



PKA-FORTBILDUNG

Mitmachen und punkten!

	A	B	C
1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Einsendeschluss ist der **29. Februar 2016.**

DIE PTA IN DER APOTHEKE
Stichwort: »Teambesprechung«
Postfach 57 09
65047 Wiesbaden

Oder klicken Sie sich bei www.pta-aktuell.de in die Rubrik Fortbildung. Die Auflösung finden Sie dort in zwei Monaten.

Unleserlich, uneindeutig oder unvollständig ausgefüllte Fragebögen können leider nicht in die Bewertung einfließen, ebenso Einsendungen ohne frankierten/adressierten Rückumschlag.



© Kwangmoo / fotolia.com

PRÄVENTION

In dieser Ausgabe von DIE PTA IN DER APOTHEKE 01/2016 sind zum Thema zehn Fragen zu beantworten. Lesen Sie den Artikel, kreuzen Sie die Buchstaben der richtigen Antworten vom Fragebogen im nebenstehenden Kasten an und schicken Sie diesen Antwortbogen zusammen mit einem adressierten und frankierten Rückumschlag an unten stehende Adresse. Oder Sie klicken sich bei www.pta-aktuell.de in die Rubrik Fortbildung und beantworten den Fragebogen online. Wer mindestens acht Fragen richtig beantwortet hat, erhält in der Kategorie 7 (Bearbeitung von Lektionen) einen Fortbildungspunkt. Dieser wird von den Apothekerkammern Hamburg und Nordrhein (Veranstaltungsnummer 2016-12/PKA) vergeben und gilt in den Kammerbezirken Nordrhein und Hamburg.

Ihr Fortbildungspunkt zum Thema

Datum

Stempel der Redaktion

Absender

Name

Vorname

Beruf

Straße

PLZ/Ort

Ich versichere, alle Fragen selbstständig und ohne die Hilfe Dritter beantwortet zu haben.

Datum/Unterschrift

Prävention

Die Apotheke als Gesundheitszentrum hat sich auch die Prävention auf die Fahne geschrieben. Hier erfahren Sie Grundlagenwissen sowie praktische Tipps, wie Sie sich auch als PKA sinnvoll einbringen können.

Mitte Juni 2015 hat der deutsche Bundestag das Präventionsgesetz verabschiedet – doch laut ABDA (Bundesvereinigung Deutscher Apothekerverbände) ließ der Gesetzgeber dabei das so wichtige Vorsorgepotenzial von Apotheken ungenutzt. Dabei bietet eine große Zahl von Apotheken in Deutschland schon lange Präventionsdienstleistungen an. Durch fundierte Screening-Maßnahmen, Patienten-Vorträge, innovative Kooperationen mit Netzwerkpartnern in der näheren und weiteren Umgebung sowie nicht zuletzt intensive Vorsorge-Beratung zeigen schon viele Apotheken den Weg als „Gesundheitszentrum“ auf. Sie sind eben nicht nur reine „Medikamenten-Abholstellen“, bei denen primär nur Kranke und ihre Angehörigen ihre Medikamente zur Kuration und Therapie von schon diagnostizierten Erkrankung(en) holen. Allerdings müssen und sollten Gesundheitsförderung und Krankheitsvorbeugung in die Lebenswelt, den Alltag der Menschen hineingetragen werden. Grundlagenwissen über Prävention sowie einige praktische Tipps und Anregungen primär unter dem Marketinggesichtspunkt, bei dem sich auch die PKA sinnvoll einbringen kann, liefert dieser Beitrag.

Eine Definition Gesundheitliche Prävention (praevenum, lateinisch = zuvorkommen) umfasst alle Maßnahmen, die ergriffen werden, um eine Krankheit oder eine dahin führende unguete Entwicklung möglichst zu verhindern oder zumindest zu verzögern. Ziel der Prävention ist im weitesten Sinn die Gesundheit zu erhalten beziehungsweise Krankheiten und ihre Folgen abzumildern und zu verbessern. Gesundheitsminister Hermann Gröhe drückte als Ziel des Präventionsgesetzes aus: „Ziel ist, Krankheiten zu vermeiden, bevor sie überhaupt entstehen.“ Nimmt man es ganz genau kann sogar die Prävention noch weiter differenziert und in Primär-, Sekundär- und teilweise Tertiärprävention unterteilt werden. Primärprävention setzt möglichst früh an und will schon der Entstehung von Risikoverhalten mit daraus resultierenden Symptomen zuvorkommen. Allgemeine breite Aufklärung sowie Eindämmen derartiger Risikofaktoren wie Fehlernährung, Bewegungsmangel, ungesunde Le-

