

Ampel, Apotheke und die Zeit nach Jens Spahn

Eine unvorsichtige Analyse vor der Bundestagswahl 2021



Thomas Bellartz

Kurz vor der Bundestagswahl. Nach einem sehr zähen Wahlkampf und dem dritten sogenannten Triell zwischen dem Kanzlerkandidaten der Union, Armin Laschet, Olaf Scholz (SPD) und der Kandidatin der Grünen, Annalena Baerbock, war klar: Das Thema dieses Whitepapers ist gesetzt.

Denn kurz vor dem 26. September 2021 ist ersichtlich, was sich wohl auch am Tag der Bundestagswahl nicht ändern wird: Die Apotheke und auch die Arzneimittelversorgung spielen in der Auseinandersetzung der Parteien keine Rolle. Angesichts der aktuellen Herausforderungen und des sich abbildenden Lager-Wahlkampfes zwischen einer mitte-konservativen und einer möglichen eher links-liberalen Regierungskonstellation war immer klar, dass viele Themen nicht oder nur beiläufig Erwähnung finden würden.

In der inhaltlichen Auseinandersetzung ging es bis zuletzt fast ausschließlich um die Kandidatin und die Kandidaten selbst, also auch um deren Persönlichkeiten, um ihre Verfehlungen, um ihre Beliebtheit, Befähigung oder eben um das Gegenteil. Entwürfe und Gegenentwürfe verloren sich eher in plakativ vorgetragenen Positionen. Natürlich ist dies der Klimawandel und der Umgang damit, die Familienpolitik, die Wirtschaftspolitik, zuweilen die Renten- und Sozialpolitik (reduziert auf die Mindestlohnforderung von SPD und Grünen) und die Digitalisierung. Gesundheitspolitik wurde nur gestreift, wenn es um Corona und die vergangenen eineinhalb Jahre ging. Dann war auch gern und besonders von der Pflege die Rede, die es auszubauen gelte. Arbeitsplätze in der Pflege müssten attraktiver werden.

Viele Politikfelder wurden auch in den großen Auseinandersetzungen nur gestreift. Denken wir an die Integrationspolitik, Außenpolitik, Sicherheitspolitik, an die vielen europäischen Themen. Aber auch die Landwirtschafts- oder die Bildungspolitik spielten keine wirkliche Rolle.

Wahlkampf ohne Apotheke

Die Problematik: Das Thema Apotheke findet nicht nur im „großen“ Wahlkampf in den Triellen, in den Auseinandersetzungen bei Anne Will, Frank Plasberg, Sandra Maischberger faktisch nicht statt. Denn auch die aufmerksamen Leser:innen der Wahlprogramme – und das sind bedauerlich wenige – werden merken: Das Thema kommt – wenn überhaupt – unter ferner liefen vor.

Da gibt es bei einigen Parteien zwar die Post-Corona-Erkenntnis, dass Deutschland wieder die „Apotheke der Welt“ werden solle. Doch viel mehr steht dann doch nicht drin. Wer glaubt, Parteien würden sich mit der Frage auseinandersetzen, wie die deutsche Apotheke der Zukunft aussehen soll, wie Arzneimittelversorgung in einer tatsächlich älter werdenden Gesellschaft ganzheitlich verbessert wird, oder wer erwartet, dass auch nur ein Halbsatz zur Honorierung von Apotheken oder der Finanzierbarkeit von Arzneimittelversorgung geschrieben worden wäre, der wird enttäuscht. Ist die Apotheke, wie wir sie heute kennen, unwichtig, vielleicht sogar marginalisiert, da sie nicht Teil der politischen Debatte ist? Oder ist es vielleicht sogar gut, dass sie nicht im Fokus der Auseinandersetzung steht?



Ampel, Apotheke und die Zeit nach Jens Spahn

Eine unvorsichtige Analyse vor der Bundestagswahl 2021



Es gibt eine sehr langfristige Betrachtung, und eine mittelfristige. In der langfristigen Analyse bleibt festzuhalten, dass die Versorgung durch die Apotheken in den vergangenen beiden Legislaturperioden nicht größten Verwerfungen ausgesetzt war. Weder Hermann Gröhe noch Jens Spahn, beide CDU-Minister, hatten die Apotheken als übergeordnete Themen im Fokus. Dazu gab es auch fast keinen Grund. Denn die Sozialkassen, der Gesundheitsfonds waren prall gefüllt. Dank höchster Beschäftigungsraten, eines stabilen und sogar wachsenden Steueraufkommens und kräftig fließender Sozialabgaben in die Krankenkassen gab es keinen Handlungsdruck.

