotheke, dass zu Anfang der Pandemie Masken schnell vergriffen waren.

Erst als man den Markt international öffnete, konnte der Engpass behoben werden, aber damit kamen neue Fragen auf, denn FFP2 ist eine EU-Norm. Masken mit vergleichbarer Qualität heißen in den USA und Kanada N95, laufen in Australien unter der Bezeichnung P2 und in China unter KN95. „Also musste erst einmal klargestellt werden, welche hierzulande automatisch verkehrsfähig sind und welche einer zusätzlichen vereinfachten Prüfung unterzogen werden müssen. Chinesische KN95-Masken sind in Deutschland nur verkehrsfähig, wenn sie eine zusätzliche Bescheinigung der entsprechenden Überwachungsbehörde haben“, so Peggy Ahl.

Insgesamt ist sie sich mit ihrer Kollegin einig: Die „Operation FFP2-Maske“ ist sehr gut gelaufen. Am Ende der Aktion werden die Apothekerinnen und Apotheker rund eine halbe Milliarde dieser filternden Masken unter das Volk gebracht haben. Peggy Ahl und Melanie Heinken glauben, dass der organisatorische Aufwand in der Öffentlichkeit unterschätzt wird. „Da hängt für die Apotheken viel dran: Ich muss den Bedarf abschätzen können, die Masken bestellen, in der Regel auseinzeln, die Fragen der Kundinnen und Kunden



© PRIVAT

Apothekerin Melanie Heinken Referentin Qualitätssicherung

beantworten, sie beraten und schließlich abrechnen“, sagt Melanie Heinken. Aber der Aufwand hat sein Gutes: Auch wenn nie jemand ausrechnen können wird, wie viele Infektionen diese Massenverteilung verhindert hat – dass sie ein wichtiger Pfeiler in der Pandemiebekämpfung ist, bleibt unbestritten. Gut, dass man in einem solchen Fall auf ein flächendeckendes System öffentlicher Apotheken zurückgreifen kann, welches das „mal eben“ organisiert. /

Berliner Spitzen

Verordnungsmarathon.

2020 wird als das Jahr der Verordnungen in die Geschichte eingehen. 36 Stück hat die ABDA gezählt, durchschnittlich drei pro Monat. 2021 scheint kaum ruhiger zu werden. So wird die Maskenschutz-Verordnung mitsamt ihren Änderungen gerade umgesetzt ([s. Artikel, S. 1-2](#)). Derzeit beschäftigt das politische Berlin unter anderem die Erweiterung der Nationalen Teststrategie im Kampf gegen COVID-19. /

Antigen-Tests.

Zur Bewältigung der Corona-Pandemie ist umfangreiches Testen ein wichtiger Baustein. In ihrer Stellungnahme hat die ABDA begrüßt, dass die Durchführung von Antigen-Tests freiwillig bleiben soll, da sie „mit einem hohen personellen, sächlichen und organisatorischen Aufwand verbunden ist, der nicht von jeder Apotheke geleistet werden kann.“ Sie fordert auch eine höhere Vergütung als die geplanten 12 Euro. /

Laien-Schnelltests.

In der Frage von Laien-Schnelltests setzt sich die ABDA dafür ein, dass diese aufgrund des Beratungsbedarfs nur über Apotheken abgegeben werden: „Es ist für uns nicht erkennbar, wie dies z.B. in Discountmärkten, an Tankstellen oder beliebigen Internethändlern sichergestellt werden soll.“ /

Bevölkerungsschutzgesetz.

Rechtsverordnungen und Anordnungen, die zur Eindämmung der Corona-Pandemie aufgrund des Infektionsschutzgesetzes erlassen wurden, würden am 31. März 2021 ihre Gültigkeit verlieren. Damit das nicht passiert, durchlief gerade der Gesetzentwurf zur Fortgeltung der die epidemische Lage betreffenden Regelungen (EpiLage-Fortgeltungsgesetz) den parlamentarischen Prozess. Dem Parlament wird das Recht eingeräumt, entsprechende Verordnungen abzuändern oder aufzuheben. Nach jetzigem Stand ist vorgesehen, dass die Feststellung der Beendigung der epidemischen Lage von nationaler Tragweite als getroffen gilt, sofern der Deutsche Bundestag nicht spätestens drei Monate nach der jeweiligen Feststellung deren Fortbestand feststellt. /

Impfverordnung.

Außerdem setzt sich die ABDA dafür ein, dass Apothekerinnen und Apotheker, die Antigen-Tests anbieten, in der Coronavirus-Impfverordnung eine entsprechende Einstufung vergleichbar zu anderen Heilberufen mit direktem Patientenkontakt bekommen. Schließlich sei das „Personal trotz der vorzusehenden Arbeitsschutzmaßnahmen einem erhöhten Infektionsrisiko ausgesetzt.“ /

Neues Gesicht.

