

Statement

Fritz Becker

Vorsitzender Deutscher Apothekerverband (DAV)
Präsident Landesapothekerverband Baden-Württemberg
Inhaber Medico-Apotheke Pforzheim

Berlin, 6. Mai 2009

Es gilt das gesprochene Wort!

Sehr geehrte Damen und Herren,

zunächst freue ich mich natürlich, dass die AOK uns die Möglichkeit zu einer Stellungnahme im Rahmen ihrer Pressekonferenz gibt. Das zeigt, dass sie in den vergangenen Monaten ein Verständnis dafür entwickelt hat, wo die Patienten und die AOK-Versicherten mit den Rabattverträgen und deren Auswirkungen konfrontiert werden. Nämlich in der Apotheke ihres Vertrauens.

Die Apotheken unterstützen die Rabattverträge von Beginn an. Und lassen Sie mich klarstellen: Das war nicht immer einfach. Sie alle kennen die vielfältigen Probleme für den Patienten. Darunter hat die Idee der Rabattverträge in der öffentlichen Wahrnehmung, bei Patienten und auch bei den Apothekern gelitten. Und ich will nicht verhehlen, dass wir Apotheker uns bei aller grundsätzlichen Unterstützung weniger Reibungsverluste gewünscht hätten.

Hersteller und Kassen verhandeln miteinander über die Rabattverträge. In der Apotheke muss es dagegen um die konkrete Umsetzung gehen. Ich selbst unterhalte mich mit meinen Patienten,

ob von der AOK oder von anderen Kassen, lieber über Wirkstoffe und Wirkweisen als über die Preise. An denen kann ich als Apotheker gerade im rezeptpflichtigen Bereich ohnehin nichts ändern. Wir werden ohnehin mit einer Pauschale gemäß der Arzneimittelpreisverordnung entlohnt; vollkommen abgekoppelt vom Preis des Arzneimittels.

Und so werden wir auch diese neuen Rabattverträge bestens umsetzen. Auch wenn wir der Überzeugung sind, dass beispielsweise mit der Zielpreisvereinbarung ein überzeugenderes Modell eine einfachere und schnellere Umsetzung in der Praxis ermöglicht hätte.

Auf die Apotheken kommt ab Juni wieder eine Menge Extra-Arbeit zu. Millionen AOK-Versicherte müssen auf neue Präparate umgestellt werden. Das verlangt nicht nur nach einer logistisch perfekten Umsetzung durch die von der AOK gewählten Hersteller. Sondern hier sind auch die Teams in den Apotheken gefragt. Neben Lagerhaltung und der Umstellung der Computersoftware in mehr als 21.500 Apotheken werden unsere 148.000 Kolleginnen und Kollegen mit den Problemen, Fragen und auch Ängsten der AOK-Patienten konfrontiert.

Es ist deshalb unerlässlich, dass Versicherte von ihrer AOK unbedingt vor dem Start der Umstellung ihrer Medikation informiert sind. Wenn der Apotheker einen Patienten mit einem neuen Arzneimittel versorgen soll, das dieser bislang nicht kennt, dann wirft das Fragen auf. Das wäre bei Ihnen hier im Raum nicht anders! Es gibt Patienten, die reagieren verärgert, sie verlassen die Apotheke, versuchen ihr altes Präparat anderswo zu bekommen. Da nutzt auch manchmal das Vertrauen in die Apotheke und das Team wenig. Das sind unsere Erkenntnisse der vergangenen Jahre. Wir aber müssen sicherstellen, dass Probleme mit der Therapietreue durch die Rabattverträge gar nicht erst eintreten!

Die Patienten müssen also umfassend informiert sein. Und dasselbe gilt für Apotheker und Ärzte. Wir müssen wissen, was auf uns alle zukommt, damit wir uns optimal vorbereiten können. Hierzu waren die Gespräche zwischen AOK und DAV in den letzten

Monaten dienlich. Wir setzen darauf, dass diese Transparenz beibehalten wird und Schule macht.

Jetzt zeigt sich, dass die wohnortnahe Versorgung ein Goldstandard ist. Versandapotheken, Pick-up-Stellen können nicht zu Kostensenkungen oder einer Umsetzung der Rabattverträge beitragen. Wenn es um die flächendeckende, ernsthafte Versorgung geht, dann ist die Apotheke vor Ort das Maß der Dinge. Ich freue mich, dass die AOK dies schätzen gelernt hat.

Um die Verunsicherung der Patienten zu minimieren, müssen allerdings die Übergangszeiträume kulant sein. Patienten müssen den Weg der AOK mitgehen können. Hier ist Überzeugungsarbeit zu leisten. Die Brechstange hilft nicht. Und deshalb ist Kulanz gegenüber den eigenen Versicherten und der betreffenden Apotheke von großer Bedeutung. Pharmazeutische Bedenken müssen von der Kasse ernst genommen werden.

Und – um es in aller Offenheit zu sagen: Hersteller müssen lieferfähig sein. Ohne Ausnahme und überall. Wir setzen hier auf den Einfluss der AOK und die Durchsetzung der Verträge. Die Lieferfähigkeit ist der Schlüssel zum Erfolg der Rabattverträge. Da, wo dieser Faktor fehlt, wird der Patient sich stur stellen. Er verliert das Vertrauen in seine Kasse, in die Funktion von Rabattverträgen und er verliert das Vertrauen zum Apotheker.

Die regelmäßigen Treffen mit der AOK waren nützlich, um gegenseitige Fragen und Bedenken zu klären. Die Verschiebung des Starts der Rabattverträge war richtig und sinnvoll. Mit einem gemeinsamen Flyer werden wir bei Bedarf zusätzlich und schnell in den Apotheken informieren.

Wir jedenfalls bereiten uns intensiv auf eine enorme Welle an Mehraufwand und Erklärungsbedarf in den Apotheken vor. Hoffentlich läuft vieles besser als beim ersten Mal. Trotzdem sollten Patienten sich schon jetzt auf längere Wartezeiten einstellen.