Spahns Erbe

Jens Spahn befasste sich demzufolge nur peripher mit Arzneimittel- und Apothekenthemen. Sein Fokus lag deutlich bei der Digitalisierung und damit der Modernisierung der Prozesse in der Gesundheitsversorgung. Und das rückte nur an dieser Stelle auch die Arzneimittel und die Apotheken in den Blick. Denn Jens Spahn widmete sich vor allem der von ihm neu geordneten Gematik und dem E-Rezept. Er drückte massiv aufs Tempo und wollte die gute finanzielle Ausgangslage nutzen, um grundsätzliche Prozesse fort- oder gar zu Ende zu führen.

Seine Rolle war die des agilen Treibers, des Machers. Er konnte und wollte ein gesundheitspolitischer Aktivposten sein und sich für höhere Weihen empfehlen. Aus einem in früheren Jahren mittelmäßig beleumundeten Ministeramt versuchte Jens Spahn den Modernisierungsaspekt herauszuarbeiten. Und man kann es nicht anders sagen: Das war in den ersten Monaten seiner Amtszeit durchaus erfolgreich. Während sich andere Kabinettsmitglieder durch eine eher schlechte Performance auszeichneten, wurde Spahn von der Kanzlerin, der eigenen Partei, der Öffentlichkeit positiv bewertet.

Freilich kam sich Spahn frühzeitig selbst in die Quere. Die innerparteilichen Auseinandersetzungen rund um die Nachfolge von Angela Merkel als Parteivorsitzende, die nächste Nachfolgedebatte um Annegret Kramp-Karrenbauer, also die Befassung mit der eigenen (Partei-)Karriere, legte die Erkenntnis nahe, dass Jens Spahn nicht die Absicht hatte, eine weitere Legislaturperiode im Amt eines Gesundheitsministers zu „verschwenden“. Spahn zielte auf das Kanzleramt, auf das Merkel-Erbe. Sein Vorbild: Sebastian Kurz, Kanzler in Österreich.

Umso schlimmer waren für ihn auch die diversen Skandale, ob nun die verschiedenen Immobiliengeschichten und deren Finanzierungen oder die wirtschaftlichen Verflechtungen zwischen ihm und dem späteren Chef der Gematik. Auch der Kauf einer Villa im Wert von mehr als vier Millionen Euro wurde zum Thema – und ist es bis heute. Daran hat Spahn selbst erhebliche Mitschuld. Denn Spahn und sein Ehemann, der Burda-Lobbyist Daniel Funke, verklagten Medien, darunter auch APOTHEKE ADHOC, und bemühten sich, Maulkörbe zu verteilen. Erfolglos.

Spahn ist aber für Apotheker:innen auch weiterhin relevant, weil seine intensiven Beziehungen und Verstrickungen mit und zu Großkonzernen und international agierenden Playern Bestand



Ampel, Apotheke und die Zeit nach Jens Spahn

Eine unvorsichtige Analyse vor der Bundestagswahl 2021



haben werden. Spahn ist mit Anfang 40 ein Politiker, der noch „Zukunft“ hat, der nach womöglich mindestens vier Jahren in der Bundestagsopposition durchaus noch einmal Chancen haben könnte, in höhere Gefilde aufzubrechen.

Helden der Krise: Die Apotheke (u.a.)

Der Blick in die Wahlprogramme jedenfalls verdeutlicht, dass Apotheke in der politischen Wahrnehmung keine grandiose Rolle spielt. Das ist natürlich bedauerlich, weil Apotheken gerade in der Pandemie einen herausragenden Part gespielt haben. Apotheken engagierten sich auf unterschiedlichsten Ebenen, sicherten die Versorgung, setzten die vom Gesetzgeber verordneten Maßnahmen schnell und kompromisslos um. Das Gefühl, das viele Apotheker:innen in den vergangenen Monaten hatten, war ein gutes. Ein bisschen stolz, ein bisschen nach dem Motto „Wir sind wieder wer“. Allerdings ist diese Betrachtung eine von den eigenen Interessen getriebene. Denn gerade in der Pandemie gab es sehr viele Bereiche und Berufsgruppen im Gesundheitswesen, in der Versorgung der Menschen, die sich auszeichneten. Ob nun auf den Intensivstationen, in den Kliniken, den Gesundheitsdiensten, in der Pflege, bei Feuerwehren, Rettungsdiensten, denjenigen, die Impfzentren aufbauten, diese betrieben und so vielen mehr.

