

Briefkasten zum Änderungsdienst vom 15.03.2004



Sehr geehrte Damen und Herren!

Heute erhalten Sie Informationen zu folgenden Themen:

503

- Unlösbare Zuzahlungswünsche - Aktuelles Beispiel
- Preisentwicklung im Frei- und Sichtwahlbereich
- Zeit zum Handeln - Jeder Kunde zählt (gleich viel)
- Hinweis auf Warenwirtschaftsversion 50
- Information zum Stand des elektronischen Rezeptes
- Marketingkonzept MIDAS von Phoenix

Unlösbare Zuzahlungswünsche – Aktuelles Beispiel

Es gibt nach wie vor einzelne Probleme bei den Zuzahlungen, die wir nicht von uns aus lösen können. Aktuelles Beispiel:

Für eine Verordnung über zwei Kompressionsstrümpfe inkl. Zwei Hafränder sind vier Zuzahlungen zu leisten, z.B. 4 x 5 Euro. Eine Zweier-Packung hat aber nur eine Pharmazentralnummer, so dass der Computer nicht wissen kann, dass da zwei drin sind. Hier besteht noch Handlungsbedarf entweder bei der Industrie, die einzeln verpacken muss oder bei ABDATA, die für solche Artikel entsprechende Multiplikatoren im Artikelsatz ergänzen muss.

Preisentwicklung im Frei- und Sichtwahlbereich Sicher ist, dass nichts sicher ist

Wie bereits angekündigt (siehe BK15.01.2004), ist der Preisvergleich nun für unsere Kunden mit dem Management-Report in einem sinnvollen Rahmen per Internet verfügbar. Durch die Auswahlmöglichkeit der Artikel nach Zentralnummer, Warengruppe oder Hersteller, sowie die Selektion nach Regionen ist es immer wieder spannend zu sehen, wie sich die Preise in den Apotheken tatsächlich entwickeln. Sicher ist, dass "nichts sicher" ist! Ein genereller Trend der Preise nach unten oder nach oben ist derzeit noch nicht zu erkennen, doch ist die Spannbreite der angebotenen Preise von Region zu Region sehr groß.

Haben Sie Interesse an unserem Preisvergleich, so wenden Sie sich bitte an Ihre zuständige PT-Geschäftsstelle.

(Dr. Klaus Borchert)

Zeit zum Handeln - Jeder Kunde zählt (gleich viel)

Unter diesem Motto planen wir derzeit eine Seminarreihe durch ganz Deutschland, mit der wir Ihnen zum einen aufzeigen werden, welche Änderungen aus ökonomischer Sicht aufgrund des GMG bedeutsam sind. Zum anderen möchten wir mit Vorschlägen, Hinweisen und Maßnahmen auf die Kritik reagieren, in die die Apotheken aktuell geraten sind. Wir werden Sie schon mit dem nächsten "Briefkasten" über Orte und Termine informieren.

Hinweis auf Warenwirtschaftsversion 50

Bitte beachten Sie die Beschreibung unter BK_UPDATE_050 der Ihnen in den letzten Tagen zugestellten aktuellen Version. Vor allem ging es dabei um diverse Rezeptaufdrucke und Zuzahlungsthemen.

Information zum Stand des Elektronischen Rezepts

Mit dem GMG wurde eine weitreichende Entscheidung für die in Apotheken heute noch üblichen Abläufe gefällt: Zum 1.1.2006 sollen alle Krankenversicherten eine elektronische Gesundheitskarte (eGK) bekommen. Sinn dieser neuen Karte ist, die Qualität der medizinischen Versorgung zu verbessern. Die eGK löst die bisherige Krankenkassen-Karte ab und wird in erster Linie das elektronische Rezept enthalten. Weil auch Arzneimitteldokumentationen und Arztinformationen gespeichert werden sollen, ist größtmögliche Sicherheit durch Authentifizierungen, Verschlüsselungen und elektronische Unterschriften zu gewährleisten. Dazu werden Sie, quasi als Berufsausweis, eine Health Professional Card (HPC) erhalten.

