

# Apotheke

## Road to E-Rezept

**10 Checkpoints**



**Christian Engler**  
*digital change management*

# READY SET GO

## Vernetzte Welt

**PUSH** - Am Anfang stand „das Internet“ oder auch **Web 1.0**. Hier wurden auf statischen Webseiten Informationen online zur Verfügung gestellt.

**SHARE** - Die (R)evolution ging weiter mit dem **Web 2.0**. Hier wurden nach und nach interaktive Inhalte zur Verfügung gestellt. „Social Media“ war geboren.

**LIVE** - Aktuell sind wir in der Phase des **Web 3.0**. Informationen können nicht nur in Echtzeit geteilt werden, auch können Teile des Netzes durch Blockchain Technologien und NFTs von jedem Nutzer erworben werden.

Dadurch, dass Informationen von jedem Inhaber mit einem Internetzugang (Bsp. Smartphone Besitzer = 88,8% der deutschen Bevölkerung [Alter ab 14 Jahre] im Jahr 2021 - Quelle: statista.com) in Echtzeit von jedem Ort auf der Welt verbreitet **und** abgerufen werden können, ändert sich unser Zusammenleben grundlegend. **Machtverhältnisse** verschieben sich vom Anbieter zum Nachfrager oder vom Arbeitgeber zum Arbeitnehmer.

**Daher sind die meisten Bestrebungen von Unternehmen nur sinnvoll, wenn sie kundenzentrisch erfolgen.**

## Digitale Veränderungen in der Apotheke

Grundsätzlich - Das E-Rezept wird kommen. Ein Fortschritt, der sich in 17 europäischen Ländern schon durchgesetzt hat und dort Standard ist, wird an Deutschland nicht vorbeiziehen. Es ist völlig egal, ob Du das E-Rezept gut findest oder nicht. Es ist auch egal, ob Du von Vorteilen, Nutzen oder Datensicherheit in diesem Zusammenhang überzeugt bist. Genauso ist es egal, ob Du glaubst, ob Deine Kunden das E-Rezept und die damit verbundenen Neuerungen nutzen werden oder nicht. Die Zeit für Befindlichkeiten ist vorbei.

**Bitte stelle Dich und Deine Apotheke konsequent auf die Veränderungen ein, sonst werdet Ihr verändert.**

## About the Checkpoints

Die aufgelisteten Punkte haben keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Die Liste enthält aus Sicht des Autors keine optionalen Punkte, vielmehr stellt sie, aus seiner Sicht, eine **Mindestanforderung** an jede der über 18.000 Apotheken in Deutschland dar. Die Punkte sind in keiner bestimmten Reihenfolge erwähnt. Dies ist nur die komprimierte Essenz vieler wichtiger Themen und anzuehender Felder. Sie ist in Summe als Gedankenanstoß gedacht, den Prozess des Wandels in der Apotheke entschlossen und auf allen Ebenen anzugehen. Diese Unterlage dient zur Eigenorientierung von Apothekeninhabern und Führungskräften in Apotheken in Deutschland.



# 10 CHECKPOINTS

## 1. Verantwortlichkeiten

Installiere eine verantwortliche, kompetente Person für das Bewältigen der Herausforderungen in einem vernetzten Zeitalter.

Diese Person sollte mit allen nötigen (und rechtlich möglichen) Entscheidungskompetenzen ausgestattet sein. Das Gehaltsgefüge im Bereich PKA wird hier nicht ausreichen. Auch wenn es vielleicht für den Anfang keine Vollzeitstelle sein muss, sollte dies die Hauptaufgabe dieser Person darstellen. Solltest Du Dich selbst in der Rolle sehen, stocke das (pharmazeutische) Personal auf, um entsprechend Freiräume zu generieren.

## 2. Kommunikation im Team

Kommuniziere am besten von Anfang an, spätestens jedoch vor Deiner ersten Veränderung, mit deinem Team und binde alle Teammitglieder konsequent in die Veränderungsprozesse mit ein.

Erkläre Deinem Team, dass es sich stets um Ergänzungen handelt mit dem Ziel, die lieb gewonnenen Stammkunden auch in Zukunft auf höchstem Niveau pharmazeutisch versorgen zu können. Nimm ihnen auch (wenn nötig) Ängste, dass Personal ersetzt oder persönlicher Kundenservice eingespart werden soll.