Das mindert freilich mitnichten die engagierte Leistung der vielen Apothekerinnen und Apotheken, von Apothekenteams, die sich häufig um mehr kümmerten, als nur um das Kerngeschäft.

Doch genau dieses Dilemma lässt sich bilanzieren. Denn in der Pandemie veränderte sich das klassische Geschäft der Apotheker:innen vor Ort wie seit Jahren nicht mehr. Es veränderte sich schnell und drastisch und zeigte vor allen Dingen: Apotheke kann sich verändern, wenn sie muss und wenn sie will. Bestimmte Geschäfts- und Erlösbereiche fielen komplett aus, der Erkältungsmarkt war und ist bis heute faktisch tot. Auch andere Segmente fielen der Pandemie zum Opfer. Gleichzeitig verdeutlichten Apotheken, wie enorm ihre Bedeutung für die Versorgung der Bevölkerung vor Ort war und ist. Das wurde gesehen, es wurde darüber berichtet und anerkannt.

Wahr ist aber auch, dass der Versandhandel mit Arzneimitteln (generell der Versandhandel mit Gesundheitsprodukten) einen dramatischen Zuwachs verzeichnen konnte. Dieser Zuwachs ging in Teilen zu Lasten der Vor-Ort-Apotheke. Bilanziell kamen dieser zwar die anderen, akuten neuen Geschäftsfelder und die Einnahmen zugute. Doch erst mit Abklingen der Pandemie dürfte sich das tatsächliche Ausmaß zeigen. Welche Umsätze gehen grundsätzlich verloren? Welche können zurückgeholt werden?

Entscheidend ist: Kann sich die Politik, kann sich eine neue Bundesregierung an die Leistungen der Apotheken 2020/21 erinnern?

In den Wahlprogrammen wird deutlich, dass die Politik quer über Parteigrenzen hinweg anerkennt, dass die lokale und regionale Versorgung bedeutend ist. Und das dürfte auch nach



Ampel, Apotheke und die Zeit nach Jens Spahn

Eine unvorsichtige Analyse vor der Bundestagswahl 2021



der Wahl nicht zwingend verloren gehen. Es wird die Hauptaufgabe der Berufsorganisationen sein, daran zu erinnern, das Narrativ der Apotheke neu und besser zu erzählen als in der Vergangenheit. Es ist eine unabdingbare historische Wahrheit, dass die Apotheken zu einer zentralen Stütze in der Pandemie wurden und diese Funktion auch erfüllten.

Ob man sich dafür „etwas kaufen kann“?

Digital Health: Herausforderung für die nächste Regierung

Angesichts der politischen Ungewissheiten, die mit einer solchen Wahl einhergehen, macht es Sinn, die Fakten in den Blick zu rücken. Denn die Apotheken werden Anfang 2022, egal welche Regierung von welcher Partei geführt werden sollte, mit der Einführung des E-Rezepts konfrontiert. Und mit ihnen betrifft dies natürlich auch Ärzt:innen, Kliniken und alle anderen, die in diesen Prozess eingebunden sind. Ohne jeden Zweifel sind Apotheken darauf gut vorbereitet. Und auch die Branche ist aufgestellt. Ob dies auch bei den anderen Playern der Fall ist, muss teilweise durchaus bezweifelt werden. Denn anders als bei den Apotheken, hat zum Beispiel in Arztpraxen die Einführung des E-Rezepts keine grundlegenden Auswirkungen. Prozesse verändern sich ein wenig. Das war's.

In der Apotheke kommt es, parallel zu einer möglichen politischen Neuordnung im Bund und damit womöglich auch in der Gesundheitspolitik, jedenfalls zu grundlegenden Justierungen. Denn nicht nur die Apotheke vor Ort muss sich umstellen. Sie muss sich zunehmend entscheiden. Für neue Kooperationsangebote, für oder gegen Plattformen.