In der Bundestagsfraktion der Grünen kümmert sich der Berliner Arzt Dr. [Janosch Dahmen](#) jetzt um die Apotheken-Themen. Im [Interview mit der Pharmazeutischen Zeitung](#) zeigte sich der Facharzt für Unfallchirurgie und spezialisierte Notfallmediziner davon überzeugt, dass das Können der Apotheker und Apothekerinnen zu wenig ausgeschöpft wird: „Ich glaube, dass in diesem Beruf noch sehr viel mehr steckt, als wir in Deutschland bislang erlebbar machen.“ Dahmen übernimmt das Amt von Kordula Schulz-Asche. /



Umfangreiches Testen zur Bewältigung der Corona-Pandemie



Dr. Janosch Dahmen, Bündnis 90/Die Grünen

BAK-Symposium: Dem Nachwuchs unter die Arme greifen

Das diesjährige Symposium der Bundesapothekerkammer (BAK) dreht sich um das Thema Nachwuchsförderung. Unter dem Titel „Generation Z in der Apotheke – Erwartungen an die Arbeit von morgen“ hat die BAK erstmals eine Umfrage unter denjenigen durchgeführt, die Pharmazie studieren, Pharmazeuten im Praktikum (PhiPs) sind oder als Angestellte in Apotheken arbeiten. Ihre Erwartungen, ihre Pläne und Wünsche – all das soll auf dem Symposium präsentiert und diskutiert werden. Dahinter steckt auch die Frage, wie mehr von ihnen dazu motiviert werden können, sich mit der eigenen Apotheke selbständig zu machen.

Wer schon einmal eine Rhetorik-Schule besucht hat, erinnert sich vielleicht noch an diese Grundregel: „Man darf über alles reden – nur nicht über 30 Minuten“. Doch das ist Geschichte: Seitdem das Pandemie-virus unsere Kommunikation durcheinandergewirbelt hat und man sich

fast ausschließlich auf Online- oder Hybrid-Veranstaltungen trifft, sind die Organisatoren solcher Events den Redezeiten mit dem Rotstift zu Leibe gerückt. Das Mantra lautet jetzt: so kompakt wie möglich. Zehn Minuten lang sollen die Redebeiträge in der Regel sein. Ein Novum.

Für Dr. Ursula Sellerberg, Apothekerin und Stellvertretende Pressesprecherin der ABDA, ist es bereits das zweite Hybrid-Symposium. Aus dem vergangenen Jahr – da widmete sich die BAK im September dem Thema Notdienst – weiß sie: „Das Symposium hat als Hybrid-Veranstaltung sehr gut funktioniert, aber wir haben auch gelernt: Es darf nicht zu lang sein.“ Man müsse sich fokussieren, sagt sie. Zwei Stunden sind nun eingeplant – und auch der Termin steht natürlich schon: Es ist der 14. April. Hybrid heißt: Es gibt eine Podiumsdiskussion live in Berlin und Interessierte sind digital dabei. „Natürlich ist das kein vollwertiger Ersatz für die Präsenzveranstaltungen. Viele Teilnehmerinnen und Teilnehmer spielen uns zurück, dass ihnen der persönliche Austausch fehlt“, erzählt Frau Dr. Sellerberg. Aber unter den bekannten Bedingungen findet sie die Hybrid-Variante des Symposiums eine gute Alternative.



© ABDA

Dr. Ursula Sellerberg, Stellvertretende Pressesprecherin der ABDA



© ABDA

BAK-Symposium unter Pandemiebedingungen: Der LIVE-Talk kommt wieder aus dem Apothekerhaus.

Arbeiten in der Apotheke: Wie tickt die Generation Z?

Auch inhaltlich ist das Symposium besonders. „Es geht diesmal nicht um Nachwuchsgewinnung, sondern um die -förderung. Heißt: Was können wir für die Menschen tun, die sich schon entschieden haben: Ja, ich möchte Apothekerin oder Apotheker werden?“ Auf dem Papier ([s. Zahlen – Daten – Fakten](#)) sieht die Situation gar nicht mal schlecht aus, weiß ABDA-Kommunikationschef Dr. Reiner Kern: „Einerseits nimmt die Zahl der Pharmaziestudierenden ständig zu. Und auch die Zahl der Approbationen steigt“, sagt er. „Andererseits steigt auch der Bedarf

des Arbeitsmarktes – z.B. in der Industrie oder im Krankenhaus. Die Konkurrenz zur öffentlichen Apotheke nimmt zu.“ Auch registrierte man seit Jahren eine gewisse Hemmung, den Schritt in die Selbständigkeit zu wagen. „Wir wollen herausfinden, warum das so ist. Und gemeinsam Lösungen finden, damit sich das ändert.“