## 3. Vertriebsweg

Lege **jetzt** den digitalen Weg (App, Portal, Webseite) fest, über den Ihr die ersten E-Rezepte empfangen wollt. Vielleicht gibt es in Deinen Augen aktuell noch nicht die optimale Lösung für Deine Kunden und Deine Apotheke. Das ist nicht schlimm, weil es für den Anfang nicht wichtig ist. Beginne umgehend, Euren gewählten Weg Euren Kunden über alle Euch zur Verfügung stehenden Kanäle näher zu bringen und lasst Euch schon heute das Muster 16 als Foto vorab übermitteln.

Bedenke dabei, dass die damit verbundenen Prozesse sich über einige Monate erst "einschleifen". Nutze dabei so viel Marketingbudget, wie betriebswirtschaftlich zu verantworten ist. **Bitte habe dabei im Kopf, dass das Zeitfenster dieser Chance begrenzt ist und sich nicht wiederholen wird.**



# 10 CHECKPOINTS

## 4. Prozesse und Orga

Bitte bedenke, dass Du in Zukunft mehr Medikamente „hinten“ als „vorne“ verkaufen wirst und triff alle notwendigen organisatorischen, prozessualen, technischen und rechtlichen Voraussetzungen.

Das Beantragen einer Versandhandelserlaubnis erleichtert viele rechtliche Fragestellungen, auch wenn Du nicht ganz Deutschland mit Medikamenten versorgen möchtest. Plane den Ausbau Deines Botendienstes.

## 5. Mitarbeiter

Schaffe für Deine Mitarbeiter ein zukunftsorientiertes Umfeld.

Hast Du schon Methoden aus der agilen Unternehmenskultur (da, wo es rechtlich möglich ist) in Deiner Apotheke ausprobiert oder sogar verankert?

Ist ein Mitarbeiter-W-Lan eingerichtet? Haben alle Mitarbeiter ein Smartphone und können damit umgehen? Dürfen Deine Mitarbeiter das Smartphone in der Apotheke benutzen?

Wird das Entwickeln von neuen Ideen incentiviert? Kennen Deine Mitarbeiter die relevanten Social-Media-Kanäle? Stehen Getränke und Snacks für das Team zur Verfügung?

Auf die New-Business-Ping-Pong-Platte kannst Du in der Regel verzichten. ;-)

## 6. Moderne Kundenkommunikation

Schule Deine Mitarbeiter im Umgang mit zukunftsorientierten Medien.

Ein Kunde, der über E-Mail an Dich herantritt, hat einen anderen Geduldsfaden als ein Kunde, der Dir einen Brief schreibt. Ein Kunde, der via App bei Dir bestellt, hat einen anderen Geduldsfaden als der Kunde, der eine E-Mail schreibt ... telefonisch, persönlich und so weiter.

**Lege im Team Qualitätskriterien inhaltlicher und zeitlicher Natur fest, wie ihr diese Anfragen beantworten wollt.**

## 7. Kundenwerte

Schule Deine Mitarbeiter im Umgang mit zukunftsorientierten Kunden.

Jeder Generation, ob Baby-Boomer, Generation X, Y, Z oder die Alphas, hat Ihre eigenen Wertevorstellungen. Konzentriere Dich insbesondere auf die Generationen, welche jünger als Du sind bzw. auf alle Generationen, zu der Du keine direkte Verbindung hast.



# 10 CHECKPOINTS

## 8. Webseite / GMB

Spendiere Deiner Webseite ein modernes Design, schnelle Ladezeiten und optimiere sie mindestens auf „mobile first“, eher mittlerweile auf „mobile only“. Bitte nimm hierfür kompetente Fachleute in Anspruch. Solltest Du Wert darauf legen, aktiv gefunden zu werden, binde entsprechende SEO-Spezialisten mit ein.

Pflege Dein Profil auf Google My Business. Halte alle Daten aktuell und lade ansprechende Fotos hoch. Pflege die Notdienste unter „Spezielle Öffnungszeiten“ ein. Erstelle regelmäßig Beiträge. Antworte auf **jede** Bewertung.