Die Politik ist bei diesem Spiel weitgehend außen vor. Sie wird höchstens die Regeln im Rahmen ihrer Möglichkeiten dann und wann anpassen. Das Grundinteresse mag teilweise die Sicherstellung der Versorgung sein. Aber es wird vor allen Dingen darum gehen, dass die Menschen zufrieden sind, also dass Patientinnen und Patienten mit dem E-Rezept klarkommen. Und dies wiederum wird die Politik den Krankenkassen im Besonderen zuschreiben.

Politisch viel drängender dürfte die Kassenlage sein. Denn der Kassensturz wird ein Thema einer neuen Regierung sein. Nachdem Hunderte Millionen Euro an Staatsmitteln aufgewendet wurden, um die Pandemie zu bekämpfen, geht die Frage um: Was macht die Kassenlage? Und bereits in den vergangenen Monaten wurde deutlich, dass ein wesentlicher Faktor für die Kassenlage die gesamtwirtschaftliche Lage ist. Sind viele Menschen in Lohn und Brot, füllen sich die Sozialkassen, sind auch die Krankenkassen gut aufgestellt. Auch wenn die Auswirkungen der Pandemie bei einigen Kassen zum Mantra steigender Beitragssätze führten: Gibt es wirtschaftliche Stabilität, profitieren die Kassen und damit auch die Apotheken.

Der Gesetzgeber wird nur schwer erklären können, wenn es bei den Gesundheitsberufen, auch bei den Apotheken, zu Sparmaßnahmen, wie drastisch auch immer, kommen würde. Das E-Rezept wird nicht zwingend zu Kosteneinsparungen führen. Mancher rechnet mit einem Zuwachs an Verschreibungen. Insoweit ist es spannend, diese Entwicklung zu betrachten.



Ampel, Apotheke und die Zeit nach Jens Spahn

Eine unvorsichtige Analyse vor der Bundestagswahl 2021



Angriff der Versandapotheken

Vielmehr dürfte sich eine neue Bundesregierung mittelfristig mit dem Thema auseinandersetzen müssen, was eine Kräfteverschiebung bei der Versorgung mit rezeptpflichtigen Arzneimitteln auslösen könnte. Sollten Versandapotheken nennenswerte Marktanteile generieren – trotz der Gegenwehr mithilfe von Plattformen – droht nicht wenigen Apotheken ein empfindlicher Ertragsverlust. Denn mit der Pandemie ist der für viele Apotheken ertragsrelevante OTC-Bereich in der Apotheke weggebrochen, andere Umsätze haben sich verlagert. Drohen einzelnen Apotheken weitere Umsatzverluste bei verschreibungspflichtigen Arzneimitteln, wird die Bundesregierung gegensteuern müssen. Denn die Pandemie hat (auch) deutlich gemacht, dass die flächendeckende Gesundheitsversorgung Priorität haben muss.

Das E-Rezept wird aber auch für eine neue Bundesregierung ein wichtiges Instrument sein, um der Digitalisierung im Gesundheitswesen in der Fläche und bei der Vernetzung verschiedenster Player Bahn zu brechen. Das muss mehr werden als nur ein digital- und gesundheitspolitisches Feigenblatt. Das E-Rezept ist der Türöffner. Denn klar ist: Die Digitalisierung des Gesundheitswesens ist von enormer Bedeutung. Und damit ist nicht das Apotheken-Fax gemeint, auf dem auch im Jahre 2021 noch dutzendfach die Angebote von Unternehmen eingehen. Mit der Digitalisierung sind all die Elemente gemeint, die die Versorgung der Menschen effizienter, aber vor allem qualitativ besser gestalten. Es geht um ein besseres Versorgungsmanagement, basierend auf einer stark verbesserten Verfügbarkeit von Daten und Informationen zu Erkrankungen, Diagnosen, Dokumentationen etc.

Digital Health wird für die nächste Bundesregierung in der Gesundheitspolitik eine ähnliche große Bedeutung haben wie die Klima-, Renten- und Familienpolitik. Denn Digital Health birgt die nachhaltig größten Chancen, die Gesundheitsversorgung der nächsten Jahrzehnte zu verbessern.

Eine neue Bundesregierung wird viel dafür tun müssen, bestehende Prozesse zu optimieren und auf diesem Weg tatsächlich zu Erneuerungen und gleichzeitig zu Einsparungen zu kommen; in der Klinik, in der Versorgung mit Arzneimitteln, durch Vermeidung von Mehrfachbehandlungen et cetera. Vor allen Dingen aber geht es um mehr Qualität in der Versorgung, egal ob Patienten gesetzlich oder privat versichert sind.

