

PHARMAZEUTISCHE

PZ

ZEITUNG

DIE ZEITSCHRIFT DER DEUTSCHEN APOTHEKER

27²⁰¹⁷

5600 / 162. JAHRGANG / 6. JULI 2017 / ISSN 0031-7136 WWW.PHARMAZEUTISCHE-ZEITUNG.DE

AVOXA



Mediengruppe Deutscher Apotheke

LIP- UND LYMPHÖDEM: TORTUR FÜR LEIB UND SEELE

MISCHPREISKALKULATION

Intransparent und unpräzise?

NEU AUF DEM MARKT

Etelcalcetid, Landiolol und Rolapitant

KOSMETIK

Schönheit mit Nebenwirkungen



APOTHEKERINNEN-KONGRESS:

Gut vernetzt ist halb gewonnen

Von Carolin Gieck, Starnberg / Unter dem Motto »Gemeinsam stärker! Von der Einzelkämpferin zur erfolgreichen Netzwerkerin« fand der vierte Apothekerinnen-Kongress in Starnberg bei München statt. Geboten war ein breites Spektrum an Themen: vom lockeren Talk über Speed-Dating mit Pharmaunternehmen bis hin zu Vorträgen über digitales und vertikales Netzwerken.

»Der Zielsetzung unseres Kongresses folgend haben wir wieder ein Thema ausgewählt, das für Frauen Problemfelder aufzeigt und Lösungen anbietet«, erklärte die Initiatorin Barbara Frank bei der Begrüßung am 24. Juni. Vielen Apothekerinnen brenne das Thema »Vernetzen« unter den Nägeln. Dass die Beispiele vorrangig für den weiblichen Teil des Berufsstandes gelten, besage nicht, dass nicht auch Männer davon profitieren können, betonte die Apothekerin und Fachjournalistin. Es sei ganz klar eine Tagung pro Frauen, nicht contra Männer. »Wir wollen voneinander lernen.«

Networking könne auch Auswirkungen haben, »die vielleicht nicht nur positiv sind und die Sie vielleicht selbst gar nicht mehr steuern können«, gab Schirmherrin Sabine Leutheusser-Schnarrenberger, Juristin und ehemalige Bundesjustizministerin, im Grußwort zu bedenken. Die Tagung wurde moderiert von Mitveranstalterin Sabine Kierner, Inhaberin von City-Team. Pausen zwischen den Vorträgen luden dazu ein, das Gelernte direkt

umzusetzen und die Messestände zu besuchen.

Geben und Nehmen

Unternehmerin Beatrice Rodenstock schilderte in einem Erfahrungsaustausch mit Frank, dass sie ihr Netzwerk ganz ohne »Vitamin B« aufbauen musste – obwohl sie aus einer Unternehmerfamilie stammt. Während sie früher intuitiv vorgegangen sei, kam das strategische Vorgehen beim Kontakte knüpfen erst mit den Jahren. »Ein Netzwerk lebt davon, dass man auch etwas zurückbekommt«, betonte sie. Insbesondere Frauen sollten darauf achten, dass die Balance stimmt. Man dürfe sich trauen, ein Netzwerk zu nutzen oder Hilfe einzufordern. Sie empfahl, kritisch zu prüfen, in welches Netzwerk man überhaupt hineinpasst.

Dr. Martina Kirschke, Oldenburg, machte der Zufall zur Rednerin bei diesem Kongress. Denn bei der letztjährigen Expopharm kam sie in der U-Bahn zufällig mit der Frau gegenüber ins Gespräch: Barbara Frank. Die Apothekerinnen tauschten Visitenkarten aus

und blieben in Kontakt. Warum so wenige Frauen beruflich netzwerken? »Frauen haben oft eine Hemmschwelle, private Netzwerke beruflich zu nutzen«, sagte die Apothekeninhaberin. Außerdem fürchteten sie, eine Empfehlung könne schlecht auf sie zurückfallen. Leider sei auch Missgunst unter Frauen teilweise noch sehr verbreitet.

