

APOTHEKERINNEN-KONGRESS

Selbstbewusst und kompetent punkten

Von Brigitte M. Gensthaler, Starnberg / Mehrwert Apotheker/in: Unter diesem Leitthema stand der Apothekerinnen-Kongress Ende Juni in Starnberg. Rund 100 Teilnehmerinnen trafen sich zum fachlichen und persönlichen Austausch.

»Lassen Sie uns gemeinsam zeigen, welchen Mehrwert wir Apothekerinnen bieten. Mehrwert Apotheker/in ist kein Slogan, sondern eine Haltung!« Mit diesem Appell begrüßte Apothekerin Carolin Antropov die Teilnehmerinnen zum Kongress am 20. und 21. Juni, den sie gemeinsam mit Sabine Kierner, Inhaberin von CITYteam Health, leitete. Der Kongress solle inspirieren und motivieren, neue Ideen aufzugreifen und umzusetzen. Kongressgründerin Barbara Frank gab den Kolleginnen in ihrem schriftlichen Grußwort als Motto mit: »Nie aufgeben«.

mit dem sie komplexe Zusammenhänge erklären, Qualität beurteilen, Risiken bewerten und Wissenschaft in den Alltag umsetzen könnten.

Auf diesem Fundament aus Naturwissenschaft, pharmazeutischem Denken, Präzision, Qualität, Menschenkenntnis und Vertrauen könne jeder viel aufbauen. Dass man damit Weltmarken hervorbringen kann, zeigte sie am Beispiel von Coca-Cola, entwickelt 1886 von Apotheker John Pemberton in Atlanta, sowie von Dr. August Oetker, der 1893 das Backin (Backpulver) entwickelte.



Stolze Kongressorganisatorinnen:
Sabine Kierner
(links) und Carolin
Antropov

© Maike Freese-Spott

Das Programm war breit gefächert und umfasste Palliativ- und Genderpharmazie, wirkungsvolle Kommunikation, finanzielle Absicherung, funktionelle Medizin, Zukunftsaufgaben und -ausichten.

Das pharmazeutische Fundament nutzen

»Apotheker sein ist kein Beruf, es ist ein Fundament«, erklärte Apothekerin und Firmengründerin Dr. Christina Jagla im Impulsvortrag. »Jede Apotheke hat ein verborgenes Potenzial, das aber oft zu klein gesehen wird.« Apotheker hätten dank ihrer Ausbildung ein breites und tiefes naturwissenschaftliches Wissen,

Apotheker hätten oft »extrem starke Ideen und Kompetenzen«. Sie selbst habe in den Rezepturen ihres Vaters viel Wissen, pharmazeutische Kultur und Potenzial erkannt und in kleinen Schritten ihr Start-up zum Unternehmen Dr. Jaglas entwickelt.

Ihr Resümee: Das eigene Potenzial werde oft nicht erkannt. »Zukunft beginnt damit, das Eigene neu zu sehen. Die Apotheke kann mehr, wenn wir größer denken.«

Palliativpharmazie als Querschnittsfach

»Es geht um das pharmazeutische Fundament«, griff Privatdozentin Dr. Con-

stanze Rémi, LMU-Klinikum München, den Faden auf. Sie beschrieb die Palliativversorgung als Querschnittsfach, das sich an alle Menschen richte und alle Erkrankungen – von Geburt bis Lebensende – umfasse.

Die Arzneimitteltherapie ist ein wichtiges Werkzeug, zum Beispiel bei Myoklonien, Unruhe, Übelkeit, Schläfrigkeit, Atemnot oder Ödemen. Dabei seien Arzneimittel immer eingebettet in ein Gesamtkonzept, erklärte die Fachapothekerin für klinische Pharmazie. Oft würden alte Medikamente und viele im Off-label-Use eingesetzt. Eine Fundgrube für valide pharmazeutische Informationen bietet das Kompetenzzentrum Palliativpharmazie mit der Datenbank pall-OLU (www.arzneimittel-palliativ.de; <https://pall-olu.de/>).

Rémi beschrieb die Versorgungsstrukturen, die sich gliedern in den stationären Bereich mit Palliativstation, Palliativ- oder Konsildienst und Hospiz sowie den ambulanten Bereich mit allgemeiner und spezialisierter ambulanter palliativmedizinischer Versorgung (AAPV und SAPV). In der AAPV hätten alle an der Versorgung Beteiligten ihren Platz, zeigte sie anhand eines COPD-Patienten, dessen Befinden sich langsam verschlechterte. »Die Stammapotheke ist für viele Patienten die Konstante im Krankheitsverlauf.«

Fast immer sei eine vorausschauende Therapieplanung nötig, zeigte sie an einem anderen Beispiel. Was tun, wenn schlucken nicht mehr möglich ist? Die Apothekerin empfahl dringend, sich mit anderen Experten auszutauschen und die beruflichen Kompetenzen zusammenzubringen, um individuelle Lösungen zu finden.