Doch wer ist die Generation Z? Auch wenn eine genaue Abgrenzung fehlt, sind damit junge Menschen gemeint, die zwischen 1995 und 2010 zur Welt gekommen sind. Für sie ist beispielsweise die Auseinandersetzung mit digitalen Medien bereits in frühen Jahren prägend – ihre Vorgänger >>

»



© ABDA

Sie auf die Beine zu stellen war alles andere als ein Selbstläufer; es ist gar nicht einfach, die Zielgruppe gezielt anzusprechen. Letzten Endes trommelten die Landesapothekerkammern, die [Fachpresse](#) und die Social-Media-Kanäle der ABDA dafür, damit eine möglichst hohe Rücklaufquote zusammenkommt. Die Umfrage ist abgeschlossen und wird nun ausgewertet. BAK-Präsident Thomas Benkert wird sie erstmals auf dem Symposium der Öffentlichkeit vorstellen. Sie ist ein wichtiger Impuls für die abschließende Podiumsdiskussion, die wie beim letzten Mal live aus dem Deutschen Apothekerhaus ausgestrahlt und von Dr. Kern moderiert wird.

Thomas Benkert, Präsident der BAK, wird die Umfrage-Ergebnisse präsentieren.

aus der Generation Y haben dies erst in späterer Jugend erfahren. Um ein genaueres Bild zu bekommen, hat die BAK eine Umfrage initiiert. „Wir wollten wissen: Wo drückt jungen Menschen der Schuh? Was wollen sie, was sind ihre Erwartungen? Welche Wünsche haben Studierende, PhiPs und Angestellte an ihren Beruf?“, so Dr. Sellerberg. „Wir wollen auch wissen, was die Berufsvertretung oder die Politik tun können, um mehr Apotheker*innen zu dem Schritt zu motivieren, eine eigene Apotheke zu führen.“ Wieder ein Novum: Es ist die erste Umfrage dieser Art zum Thema Selbständigkeit.

„1.650 Kolleginnen und Kollegen haben uns geantwortet – das ist viel mehr als wir erwartet haben“, so Dr. Sellerberg. „Es zeigt uns: Das Interesse bei Studierenden und Angestellten an dem Thema ist groß.“ Die Umfrageergebnisse werden eine gute Datenbasis für konkrete Initiativen und politische Forderungen der Berufsvertretung sein, um den Weg in die öffentliche Apotheke und die Selbständigkeit attraktiver zu machen. Und um damit die inhabergeführte Apotheke zukunftsfähig zu machen. /

ABDA-Kampagne: Videos und der Blick zurück

Die ABDA-Kampagne „Einfach unverzichtbar“ setzt im Pandemiejahr stark auf Videos und Social Media. Und wagt auch Blicke zurück.

Nele war 14, als sie das erste Mal vor laufender (ABDA-)Kamera über ihren angeborenen Herzfehler berichtete: „Ich habe nur ein halbes Herz“ – so fasste der Teenager von damals die Erkrankung zusammen. Nele leidet seit ihrer Geburt am Hypoplastischen Linksherz-Syndrom und ist ständig auf Medikamente angewiesen. Heute, als eine junge Frau von fast 20 Jahren, erzählt sie, wie sie durch die Pandemie kommt – krankheitsbedingt musste sie viel früher als andere in den Lockdown. Denn natürlich schwingt bei Menschen mit chronischen Erkrankungen das Thema Angst ganz anders mit als bei anderen. Den Mut lässt sie sich nicht nehmen. Sie hat ihre Ausbildung beendet und den „großen“ Motorrad-Führerschein gemacht. Und sie kann sich darauf verlassen, dass ihre Apotheke ihr zur Seite steht: „Nach wie vor ist die Apotheke unser Ansprechpartner Nummer Eins“, erzählt

#unverzichtbar
Die Apotheken in Deutschland.

Neles Mutter. Auf [„einfach-unverzichtbar.de/neles-geschichte“](https://einfach-unverzichtbar.de/neles-geschichte) berichtet Apotheker Stefan Fink, der die Familie seit 2005 betreut, dass es für Nele kein fertiges Arzneimittel gibt. Fink und sein Team stellen es für sie individuell her – eine Sorge weniger. Neles Video hat allein auf Facebook rund 80.000 Menschen erreicht. Die Botschaft: Nicht nur für Nele, aber für Nele insbesondere, ist ihr Apothekenteam „einfach unverzichtbar“.