Beispiel Jobwechsel: Männer zeigten hier, dass man Netzwerke aktivieren und bewusst einsetzen kann, sagte Kirschke. Frauen hingegen wählten meist den klassischen Weg über Stellenanzeigen.

Die Apothekerin ist aktiv in einer Erfahrungsaustausch(Erfa)-Gruppe, beim Zonta-Club Oldenburg sowie Internations. Denn auch branchenübergreifende Netzwerke dürften nicht fehlen.



Professor Dieter Benatzky: »Das Netzwerk ist völlig flexibel und es liegt an Ihnen, es zu entwickeln oder eben nicht.«

Dies könne auch bei der Personalsuche helfen. Ihr Tipp: »Seien Sie frisch, freundlich, neugierig und vor allem authentisch. Strahlen Sie Positives aus, denn man sieht es Ihnen an.«

Nicht auf die gute Fee warten

»Die gute Fee wird nicht kommen im Networking«, mahnte Professor Dr. Dieter Benatzky, Leiter des Instituts für Gesundheitswirtschaft und Ehrensenator an der Fachhochschule Rosenheim. »Das müssen Sie schon selbst machen.« Netzwerken sei gut für alle Apothekerinnen, die schneller sein möchten als ihre Mitbewerber, klare Ziele und Spaß an Kontakten haben. Dann führe es zwar nicht kurzfristig, aber mittel- und langfristig zum Erfolg.



Expertinnen in puncto Vernetzung (von links): Sabine Kierner, Sabine Leutheusser-Schnarrenberger, Barbara Frank und Beatrice Rodenstock
Alle Fotos: Maïke Freese-Spott

In einem Netzwerk gebe es weder Hierarchie noch Verträge oder Mitgliedschaften. Es sei informell statt formell, sei flexibel und dynamisch. »Es funktioniert alles nur mit Vertrauen«, stellte er fest. Vertrauen aufzubauen sei eine der schwierigsten Aufgaben. Die Leute seien von einem gegenseitigen Nutzen überzeugt, wobei nicht gesagt ist, dass dieser potenzielle Nutzen wirklich in Anspruch genommen wird. »Aber man könnte – das ist es, was das Netzwerk zusammenhält«, so Benatzky.

Kontakte knüpfen funktionieren nur mit Lächeln und aufrichtigem Interesse für den Anderen, erklärte Benatzky. Man sollte ein guter Zuhörer sein und von Dingen sprechen, die den Anderen interessieren. Visitenkarten seien eine gute Unterstützung, obwohl viele davon im Mülleimer landen. Der Referent empfahl, besser einen »Anker« zu setzen, damit es nach dem Kennenlernen weitergeht. Hierfür sei eine Botschaft nötig, quasi ein Zusatznutzen. »Was kann ich dem Anderen bringen – das ist doch das Hauptthema.«

Man solle sich im Vorfeld bewusst werden: Was ist meine Ich-Botschaft? Worauf bin ich stolz, was mache ich anders? Das könne die Spezialisierung auf Homöopathie sein oder die Versorgung mit Cannabis – das Besondere bleibt hängen, so der Experte.

Gerade im Einzelhandel sind Kontakte sehr wichtig. Sei es der Arzt, der im Ärztehaus in Ruhestand geht (Gibt es einen Nachfolger oder wird die Praxis geschlossen?) oder die Bebauungs-



Netzwerk ist Koordination plus Kooperation; dies gilt laut Apothekerin Dr. Sonja Mayer, Gröbenzell, gerade auch für die Patientenversorgung. »Die Medikationsanalyse ist ein Paradebeispiel für interdisziplinäre Zusammenarbeit.« Zugleich sei die Arzneimitteltherapie auch der fehleranfälligste Teil der medizinischen Versorgung.



Die Pausen wurden für angeregte Gespräche an den Messeständen genutzt.

oder Verkehrsplanung (Behindert die Baustelle den Verkehr, kommen neue Parkplätze?), die das Einkaufsverhalten der Apothekenkunden beeinflussen. Der kurze Draht bringe die entscheidenden Informationen und mache einen schneller als die Konkurrenz. Und kurzfristig? »Da bringt Netzwerken Spaß.« Tut es das nicht, sollte man besser die Finger davon lassen.

