

Diagnostische Serviceleistungen in Apotheken stellen nicht nur eine wertvolle Maßnahme zur Differenzierung einer Apotheke und zur Kundenbindung dar, sondern bieten den Kunden auch die Möglichkeit, sich schnell und unkompliziert über Gesundheitswerte wie Blutdruck, Gewicht, Bauchumfang, Cholesterin und Blutzucker zu informieren. Wie wichtig Screening in Apotheken sein kann, zeigten die alarmierenden Ergebnisse der Apotheken-Aktion „10 Minuten für meine Gesundheit“ im Jahr 2006: Die Werte von mehr als 50% (!) der Untersuchten lagen im Risikobereich, die Betroffenen wurden zu weiterführenden Untersuchungen an einen Arzt verwiesen. Screening in den Apotheken ist also durchaus auch im Interesse des Gesundheitssystems. Kann man damit doch Menschen ansprechen, die sonst mangels Beschwerden keinen Anlass sehen, zu einem Arzt zu gehen bzw. sich nicht die Zeit dafür nehmen.

Hilfestellung durch ApothekerInnen

Zwar handelt es sich bei den Messungen durchaus um Parameter, die auch vom Pa-



In Apotheken wurden die 5 Gesundheitswerte Blutdruck, Gewicht, Bauchumfang, Cholesterin und Blutzucker überprüft

denbindung (Steigerung des Vertrauens) gehört ebenso dazu wie die Tatsache, dass interessierte Kunden dann in der Apotheke eventuell auch zu dem einen oder anderen Produkt greifen bzw. den Gesundheitscheck als Anlass sehen, überhaupt eine Apotheke zu betreten.

In anderen Ländern wie Großbritannien, Italien, Spanien, Portugal und Griechenland gehört das diagnostische Screening-Angebot in Apotheken bereits zum Alltag.

Die Bestimmung von Gesundheitswerten in der Apotheke bedeutet einen Vorteil für den Kunden und ist gleichzeitig eine Verkauf fördernde Maßnahme

tienten selbst überprüft werden können, falls ein entsprechendes Gerät zur Verfügung steht. „Allerdings ist gerade für ältere Menschen die Hilfestellung durch den Apotheker bei der Messung und auch bei der Interpretation der Ergebnisse ein

großes Plus“, ist Marketing-Expertin Viktoria Hausegger von der Agentur „mehr.wert. für ärzte und apotheker“ überzeugt.

Hausegger macht auch auf die Umwegrentabilität solcher Aktionen aufmerksam: Die Verstärkung der Kun-

Dem Wettbewerb der Zukunft stellen

Service dieser Art – inklusive der dazugehörigen Beratung – ist laut Hausegger auch eine Möglichkeit, sich dem Wettbewerb der Zukunft erfolgreich zu stellen:

- Diskussionen, dass gegebenenfalls Drogerien in Zukunft OTC-Produkte und so-

Wir ebnen den Weg für Ihre Pension!



Staatlich geförderte **Zukunftsvorsorge**

- staatliche Prämie
- Kapitalgarantie
- Steuerfreiheit

Weitere Informationen bei Ihrem Kundenberater.



Österreichische Apothekerbank

Kompetenz schafft Vertrauen.

www.apobank.at



Tara

gar bestimmte Arzneimittel verkaufen dürfen, sind ja in Wirklichkeit noch nicht aus der Welt.

● Um sich gegenüber „Versandapotheken“ zu profilieren, gilt es im Wettbewerb mehr und mehr auf die Kernkompetenzen zu setzen: Beratung und Service.

Es empfiehlt sich daher, im Apotheken-Marketing die persönliche pharmazeutische Fachberatung durch den Apotheker, sowie die unterschiedlichen gesundheitsorientierten Serviceleistungen als einzigartiges Merkmal der ortsansässigen Apotheke darzustellen.

Gelingt es, diese beiden Kernkompetenzen seinen Kunden wirkungsvoll zu vermitteln, wird man auch im lokalen Wettbewerb punkten und den Kundenkreis kontinuierlich vergrößern und binden, betont die Marketingexpertin.

Rechtliche Aspekte

In Österreich ist man mit Screening in Apotheken noch zurückhaltend. Dies dürfte immer noch auf mittlerweile geklärten rechtlichen Unsicherheiten der Vergangenheit beruhen. Gab es doch eine Klage von Seiten der Ärzte, in der gefordert wurde, Untersuchungen in Verbindung mit der Entnahme von Blut seien in Apotheken zu unterlassen.

Das Klagebegehren wurde jedoch vom OGH mit folgender Begründung zurückgewiesen: Wird die Messung der Blutwerte unter Verwendung eines vollautomati-

schen Gerätes vorgenommen, dessen Bedienung kein medizinisches Fachwissen voraussetzt, so sei dies kein Verstoß gegen das Ärztegesetz.

„Der zur Gewinnung eines Blutstropfens erforderliche Stich in die Fingerkuppe mit einem kugelschreiberähnlichen Gerät ist nach den Anweisungen des Pharmaunternehmens, das diese

Messmethode entwickelt hatte, als Vorgang gedacht, den der Kunde selbst vornimmt. Die Hilfe des Apothekers oder seines Angestellten bei diesem Vorgang substituiert die Tätigkeit des Kunden, ohne dass sich der Apotheker an die Stelle des Arztes setzt oder einen diesem vorbehaltenen Eingriff vornimmt“.

Zusammenfassend kann also festgehalten werden, dass zusätzliche Serviceleistungen wie diagnostisches Screening in Apotheken auch in Österreich sicherlich zunehmend an Bedeutung gewinnen werden.

Hannelore Mezei

cobas[®]
Life needs answers

Werden Sie aktiv!

Testen Sie Ihr Risiko für Herz-Kreislauferkrankungen anhand der Parameter Cholesterin, Triglyceride und Blutzucker. Zusätzlich kann auch die Leistungsfähigkeit durch Messung des Laktatwertes bestimmt werden.

Accutrend[®] Plus: Schnell und einfach an jedem Ort.

NEU!

COBAS, ACCUTREND und LIFE NEEDS ANSWERS sind Marken von Roche. ©2008 Roche

Roche Diagnostics GmbH
1211 Wien, Engelhorngasse 3
Tel. +43 / 1 / 277-87-0
www.roche.at

Roche

Anzeige