Kommt die Bürgerversicherung?

In mehreren Wahlprogrammen, insbesondere von SPD und Grünen, ist die Bürgerversicherung ein großes Thema. Nun ist dies nicht neu. Das Thema gab es bereits vor knapp 20 Jahren. Heute leisten wir uns eine Mehrklassengesellschaft bei der Versorgung von Patient:innen. Es gibt teils drastische Unterschiede bei der Versorgung von gesetzlich und privat versicherten Frauen und Männern. Und auch bei Kindern. Das strategische Ziel, die Beiträge auf ein breiteres Fundament zu stellen, wird auch unter Wirtschaftswissenschaftlern kontrovers diskutiert. Ob eine neue Bundesregierung allerdings in der Lage sein wird, dies zu ändern? Jede Bundesregierung unter Beteiligung der FDP beispielsweise wird das Thema Bürgerversicherung nicht anfassen. Die



Ampel, Apotheke und die Zeit nach Jens Spahn

Eine unvorsichtige Analyse vor der Bundestagswahl 2021



Liberalen werden die PKV mit allen Mitteln verteidigen. Insoweit: Dieser Kelch wird, soweit die Kassenlage nicht doch noch dramatischer wird als befürchtet, an den Apotheken und am System vorübergehen.

Die Chancen der Digitalisierung könnten Apotheken für sich nutzbarer machen als in der Vergangenheit. Denn deutlich wurde schließlich in der Pandemie, dass es nicht nur um Arzneimittel gehen muss in der Fläche. Mehrere Parteien, erneut besonders SPD und Grüne, haben sich die schrittweise Legalisierung und Entkriminalisierung von Cannabis auf die Fahnen geschrieben. Die kontrollierte Abgabe ist das Ziel. Und die Apotheken könnten genau diesen Job in der Fläche übernehmen. Das Thema ist mit der Erstattung von Medizinalhanf und der wachsenden Kompetenz ohnehin in der Offizin angekommen. Das Geschäftsfeld wäre attraktiv und würde neue Zielgruppen, auch jüngere Menschen, in die Apotheken bringen. Das mag konservativere Gemüter aufschrecken. Aber letztlich ist dies mehr Chance als Risiko.

Das gilt auch für das Thema Gesundheits-Apps und weitere digitale Anwendungen. In den Vor-Ort-Apotheken könnten Menschen betreut werden, die zwar manchen digitalen Segnungen offen gegenüberstehen, die aber teilweise mit der Analyse überfordert sind. Beim Impfnachweis lieferten Apothekenteams nicht nur die Lösung, sondern erklärten den Kund:innen auch, wie das Zertifikat aufgespielt wird. Oder kümmerten sich gleich beim kostenlosen Service um die Bedienung.

Daraus lässt sich eine wesentliche Chance ableiten und zudem ein klares Signal an die Politik senden: Wer erklärt den Menschen eigentlich das E-Rezept? Wer erklärt die diversen Apps? Werden das die Apotheken den Krankenkassen überlassen oder vielleicht DocMorris?

Wenn die Leute ohnehin aktiv in die Apotheken kommen und fragen werden, dann ist das oberste Gebot, zunächst mit einer Kampagne anzusetzen, die Menschen aktiv in die Apotheke zu holen, für die eigene App zu werben, den eigenen Weg zu erklären. Das Signal an die anderen Player und an die Politik wäre deutlich: Wir kümmern uns um das E-Rezept UND wir kümmern uns um die Menschen.

Go digital – über Parteigrenzen hinweg

Der klare Digitalisierungsansatz im Gesundheitswesen, quer über Parteigrenzen hinweg, ist eine unmittelbare Chance für Apotheken – die größte seit vielen Jahren. Die strukturelle, digitale Kompetenz, die längst in Apotheken vorhanden ist, muss politisch positioniert werden. Eine neue Bundesregierung muss die großen Chancen erkennen, hier gemeinsam mit den Apotheken punkten zu können. Denn Apotheken könnten auf der Handelsebene und zusätzlich als kompetente Digital Health-Berater:innen agieren.