Digitalisierung für Kundenkontakt nutzen

»Ich kenne kaum eine andere Branche, die noch so sehr mit dem Fax arbeitet wie wir«, schmunzelte Ingrid Blumenthal, Geschäftsführerin von Aliud Pharma. Doch die Kunden erreiche man heute eher über digitale Medien. »Mit Smartphone und Digitalisierung können wir unsere Kollegen und Kunden ganz nah erreichen.« Es gebe viel nachzuholen für die Apotheke. Auch Gregor Malajka, Mitglied der Geschäftsleitung von Pharmatechnik, empfahl den Teilnehmern dringend, in der digitalen Welt erreichbar zu sein.

Beide Referenten waren sich einig, dass die Digitalisierung bereits Realität ist. Mit Blick zum Beispiel auf Amazon Prime Now mahnte Blumenthal zur Vorsicht. Apotheker müssten sich überlegen, was sie tun können, um sich zu vernetzen und nicht den Kontakt zum Kunden in dem Moment zu verlieren, wenn er die Apotheke verlässt.

Mit Netzwerk-Knigge sicher agieren

Netzwerk-Expertin Christiane Wolff erklärte zum Kongressende Grundlagen und Knigge-Regeln für erfolgreiches Netzwerken. »Alleine schon, dass Sie heute hier sind, hat einen positiven Ef-

fekt.« Indem man vorab die Referenten googelt und sich einige Fragen überlegt, könne man sich gut vorbereiten. Gezielt auf Menschen zuzugehen, sei besonders wichtig: »Mutig sein, einfach hingehen, eine Frage stellen und



Ingrid Blumenthal empfahl, das Smartphone für Kundenkontakte zu nutzen.

sich vorstellen.« Nach der Veranstaltung vermerke sie auf den Visitenkarten, über welche Themen gesprochen wurde, und versuche direkt einen Anschluss zu finden, zum Beispiel über eine E-Mail, in der man sich für den Kontakt bedankt oder nochmals Hilfe anbietet.

Ihrer Erfahrung nach benötigt man mindestens sieben Wiedersehen, also

BITTE SENDEN SIE ...

Ihre Mitteilungen ausschließlich per E-Mail bis montags 12 Uhr an: k.pohl@avoxa.de



Süße Frucht im Netz:
Die Kongressleiterinnen **Barbara Frank** (links) und **Sabine Kierner** präsentieren das Abschiedsgeschenk.

sich Zeit dafür. Ein ganz großer Anteil an Ihrer Karriere ist das Netzwerken.« Eine Studie beziffere die Anteile sogar mit 60 Prozent Netzwerken, 30 Prozent Eigen-PR und nur 10 Prozent Wissen. Letzteres werde heutzutage vorausgesetzt, so Wolff.

Gerade für den Anfang empfiehlt sie, mehr zu geben statt zu nehmen, neugierig zu sein und über den Teller- rand zu blicken. Über Feedback oder ein Danke freue sie sich persönlich immer sehr.

In einer Übung forderte Wolff die Teilnehmer auf, sich konkret zu überlegen, welchen Mehrwert sie einem Gesprächspartner bieten können. »Was habe ich an Wissen oder Ideen? Was kann ich geben?« Die Teilnehmer konnten rege Kontakte knüpfen, ehe sie ihren Vortrag beendete. Mit dem richtigen Netzwerk müsse man keine Angst haben; »man bekommt immer Unterstützung und ganz rasch Hilfe.« Grund genug, lieber heute als morgen mit dem Netzwerken zu beginnen. Dann endete der Kongress mit dem Netz der etwas anderen Art: einer Melone im Obstnetz. /

etwa zwei Jahre, ehe aus einem Kennenlernen ein guter Kontakt wird. Jeder solle seine persönlichen Ziele für

das Netzwerken definieren. Es sei nie »nur« Kaffeetrinken, oft entstünden dabei ganz tolle Ideen. »Nehmen Sie