Die konzeptionellen Vorgaben der Rahmenarchitektur wurden und werden noch von einem fünf Millionen schweren Konsortium (u.a. IBM, SAP) erarbeitet und sollten bis Ende Februar abgeschlossen sein, sind es aber noch nicht. Dann sollen die Softwarehäuser dieses Konzept in eine Lösungsarchitektur umsetzen. Geplant war, dass bereits im Herbst 2004 fertige Lösungen in ausgewählten Testregionen zum Einsatz kommen.

Inzwischen haben sich zwölf Verbände mit abgegrenzten Gebieten beworben (100.000 Patienten, 30 Apotheken, 100 Ärzte, 2 Krankenhäuser).

Böse Zungen sprechen, wenn sie das Wort Konsortium hören, bereits von einem "Maut-Syndrom", wir wollen uns dieses Vergleichs hier aber nicht bedienen. Allerdings sehen wir die Termsituation ähnlich kritisch, wie sie in Ihren Fachzeitschriften vor kurzem schon dargestellt wurde. Realistischerweise sollte man von den Testinstallationen ab Beginn 2005 ausgehen. Dies hängt auch und ganz besonders von der finanziellen Beteiligung der jeweiligen Bundesländer und Krankenkassen ab. Der von uns geschätzte Aufwand beläuft sich auf etwa 15 Millionen Euro je Testregion!

Aufgrund des aktuellen Projektstandes besteht noch keine Klarheit über den Aufwand und die Kosten für die Apotheken, die beim Feldversuch mitmachen werden. Außer speziellen Kartenlesern für eGK und HPC sind noch nicht spezifizierte Softwareänderungen notwendig. Für die Kommunikation mit Systemen der Kassen, Rechenzentren und anderen rechnen wir auch mit dem Einsatz von einem schnellen DSL-Internetanschluss.

Im Internet finden Sie weitergehende Informationen beim Institut für medizinische Dokumentation DIMDI unter:

www.dimdi.de/de/ehealth/index.htm.

Marketingkonzept MIDAS von PHOENIX

Das letzte der Großhandels-Marketingkonzepte, das wir Ihnen vorstellen wollen ist **MIDAS**. Der habgierige König Midas war der, der den Wunsch an Dionysos hatte, alles was er berühre, solle zu Gold werden. Als er merkte, dass dies auch für Brot und Wein galt, erkannte er seinen Fehler. Er konnte dann allerdings auf großzügige Götter bauen, die ihn, zumindest anfangs, von seiner Habgier heilen konnten. Später kam noch das mit den Eselsohren ...

Phoenix beruft sich weniger auf den König Midas, als vielmehr auf das Motiv: "Management In Der Apotheke Stärken".

- Hervorzuheben ist der nur einseitige Vertrag: Die Midas Mitglieds-Statuten.
- Die Eintrittsgebühr ist 200,- Euro. (Anm.: Wir haben schon Verträge gesehen, da war dies gestrichen).
- Der monatliche Mitgliedsbeitrag beläuft sich auf 88,- Euro.
- Die Kündigungsfrist beträgt sechs Wochen (zum Monatsende?).
- Sie müssen an einem Verkaufsförderungskonzept teilnehmen, mindestens an einem Freiwahl-, Sichtwahl-, Anzeigen- oder Deko-Service.
- Die monatlichen Midas-Sonderangebote bestehen aus einem wechselnden Schnelldreher - Sortiment mit etwa 3000 Angeboten aus Sichtwahl, Freiwahl oder Medical-Sortiment.
- Sie werden verpflichtet, Einkaufs- und Verkaufsdaten an Phoenix zu senden. Hierzu gab es bisher keine Absprachen mit uns, um aus Ihrem Pharmatechnik-System Daten technisch zu übertragen.
- Sie bekommen sogenannte Planogramme für Frei- und Sichtwahl. Dazu müssen Sie zum einen sämtliche Regalabmessungen mitteilen, zum anderen eine Analyse Ihrer Kunden-, Ärzte- und Konkurrenz-Struktur erarbeiten.
- Sie erklären sich bereit, an einem 4-monatigen Basiskurs teilzunehmen. Wieviele Tage das in diesen vier Monaten ausmacht, geht nicht hervor.
- Grundlegende Voraussetzung ist ein Internet-Anschluss.
- Eine Reihe von weiteren Basis- und Wahlleistungen sind im Prospekt angeführt. Wahlleistungen sind kostenpflichtig, sollen allerdings vergünstigt sein.

