

# Mitteilungsblatt

04 · 2018 2. Oktober 2018



**Apothekerkammer**

*Westfalen-Lippe*

Körperschaft des öffentlichen Rechts

## **Revolution oder Gestaltungsauftrag?**

### Apotheke und Digitalisierung: Ein Überblick



**EHRGEIZIG UND ANSPRUCHSVOLL**  
Das Projekt securPharm  
Seite 4

**GESUNDHEIT ALS APP**  
Ein schier unerschöpflicher Markt  
Seite 7

**AUF DEN WEG GEMACHT**  
Die (fast) papierlose Apotheke  
Seite 8



Der **Kommissionierautomat** gehört in vielen Apotheken schon seit Jahren dazu. Als Jan Harbecke die Jahreszeiten-Apotheke übernahm, war dies eine der ersten Investitionen, um den Betrieb auf den Stand der Technik zu bringen.

## Auf dem Weg zur papierlosen Apotheke

Jan Harbecke will neue technische Möglichkeiten für sich und seine Kunden nutzen

➤ Das Regal, auf dem vormals 40 Aktenordner standen, ist von der Wand verschwunden. Die Dokumente, die zu Tausenden die Ordner gefüllt haben, sind jetzt papierlos archiviert – digital.

Der Schritt auf dem Weg zur papierlosen Apotheke ist eine von vielen Veränderungen, die Jan Harbecke in der Jahreszeiten-Apotheke in Münster angestoßen hat, seitdem er diese vor zehn Monaten von seinem Vater übernommen hat. Schon vor der Übernahme stand für den 33-jährigen Inhaber fest, dass er die Chancen der Digitalisierung für seine Apotheke nutzen will. Im Businessplan schrieb er fest, was für ihn zur Apotheke der Zukunft dazugehört. Digitalisierung. Kaum ein Wort wurde in den letzten Jahren mehr strapaziert, und kaum eines hat mehr Facetten.

Digitalisierung sei schwer zu definie-

ren, sagt auch Jan Harbecke. Ist ein Monitor in der Offizin schon Digitalisierung? Klar war jedoch bald, dass viele seiner Ideen für die Apotheke – ob die Ausstattung oder neue Kundenservices – mit digitalen Lösungen zu tun hatten. „Die Apotheke ist ein absoluter Servicedienstleister“, sagt Harbecke. Die Bedürfnisse der Kunden zu befriedigen, die schnell, kompetent und ohne Barrieren betreut werden möchten, sei das Wichtigste. Diese Bedürfnisse würden immer individueller, die rechtlichen Vorgaben und der Ruf nach Effizienz unter dem Kostenaspekt nicht geringer – bei diesem Spagat sollen digitale Lösungen bestmöglich assistieren. „Digitale Technik nicht um ihrer selbst willen, sondern als Unterstützung“, sagt Jan Harbecke. Zum Beispiel, wenn der Kunde kontaktlos per EC-Karte zahlt. Eine Technik, die es in der Jahreszeiten-Apotheke früher gab als im Supermarkt ein paar Häuser weiter. „Die Sekunden, die der Kunde dabei spart, sind

nichts Weltbewegendes“, gibt Harbecke zu. „Aber eine kleine Annehmlichkeit für ihn.“

### Zehntausende Dokumente digitalisiert

Nicht immer geht es bei der Digitalisierung um Arbeitserleichterung – zumindest nicht am Anfang. 11.000 Arzneimittelpackungen mussten über die Weihnachtsfeiertage in den neu angeschafften Kommissionierautomaten per Hand eingeräumt werden, bevor dieser zur Übernahme am 1. Januar 2018 startklar war – ebenso wie die neue Apothekensoftware. Die gilt es – wie bei allen Programmen – natürlich nicht nur zu haben, sondern auch zu nutzen. Nur etwas mehr als eine Handvoll Softwareanbieter versorgen den Großteil der Apotheken – das heißt, fast jede Apotheke hat identische Möglichkeiten, macht aber zu ganz unterschiedlichen Teilen davon Gebrauch.

Kommissionierautomat und Software: Zwei Investitionen, mit denen Harbecke die Apotheke, die bis dahin kein digitaler Vorreiter war, auf den Stand der Technik bringen wollte – bevor er noch einen Schritt weiter ging. Die papierlose Apotheke ist sein Ziel, dem er seit Jahresbeginn ein großes Stück, zehntausende Dokumente näher gekommen ist. Auch hier zunächst: Handarbeit. „Alle Dokumente wurden einzeln eingescannt und verschlagwortet“, berichtet er. Sie sind jetzt im ELO – Elektronischen Leitz-Ordner – digital gespeichert. Per Stichwortsuche erscheinen jetzt mit einem Mausklick zum Beispiel die Approbationsurkunden aller Mitarbeiter oder Rechnungen. Doch noch immer wird ausgedruckt – zu viel, wie Harbecke findet. Im nächsten Schritt soll daher die digitale Unterschrift her.