Ihr Resümee: »Apotheken haben einen ganz wichtigen Versorgungsauftrag und müssen frühzeitig eingebunden werden, aber sie müssen sich auch frühzeitig sichtbar machen mit ihrer Kompetenz. Nur ein sichtbarer Leuchtturm kann lotsen und leiten.«

Wie interdisziplinäre Kommunikation gelingt

Im kollegialen Austausch berichteten Rémi und Apothekerin Tilly Duderstadt über ihre Erfahrungen mit der Kommunikation zwischen Ärzten und Apothekern. »Für eine patientenzentrierte Versorgung ist der Austausch essenziell, denn die Versorgung ist heute teilweise so speziell, dass jeder Gesundheitsberuf nur ein Segment sieht«, betonte



Anregende Pausengespräche
in der begleitenden Industrieausstellung

Duderstadt. »Interdisziplinäre Kommunikation dient dem Patienten.«

Im Apothekenteam müsse eine klare Kommunikationsstruktur aufgebaut werden, empfahl die Filialleiterin. Oft sei es günstig, Kollegen, die Medikationsanalysen machen, vorrangig mit dem Arztkontakt zu betrauen. »Oft helfen persönliche Kontakte mit den Ärzten, um deren Bedarf zu erkennen.« Mitunter seien regelmäßige Gesprächstermine nützlich.

Wenn deutlich werde, dass die pharmazeutische Arbeit die Tätigkeit der Ärzte und Pflegekräfte erleichtert, wachse Vertrauen, berichtete Rémi. Ihr Tipp: Misstrauen und negative Rückmeldungen nicht persönlich nehmen.

Selbstbewusst verhandeln

»Man muss die eigene Position, Leistungen und Fähigkeiten wertschätzen und Klarheit über den eigenen Wert gewinnen«, empfahl Kerstin Tschuck. Die Geschäftsführerin der DPhG gab Tipps für erfolgreiche Verhandlungen. Es sei hilfreich, Verhandlungen als Dialog un-

ter Partnern zu sehen und nicht als Kampf. Dabei gelte der Grundsatz: hart in der Sache, aber weich zu den Menschen. »Wichtig ist, ein Nein nicht persönlich zu nehmen.«

Warum schöpfen Frauen in Verhandlungen nicht ihr Potenzial aus? Oft seien es Angst vor Ablehnung oder Konflikten, der eigene Anspruch an Perfektion, die Sorge, als zu fordernd zu gelten und das Klischee, dass Frauen schlechter verhandeln könnten als Männer. »Frauen verhandeln anders, nicht schlechter.«

Je besser man vorbereitet sei – auch auf Einwände –, umso höher sei das Selbstbewusstsein, sagte Tschuck. Ebenfalls wichtig seien eine selbstsichere Körpersprache und »Mut zur Stille«. Tipp: Forderungen aussprechen, schweigen und sich nicht rechtfertigen.

Ihr Resümee: »Gute Vorbereitung gibt Selbstvertrauen. Klarheit erzeugt Respekt. Schweigen demonstriert Selbstbewusstsein. Mut beginnt im Kopf!«

Balance aus Empathie und Ekpathie

Peter Weinberger, Experte für Konfliktmanagement und Resilienz, verwies auf den Wert empathischer Menschen in der Apotheke. Mitfühlende Mitarbeiter könnten Kunden binden, denn sie wollten fürsorglich handeln, damit es dem anderen besser geht. Aber sie müssten stark auf ihre Kapazitäten achten, mahnte der Trainer. »Empathische Menschen sind wie Leuchttürme, aber sie müssen gewartet und gepflegt werden, damit sie nicht ausbrennen.«

Ein Beispiel: Ein Patient will in der Apotheke ein Rx-Medikament ohne Rezept kaufen und bedrängt die Apothekerin. Für empathische Mitarbeiter ein Dilemma, da sie helfen wollen, aber damit gegen Berufspflichten, ihre Rolle und Gesetze verstoßen. Ein klares Nein falle den meisten schwer, aber sie müssten es lernen.

»Ekpathie ist die Fähigkeit, die nötigen emotionalen Grenzen zu ziehen«, erklärte Weinberger. Ekpathie könne empathische Menschen davor bewahren, eigene Grenzen und Kapazitäten zu missachten und sich damit zu überfordern. »Gesunde Grenzen sind kein Egoismus. Sie schützen meine Energie und Gesundheit.« /



Bei der Podiumsdiskussion am zweiten Kongresstag stellte Kammerpräsidentin Franziska Scharpf (3. von rechts) die Zukunftschancen der Apotheker heraus.