bensweise, Suchtverhalten, aber auch Abwehrmaßnahmen wie Impfungen oder Stärkung des Immunschutzes stehen bei der Primärprävention im Vordergrund. Bei der Sekundärprävention werden Risiken schon festgestellt, womöglich hat der Krankheitsprozess auch schon begonnen, aber der Betroffene zeigt noch keine Symptomatik. Durch individuelle Krankheitsfrüherkennungsuntersuchungen, Screenings kann dieses Klientel erfasst werden, sodass durch Ausschalten der Risikofaktoren der Ausbruch der Erkrankung oder Spätkomplikationen noch verhindert werden können. Der eher umstrittene Begriff Tertiärprävention bezieht sich auf die Linderung und Rehabilitation nach schon erfolgter Krankheit, was bedeutet den Krankheitsfortschritt aufzuhalten, Arbeitsfähigkeit und Wohlbefinden wieder herzustellen und chronisch Kranke hinsichtlich Lebensführung, Schutzmaßnahmen und medikamentöser Therapie eingehend zu beraten.

Profilierungs- und Wachstumschance Zwei starke Faktoren machen die Prävention – selbst wenn die Apotheke beim Präventionsgesetz ungenügend Würdigung findet – zu einem wichtigen Zukunftsthema: Zum einen der bereits erwachte Gesundheits- und Wellness-Trend, zum anderen das Interesse von Politik und Krankenkassen, mittels Prävention letztlich Geld zu sparen. Die vielen Kundenkontakte tagtäglich allein in der Offizin können zur Aufklärung und Motivation der Kunden genutzt werden, damit „gesund werden“ beziehungsweise „gesund bleiben“, der präventive Ansatz imagebildend und auch umsatzfördernd genutzt wird. Umsatz- und Gewinnsteigerungen der Apotheke, die letztlich wiederum Arbeitsplätze – auch den der PKA – sichern, können hierbei durch gezielte Präventions-Aktionen, Gesundheits-Check-Ups – zugeschnitten auf die jeweilige Zielgruppe – nach Alter, Geschlecht oder Indikation durch Zusatzverkäufe, aber auch ein Zusatzhonorar erzielt werden. Denn für Präventiv-Leistungen, die über das übliche Maß einer Beratung, wie sie in der Apothekenbetriebsordnung verankert ist, hinausgehen und die nach Qualitätssicherungssystemen erbracht werden, darf auch ein Extra-Honorar verlangt werden. Die ABDA (Bundesvereinigung

Deutscher Apothekerverbände e.V.) hat beispielsweise einen Leistungskatalog der Beratungs- und Service-Angebote in Apotheken (LeiKa) entwickelt, der eine Vielzahl möglicher Angebote der Apotheke aufführt – darunter auch zum Präventivsektor gehörende – und mit Qualitätsanforderungen/sicherungssystemen sowie Möglichkeiten der betriebswirtschaftlichen Kalkulation verknüpft.

MATERIALIEN, TIPPS UND INTERNETADRESSEN

- + **www.wipig.de** – das Wissenschaftliche Institut für Prävention im Gesundheitswesen (WIPIG) bietet ausführliche Materialien zu verschiedenen Projekten wie „Apotheke ist Klasse!“, „Apotheke macht Schule“, „Arzneimittelmissbrauch“, „Ernährung für Grundschüler“, „Diabetes mellitus“ etc.
- + **LeiKa**: Leistungskatalog der Beratungs und Serviceangebote in Apotheken der ABDA
- + **www.bvpraevention.de** – die Bundesvereinigung Prävention und Gesundheitsförderung e.V.
- + **www.apothekenzukunft.de** – das Apothekenmanagement-Institut (AMI) bietet einen sechsmo-natigen Fernkurs „PräventionsberaterIn Familie“ an.
- + **www.praeventour.de** – ein Apotheker zeigt ,wie Profilierung mit Prävention funktioniert.