### Das Team einbinden

„Wir sind noch dabei, die internen Prozesse an die neuen technischen Voraussetzungen anzugleichen“, berichtet Harbecke. Das Wichtigste sei es, das Team – das in erster Linie pharmazeutisch, nicht technisch arbeitet – auf diesem Weg mitzunehmen. Denn neue digitale Services für den Kunden können für die Mitarbeiter in der Apotheke zunächst ein Mehr an Arbeit bedeuten: „Wenn Kunden per E-Mail Medikamente bestellen, muss natürlich ein Mitarbeiter den E-Mail-Eingang im Auge behalten.“ Immer häufiger wenden sich

Ratsuchende ebenfalls per E-Mail an die Apotheke: etwa wenn ein eingenommenes Arzneimittel augenscheinlich nicht wirkt. Jan Harbecke ist froh, wenn online-affine Kunden auf diesem Weg direkt auf die Apotheke zukommen. „Der Informationsbezug verlagert sich immer mehr ins Internet, und das wird sich in den kommenden Jahren fortsetzen. Da ist es doch besser, wenn sich Patienten über gewisse Schnittstellen direkt an uns Apotheker wenden, als ihre Informationen aus fragwürdigen Quellen im Netz zu beziehen.“

Für Jan Harbecke könnte die Präsenz im Netz für Apotheken auch ein Weg sein, um gegen den Versandhandel zu bestehen. „Manche nutzen die Versandapotheke nur aus Bequemlichkeit oder weil sie online-affin sind. Diese Kunden kann man erreichen, indem man selbst digitale Bestellwege anbietet, eine moderne Homepage hat, online präsent ist.“ Schwieriger sei es zugegebenermaßen bei denen, die nur auf den Preis schauen.

### Rezeptscanner an jedem Platz

Viele Veränderungen in der Apotheke sind für die Kunden unsichtbar im Hintergrund abgelaufen. Doch auch an der Offizin geht der Prozess der Digitalisierung nicht spurlos vorbei. Rezeptscanner gibt es an jedem Verkaufsort, und für die Kunden nicht zu übersehen sind die Bildschirme mit Touch-Funktion an jedem HV-Tisch. Noch sind die Bildschirme damit der Software

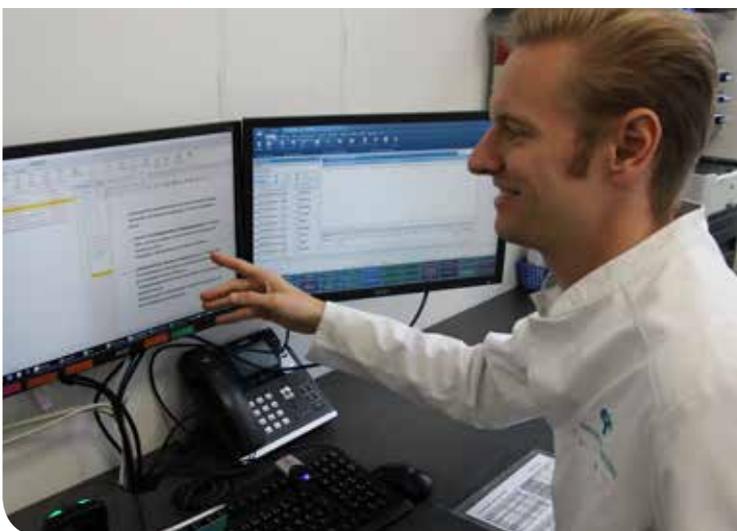
*„Am Ende bleibt mehr Zeit für den Kunden, wenn man mithilfe digitaler Lösungen interne Prozesse verschlankt.“*

Jan Harbecke

voraus, denn die kann mit „Touch“ noch nichts anfangen. „Aber es ist nur eine Frage der Zeit, bis das kommt – ein, zwei Jahre vielleicht“, so Harbecke. Dann kann der Kunde etwa per Bildschirmberührung um eine diskrete Beratung bitten, oder sich – wie heute schon – Demonstrationsvideos zeigen lassen, etwa zur Anwendung von Ohrentropfen oder zum Teilen einer Tablette.

### Digitalisierung hat Grenzen

Apropos Tablette: Sie zeigt gut auf, dass Digitalisierung in der Apotheke Grenzen hat. Die Tablette werde man nie ins Smartphone bekommen, niemals durch eine App ersetzen können – doch darum gehe es überhaupt nicht. Nichts wird für Jan Harbecke durch die Digitalisierung ersetzt, „die Arbeitsweise verändert sich“. Am Ende bleibt mehr Zeit für den Kunden, wenn man interne Prozesse verschlankt – und ein Dokument nicht mehr lange im Aktenordner suchen muss, sondern mit einem Mausklick findet.



**Alle Dokumente digital:** Statt in Aktenordnern, sind zehntausende Schriftstücke jetzt elektronisch archiviert (linkes Bild). An jedem HV-Tisch erwartet den Kunden ein Bildschirm mit Touch-Funktion und persönlicher Ansprache (rechts).