Konfliktreich sieht es bei einem anderen Thema aus: Denn die Impfdebatte der vergangenen Monate hat deutlich gemacht, dass es Bereiche gibt, die nicht mit den herkömmlichen Mitteln gestemmt werden können. Auch wenn die Ärzteschaft massiv wettern wird: Die Apotheker:innen müssen in der Politik ihre Kompetenz mit konkreten Angeboten untermauern. Und dazu gehört



Ampel, Apotheke und die Zeit nach Jens Spahn

Eine unvorsichtige Analyse vor der Bundestagswahl 2021



auch das Angebot, in Zukunft zu impfen und hiermit schlichte Versorgungsleistungen, die in der ärztlichen Sphäre liegen, zu übernehmen.

Einer nationalen Impfkampagne hätte es zweifelsohne gutgetan, wenn in 19.000 Apotheken ohne Wenn und Aber für Impfungen nicht nur geworben worden wäre, sondern wenn es dort konkrete Impfangebote gegeben hätte. Mehr als drei Millionen Menschen kommen täglich in Apotheken. Dass es dort keine Impfangebote gegeben hat, ist abstrus und politisch falsch. Das verdeutlichen auch Anstrengungen einzelner Apotheker:innen, die sich gemeinsam mit Ärzten und anderen organisierten und für mehr Impfungen einsetzten.

In einer neuen Bundesregierung müssen Apotheken mit neuen Angeboten auf sich aufmerksam machen.

Pandemie-Folgen: Veränderung und Lauterbach

Es dürfte für die Apothekenlobby schwierig werden, wenn es wieder einmal nur darum ginge, das bereits Existierende oder das Alte zu erhalten. Das Segensreiche dieser Pandemie, die so viel Schlechtes gebracht hat, ist letztlich die Veränderung. Es wird kein Zurück in alte Gefilde geben. Das ist für die verfasste Apothekerschaft mit Blick auf eine neue Bundesregierung die wohl größte Herausforderung. Denn das erfordert Kreativität, Innovationskraft und vor allen Dingen Mut und Dialogfähigkeit.

Der Gestaltungswille einer neuen, veränderten Bundesregierung, womöglich in einem Dreier-Bündnis, dürfte gewaltig sein. Die Wechselstimmung in der Bevölkerung vor dieser Wahl verdeutlicht, dass es den Wunsch nach Veränderungen gibt. Das ist politisch also nun der perfekte Zeitraum, um neue Ideen und Konzepte einzubringen. Wer nun neue Honorarmodelle einführen möchte, der könnte zwar auf offene Ohren stoßen. Allerdings werden Mehrausgaben im Arzneimittelsektor kaum auf der Agenda stehen oder möglich sein. Insoweit ist die Zeit für größere, umfassendere neue Konzepte und innovative Angebote aus der Apotheke gekommen.

Das ist auch deswegen nötig, weil mehrere Parteien die Apotheke aus dem Blick verloren haben. Beispiel SPD: Die Partei ist zwar als Juniorpartner in der Bundesregierung unter Merkel, hat aber seit den Zeiten von Ulla Schmidt, die mithin 2005 endeten, keine Verantwortung mehr im Gesundheitsministerium gehabt. Nach Philipp Rösler und Daniel Bahr (beide FDP) kamen Hermann Gröhe und Spahn (beide CDU). Gesundheitspolitisch aber hat die SPD mit Prof. Dr. Karl Lauterbach einen öffentlich bekannten und wahrnehmbaren Politiker in ihren Reihen. Lauterbach ist neben Spahn der mit Abstand bekannteste Gesundheitspolitiker in Deutschland. Und womöglich auch beliebter als Spahn.

Der Beziehungsfaktor

Die Beziehung der Apotheker:innen zu Lauterbach ist nur in der historischen Betrachtung schlecht. Denn der SPD-Mann galt und gilt als Fan der Versender. Zudem ist er Arzt, was seine



Ampel, Apotheke und die Zeit nach Jens Spahn

Eine unvorsichtige Analyse vor der Bundestagswahl 2021



Betrachtung auf die Pharmazeuten beschweren mag. Oder eben nicht. Lauterbach erreicht man womöglich nicht, indem man längst verlorene Schlachten schlägt, sondern Angebote macht, die zukunftsgerichtet sind. Denn genau das wird dialogisch das entscheidende Thema der nächsten Jahre sein. Politik wird sich aus dem Gerangel der Vergangenheit verabschieden müssen. Und dies in diversen Politikfeldern. Digitalisierung wird entscheidend sein, Klimaneutralität ein neues, zusätzliches Staatsziel; hinzu kommen Wirtschaftlichkeit und Flexibilität. Das gilt für die Politik, aber auch für Apotheke und Pharma.