Anpacken! Patentlösungen für die individuelle Umsetzung von „Prävention in der Apotheke“ gibt es nicht. Umsetzungsmöglichkeiten im Apothekenalltag existieren vielfältige – von der individuellen Kundenansprache durch das pharmazeutische Personal im Beratungsgespräch bis hin zu groß angelegten Aktionen. Genauso wie Themen: Die Minimierung von Risikofaktoren betreffen etwa den Bereich Ernährung, Bewegung, Lebensführung, Stressprophylaxe, Rauchen, Alkohol und Umweltgifte. Ebenso können Maßnahmen zur Stärkung des Immunsystems und die Notwendigkeit sowie Aufklärung über Impfung ein sinnvolles Themengebiet sein. Zur Früherkennung und Prävention eignen sich auch ausgewählte Erkrankungen, etwa Übergewicht/Adipositas, Fettstoffwechselstörungen, Hyperurikämie/Gicht, Herz- und Kreislauferkrankungen, Diabetes mellitus Typ 2/Metabolisches Syndrom, Mund- und Zahnerkrankungen, Osteoporose, Venenerkrankungen – und sogar Tumoren. Um „Gehör“ zu finden, ist „Auffallen“ bei Präventionsaktionen Pflicht. Interesse und Nachdenken müssen geweckt werden, gleichzeitig klargemacht werden: Prävention ist kein notwendiges Übel, sondern steigert die Lebensqualität, Vorsorge kann sogar Spaß machen. Denn die dauerhafte Motivation von Betroffenen ist sonst schwierig. Die Entscheidung zum Engagement in einem oder mehreren Präventionsgebieten trifft natürlich

die Apothekenleitung. Und natürlich ist für die Umsetzung auch viel pharmazeutisches Know-how gefragt. Aber gerade bei Marketingmaßnahmen, der konkreten Aktionsdurchführung kann sich eine engagierte PKA ebenfalls sehr gut einbringen. Insbesondere bei Anzeigen für die Lokalpresse, bei Kunden-Mailings, Handzetteln und Fragebögen, bei der Ankündigung und Präsentation in Aufstellern, im Schaufenster und in der Offizin via Flip-Chart samt zugehörigem Sortimentsangebot für mögliche Zusatzverkäufe kann die PKA wertvolle Entlastungsarbeit für den Apotheker leisten. Auch gilt es die Zusammenarbeit mit möglichen Kooperationspartnern, wie umliegenden Ärzten, Fitnessstudien, Sportvereinen, Gaststätten, Firmen, Selbsthilfegruppen, Mütterberatungsstellen, Hebammen, Reisebüros, Schulen oder anderen geeigneten Netzwerkpartnern vor Ort zu koordinieren. Präventiv-Aktionen, die tatsächlich der Apotheke wie dem Kunden eine win-win-Situation ermöglichen, sind selten Schnellschüsse, sondern müssen groß angelegt und geplant werden.

Praktische Beispiele zeigen Erfolg Nur ein paar Ideen/Anregungen zum Thema „Gesunde Ernährung“: Beispielsweise das Schaufenster mit fünf Portionen Obst und der Frage „Schaffen Sie das?“ dekorieren und eine dreidimensionale Ernährungspyramide in der Offizin aufstellen sind Aufgaben der PKA. Für die individuelle Ernährungsberatung, womöglich mit Ernährungsprotokoll, dem Setzen von End- und Zwischenzielen zur Gewichtsreduktion, eventuelle Nutzung eines Aktionsprogramms wie „Leichter Leben in Deutschland“, Überprüfung der Zielvorgaben mittels Body-Mass-Index (BMI), Taillenumfang, Blutdruck, Lipidprofil etc. ist wiederum das entsprechend qualifiziert geschulte pharmazeutische Personal zuständig. Spezialisiert auf ganzheitliche, individuelle Gesundheitsvorsorge, betriebliches Gesundheitsmanagement und Prävention hat sich beispielsweise Apotheker Christian Koch aus Wölfersheim. Dafür erhielt er sogar den Deutschen Apothekenpreis 2015. Nicht nur in den Offizinräumen direkt wird die „Prävention“ groß geschrieben, auch außerhalb der Apotheke hat er mit einem „Präventomobil“ den „Setting-Ansatz“ (einfach ausgedrückt: Kommt der Kunde nicht zu mir, komm ich zu ihm in Firma, Stadtverwaltung, Schule etc.) verwirklicht. Sein professionelles Konzept mit ausgetüftelten Fragebögen, sinnvollen Check-Ups, die valide Ergebnisse liefern, detaillierter schriftlicher Auswertung mit eigens entwickeltem Präventionsscore (Art Ampelsystem) hat sich weit über den Apothekeneinzugsbereich herumgesprochen. Von Firmen erhält er auch viele Folgeaufträge, da er gezielt verschiedene Präventionspakete für Unternehmen anbietet (etwa „Quick-Check“, „Psyche/Stressbewältigung“, „Rücken fit“, „Immunschutz“, „Ernährungsberatung“). ■

Dr. Eva-Maria Stoya, Apothekerin und Journalistin