Dass Apotheken für die Gesundheitsversorgung der Menschen unerlässlich sind – diese Binsen-

weisheit hat sich in der Corona-Pandemie ganz besonders gezeigt. „Uns ging es bei diesem sehr videobasierten Kommunikationsstrang der Kampagne darum, zu zeigen, was Apothekenteams alles stemmen mussten, als das Corona-Virus über die Republik hereinbrach und die Menschen durch die Bilder aus Italien geschockt waren“, erklärt Gianluigi Ortu, der bei der ABDA für die Kampagne verantwortlich ist. Schließlich gab es anfangs praktisch Nichts von dem, was heute den Hygienealltag bestimmt, beispielsweise Desinfektionsmittel oder Masken. „Da »



Die Patientinnen Nele, Doreen (oben links / rechts) und Evelyn (unten) erzählen, warum die Apotheke für sie unverzichtbar ist. Screenshots aus der Kampagne „Einfach unverzichtbar“.

waren die Apotheken vor Ort für die Menschen oft der 'Last Man Standing', die letzte oder einzige Anlaufstelle für ihre Fragen und Sorgen. Gleichzeitig waren sie selbst stark gefordert, die Situation in der Offizin aufzufangen.“

**Die ABDA-Testimonials: „Be-
eindruckende Persönlichkei-
ten“**

Insgesamt zwölf neue Videos sind entstanden. Sie erzählen diese Geschichte aus Patientenperspektive wie bei Nele. Oder

sie erzählen sie aus Sicht der Apothekenteams. So berichtet **Christine Nerstheimer** (PTA), wie sie die Apotheke auf einen Zweischicht-Betrieb umgestellt haben, bei dem sich die Teams nicht begegnen und vor Schichtwechsel intensiv desinfiziert wird. Niemand wollte riskieren, dass die Apotheke schließen muss. Wo hätten die Menschen denn hingehen sollen?

Heike Schult aus dem ABDA-Kampagnenteam hat die Videoaufnahmen betreut, die teilweise

unter (fast) normalen Bedingungen stattfanden, weil das Virus gerade eine Pause eingelegt hatte. Und teilweise als Online-Gespräch gedreht wurden, weil – wie im Fall von Evelyn – der Schutz der Patienten vor einer Infektion nichts anderes erlaubte. Heike Schult wird diese Aufnahmen niemals vergessen, sagt sie: „Es ist beeindruckend und inspirierend, mit wie viel Energie unsere Testimonials ihre Krankheit auch unter den erschwerten Bedingungen der Pandemie meistern. Es sind großartige Persönlichkeiten.“ Für alle Testimonials gilt: „ihre“ Apotheke ist für das Meistern des Alltags eine nicht wegzudenkende Unterstützung. **Rheuma-Patientin Doreen** sagt im Kampagnen-Video im Hinblick auf den Botendienst: „Es ist schön, dass auch mal etwas unkompliziert läuft.“

Improvisations- und Organisationstalent

Ein großes Thema gerade zu Beginn der Pandemie waren Desinfektionsmittel. Sie fehlten an allen Ecken und Enden. Gefragt war Improvisations- und Organisationstalent. „Wir mussten neue Wege finden“, erinnert sich Apo-

theker Matthias Bröker in dem Video „**Apotheken in der Corona-Krise: Desinfektionsmittel**“. Er fuhr selbst zur nächsten Brenneinheit und deckte sich mit Ethanol ein. Das Video zeigt: Ohne die Kreativität und den Gestaltungswillen der Apothekenteams hätte es in Deutschland in Sachen Desinfektion ganz schön dunkel ausgesehen.

Ob die Videokampagne funktioniert hat? „Mehr als eine halbe Millionen Menschen haben wir von Mitte November bis Ende Januar über Social Media erreicht; allein die fünf Patientenrückblicke haben auf Facebook fast 400.000 Menschen gesehen“, sagt Kampagnenleiter Ortu. Er ist zufrieden: „Als Nebenstrang unserer Kampagne ist die Maßnahme somit ziemlich gut gelaufen.“ /



Link zur Kampagnenseite „Einfach unverzichtbar“:
www.einfach-unverzichtbar.de

Impressum:
Verantwortlich i.S.d. § 5 TMG

ABDA – Bundesvereinigung Deutscher Apothekerverbände e. V.,
Heidestraße 7, 10557 Berlin
Tel.: 030 40004-0, Fax: 030 40004-598
E-Mail: abda@abda.de

Vertreten durch:
Geschäftsführender Vorstand der ABDA
Präsidentin: Gabriele Regina Overwiening, Reken
Vizepräsident: Mathias Arnold, Halle/Saale

Verantwortlich für den Inhalt:
Dr. Reiner Kern, Leiter Kommunikation der ABDA