Über viele Jahre hinweg war die Beziehung zwischen den Grünen und der Apotheke gestört. Historisch wurden die Grünen auf die Zeit der rot-grünen Koalition und die damaligen gesundheitspolitischen Entscheidungen reduziert. Die jüngsten Umfragen von APOSCOPE für APOTHEKE ADHOC zeigen aber, dass dieses Verhältnis allmählich heilt. So hat unlängst im Interview der Arzt und Grünen-Abgeordnete Janosch Dahmen bekundet, dass man die Vergütung der Apotheken stärken wolle. Von Liberalisierungsfantasien keine Spur. Fakt ist: Die Grünen haben das mit Abstand ausführlichste Wahlprogramm rund um die Gesundheits- und Pflegeversorgung. Auch wenn die Arzneimittelversorgung nur punktuell vorkommt, wird deutlich, dass es keine Themen gibt, die explizit gegen die Apotheken ausgerichtet sind. Es erscheint sehr wahrscheinlich, dass die Grünen – in welcher Konstellation auch immer – an einer neuen Bundesregierung beteiligt sind. Damit müssen sich Apotheken auseinandersetzen.

Es wäre längst an der Zeit und Aufgabe der Apothekerorganisationen gewesen, das Verhältnis mit den Grünen auf eine sachliche Ebene zu hieven. Und es dürfte, in welcher Regierungskoalition auch immer, ein wesentliches Thema sein für Apothekerorganisationen, sich diesbezüglich schnell und entspannt neu aufzustellen.

Männerdomäne – die verfasste Apothekerschaft

Die Herausforderung in den Organisationen des Berufsstandes ist erheblich. Auch wenn die ABDA-Präsidentin Gabriele Overwiening als Frau das Führungsamt bekleidet, sind die Kammern und Verbände auf den Führungsebenen von Männern dominiert. Das gilt im Übrigen auch für die anderen Strukturen in Pharma & Co. In einer sich verändernden Welt, in einem Berufsstand, in Apotheken, in denen Frauen dominieren, erscheint dies immer noch falsch. Und vor dem Hintergrund einer möglichen neuen und liberaleren Ausrichtung, wird sich die Branche dramatisch verändern müssen. Gerechtigkeitsaspekte werden auf allen Ebenen die nächsten Jahre dominieren. Es stünde der Branche gut an, hier voran zu gehen und nicht zu blockieren oder die neuen Selbstverständlichkeiten weiter zu hinterfragen und abzulehnen.

Was macht eigentlich die FDP?

Während sich CDU und CSU sich in der Gesundheitspolitik auch wegen der Scharaden des Jens Spahn, aber eben auch zum Beispiel wegen der Maskendeals maßgeblicher Politiker:innen, allen voran Georg Nüßlein (CSU), nicht mit Ruhm bekleckert haben, kommt die FDP gesundheitspolitisch auf leisen Sohlen daher.



Ampel, Apotheke und die Zeit nach Jens Spahn

Eine unvorsichtige Analyse vor der Bundestagswahl 2021



In der Schlussphase des Wahlkampfes erneut als Apothekerpartei dargestellt, ist die FDP genau dies nicht. Es gibt zwar die übliche Nähe, weil die FDP, nicht anders als die Union, das Hohelied des Freiberuflers singt. Gleichwohl kann sich kein Apothekenleiter dafür etwas kaufen. Denn gleichzeitig sind die Liberalen zuletzt, das verdeutlichten auch die FDP-Gesundheitsminister Rösler und Bahr, offen für Liberalisierungen gewesen – wenn auch zuweilen nur hinter verschlossenen Türen mit Lobbyisten debattiert wurde.

Und doch dürfte eine Ampelkoalition durchaus wahrscheinlich sein. Es wäre trügerisch seitens der Apothekerschaft dann auf die guten, alten Freunde aus der FDP zu setzen. Denn die gibt es nicht mehr. Vielmehr zählen nach der Pandemie Faktoren wie Versorgungssicherheit in der Fläche, Kompetenz, lokale Strukturen und vor allen Dingen, ob es interessante, innovative Angebote gibt.