## 9. Social Media

**Wende ab sofort jeden Tag 10 Minuten damit auf, Dich durch Social-Media-Kanäle zu klicken.** Wichtiger als eigenes Posten ist für den Anfang aber das Zuhören auf den „Kanälen“. Vernetze Dich mit den lokalen Facebookgruppen z. B. „Schönes Dorf XX“ und abonniere die Instagram Seiten von Deiner Stadt, Deinen Kundengruppen wie z. B. Vereine, etc. und bekomme ein Gefühl dafür, welche Themen Deine Kunden vor Ort gerade bewegen. Du wirst natürlich in Deinem Ort zum gleichen Zweck auch „offline“ aktiv sein, das ist auch gut so. Die Onlinekanäle ergänzen diese bestehenden Möglichkeiten des Austausches und sind genauso unverzichtbar geworden.

TikTok und Twitch geben Dir hier einen interessanten Einblick, wie die Altersgruppe U30 aktuell tickt.

Aktuell solltest Du zumindest eine Facebook-Seite für Deine Apotheke haben. Ergänzend ist Instagram in Betracht zu ziehen. Vermeide unbedingt das Hochladen von Offline Medien wie Flyern etc. in die Social Media Welt. Das war 2010 schon out.

## 10. Außenwirkung der Apotheke / des HV

Schaffe für Deine Kunden ein zukunftsorientiertes Umfeld.

Schaue auf Internetseiten von Apothekeneinrichtern, ob Deine Apotheke so oder ähnlich aussieht, wie sie heute gebaut würde.

**Falls nicht, leite die entsprechenden Veränderungen ein.**

Hast Du bereits Digital-Signage-Elemente installiert?

Dies können ein Bildschirm, ein Tablett, aufgebaute Handys etc. sein.



# MEET CHRISTIAN



**Christian Engler** ist verheiratet und lebt zusammen mit seiner Frau und der gemeinsamen Tochter in Troisdorf. Er ist 1978 in Bergisch Gladbach geboren, in Köln aufgewachsen und der Liebe wegen in den Rhein-Sieg-Kreis gezogen.

Früh hat Christian erkannt, dass digitaler Wandel mehr als ein Zeitgeist ist. Die von ihm betreute Apotheke zählt bereits heute mehr als 20 % ihrer Stammkunden zu den aktiven Nutzern der digitalen Apothekenwege. Als leidenschaftlicher Fan einer vernetzten Welt kann er mit Stolz behaupten, die erste deutsche Apotheke aktiv zu begleiten, welche auf TikTok viral gegangen ist.

## Grundlagen seiner Tätigkeit

- **Kaufmännischer Leiter in einer Apotheke vor Ort**
- **Digital Change Manager IHK**
- **Six Sigma White Belt**
- **Gelernter Banker**  
mit 20 Jahren Erfahrung in Vertrieb / Coaching / Führung
- **Google Zukunftswerkstatt**  
"Grundlagen des Onlinemarketings"
- **YALE**  
Coursera-Fortbildung unter der Leitung von **YALE Professor Barry Nalebuff** "Introduction to Negotiation: A Strategic Playbook for Becoming a Principled and Persuasive Negotiator"

### Kostenfreies Angebot für Apothekenkollegen:

Sichere Dir Dein kostenfreies Erstberatungsgespräch bis zu 60 Minuten mit Christian Engler, rund um den digitalen Wandel in der Apotheke.

Jetzt Termin vereinbaren: [www.christianengler.de/apotheken](http://www.christianengler.de/apotheken)

Christian Engler  
Digital Change Management  
Laacher See Str. 23  
53844 Troisdorf

Stand 10.01.2022

Diese Unterlage wurde von „Christian Engler Digital Change Management“ exklusiv für die Mitglieder der Facebookgruppe „#DieDigitaleApotheke“ erstellt und dient dem Selbststudium. Eine Veröffentlichung oder Weitergabe dieser Unterlage an Dritte sowie die kommerzielle Nutzung der Unterlage ist nicht gestattet. Haftungsausschluss: Die Ausarbeitung stellt die persönliche Meinung des Autors dar. Eine Haftung gegenüber dem Leser wird in jeglicher Hinsicht ausgeschlossen.