Damit haben wir nun folgende Großhandels-Konzepte beschrieben:

- | | |
|---------------------------|--------------|
| • Sanacorp Meine Apotheke | BK15.11.2003 |
| • MVDA/Phoenix Linda | BK15.12.2003 |
| • GEHE 3-Punkte-Programm | BK15.01.2004 |
| • ANZAG Vivesco | BK15.02.2004 |
| • Phoenix MIDAS | BK15.03.2004 |

Und damit wollen wir es auch belassen. Inzwischen gibt es eine ganze Reihe von Übersichten und Vergleichen zu den verschiedenen Konzepten und Konditionen, z.B. in der Montagsausgabe der Deutschen Apothekerzeitung vom 9. und 16. Februar oder von der Treuhand Hannover. Zudem haben die ersten Erfahrungen gezeigt, dass die Marketing-Konzepte der Großhandlungen längst nicht wie erwartet von der Apothekerschaft angenommen wurden und es hat etliche Nachbesserungen in den Verträgen gegeben.

Um mit Kant zu sprechen (weil er gerade so gut in die Zeit passt):

Habe Mut, Dich Deines eigenen Verstandes zu bedienen.

Haben Sie Mut und prüfen Sie, ob durch eine Kooperation wirklich mehr heraus kommt, als ohne diese Verbindung und bleiben Sie Herr Ihrer Apotheke. Und dieser Satz gilt auch für Apothekerinnen.

Soweit für heute. Mit ganz besonders freundlichen Grüßen vom Starnberger See,
Ihr Werner Tornis

Unter der E-Mail-Adresse info@pharmatechnik.de sind wir, bzw. unsere Computer Tag und Nacht für Sie erreichbar. Besuchen Sie uns auch im Internet unter www.pharmatechnik.de.

Ergänzende Briefkästen

GMG-Änderungen zum 1.1.2004	9 Seiten	BK_UPDATE_049
Diverse Nachbesserungen zum GMG 14.1.04	1 Seite	BK_UPDATE_049A
Thema Zuzahlungen 4.2.04	1 Seite	BK_UPDATE_049B
Preisliste Zubehör 15.2.04	6 Seiten	BKZUBEHOER
Schulungen, Seminare, Veranstaltungen	ca.18 Seiten	BKVERANS
Termine MMR Chef-Werkstätten	2 Seiten	BK_MMR_CWS
Frage des Monats	2 Seiten	BK_MMR_FDW
Stichwortverzeichnis Briefkasten 01.02.04	7 Seiten	BKINHALT
Heimversorgung Programm 75 1.9.03	2 Seiten	BK_UPDATE_047
Warenwirtschaftsversion 48 7.11.03	3 Seiten	BK_UPDATE_048
Lexikon zur Betriebswirtschaft	6 Seiten	BKBWALEX
Synonyme zu Stoffbezeichnungen	9 Seiten	BK_SYNONYME
Elektrostatische Aufladungen 15.1.01	2 Seiten	BKBODEN
Tipps zur Datensicherung	3 Seiten	BKDASI

Nächster Änderungsdienst

Stichtag, 1.4.2004 Bereitstellung Montag, 29.3.2004

Notdienst/Hotline

Werktags 7.30 bis 20 Uhr - Samstag/Sonnabend 8 bis 13 Uhr
01805 78 08 08 (0,12 Euro je angefangene Minute)