Die neuen Apotheker:innen

Wenn also weiten Teilen der Bevölkerung bewusst ist, dass in der gesellschaftspolitischen Debatte, über viele Politikfelder hinweg, ein schlichtes „Weiter so“ nicht reichen wird, um die Herausforderungen der Zukunft zu meistern, dann bedeutet dies eben auch: Veränderungen sind gefragt. Und damit erst recht Menschen, die diese Gestaltungskraft und den Willen zur Veränderung haben.

Ebenso wenig, wie Apotheker:innen ihrerseits als Schubladenzieher:innen abgestempelt werden wollen, sollten sie in die Falle gehen und Parteien oder neue Mehrheiten in Schubladen stecken. So, wie Apotheken die Chance zur Veränderung brauchen, verdienen auch neue Regierungen eine Chance.

Es braucht neue Apotheker:innen. Damit ist nicht gemeint, dass alles anders, alles neu, alles schneller, alles digitaler werden muss. Vielmehr ist damit gemeint, dass der Perspektivwechsel eingeleitet werden muss. Der Blick in den Rückspiegel, der ewige Vergleich mit dem, was einmal war, die zuweilen verblendete Betrachtung der vermeintlich guten, alten Zeiten, gehört wie eben diese der Vergangenheit an. Perspektivwechsel heißt insbesondere: den Blick nach vorne richten. Es gilt genau dies zu tun und damit auch der (Gesundheits-)Politik die Chance zu geben, Apotheke anders und eben nicht rückwärtsgewandt wahrzunehmen.

Es wird nicht reichen, auf die vielen Leistungen der Vergangenheit abzustellen. Es wird auch nicht reichen, darauf hinzuweisen, wie nützlich das eigene Handeln und Tun in der Pandemie war.

Aber wichtig ist, die eigenen Erkenntnisse und Erfahrungen daraus zu verstehen und diese weiterzuentwickeln. Dass Apothekenteams eben weit mehr sind als nur diejenigen, die Rezepte bedienen, Arzneimittel abgeben und beraten. Apotheke und die Menschen, die dort arbeiten, können mehr, sie wollen mehr. Insbesondere sind sie flexibel und kreativ. Sie helfen und können mehr Angebote machen als in der Vergangenheit. Das ist die Lehre aus der Pandemie.



Ampel, Apotheke und die Zeit nach Jens Spahn

Eine unvorsichtige Analyse vor der Bundestagswahl 2021



Genau das braucht die Gesundheitsversorgung der Zukunft. Und das wird Politik wollen, egal, in welcher Farbkombination sie daherkommt. Politik wird auch 2022 und in den dann folgenden Jahren eine sichere Versorgungslandschaft brauchen. Die können insbesondere Apotheken sicherstellen. Und darin können sie wachsen.

Die Angebote der Apotheken an die Politik müssen deshalb mehr denn je geprägt sein von innovativer Kraft, Gestaltungswillen, der Bereitschaft zur Veränderung, der Übernahme (neuer) Verantwortung. Und nicht zuletzt erfordert das auch politische Offenheit und Dialogfähigkeit. Das wird am Ende den Unterschied machen. Den Unterschied zwischen den Apotheker:innen aus der Vergangenheit und denen, die im Hier und Jetzt aktiv agieren und damit einen neuen Typus kreieren.

Der Autor

Thomas Bellartz, Jahrgang 1969, ist Geschäftsführender Gesellschafter der EL PATO Medien GmbH, die mit mehr als 60 Mitarbeiter:innen Formate für den deutschsprachigen Gesundheitsmarkt entwickelt und betreibt. Er gründete 2007 APOTHEKE ADHOC und ist heute dessen Herausgeber. Darüber hinaus entwickelte er das Marktforschungstool aposcope, das Community-Angebot PTA IN LOVE, den PR-Spezialisten GESUNDHEIT ADHOC und das Veranstaltungsformat VISION.A. Der gelernte Journalist befasst sich seit Ende 90er Jahre mit dem deutschen Pharma- und Apothekenmarkt, lebt und arbeitet in Berlin.

Vervielfältigung, Weitergabe an Dritte, Veröffentlichung und Zitate aus dem Whitepaper „Ampel, Apotheke und die Zeit nach Jens Spahn“ – auch auszugsweise – bedürfen der ausdrücklichen, schriftlichen Genehmigung des Autors bzw. der EL PATO Medien GmbH.

