

Aktuelle Presseinformation

Apotheken in Ulm und um Ulm besser als ihr Ruf Aktuelle Studie zur Beratungsqualität in Apotheken

Ulm, 18. August 2008 – Laut der aktuellen Pesquisa-Studie mangelt es den Apothekern in Ulm und im Alb-Donau-Kreis bei der Beratung meist nicht an der pharmazeutischen Qualifikation. Wer sich die Zeit nimmt, berät den Kunden in der Regel auch gut. Grundlage dafür ist jedoch eine gewissenhafte Erfassung der Beschwerden und der Vorgeschichte der Patienten. Teilweise fehlt jedoch die Bereitschaft zu einer solch sorgfältigen Anamnese. Zusätzlich wird Patienten, die gezielt nach Produkten fragen, ein gewisses Grundwissen unterstellt, über das die meisten jedoch nicht verfügen. Ohne gezieltes Nachhaken des Apothekers werden auf diese Weise teilweise Präparate abgegeben, die nur bedingt oder gar nicht für das aktuelle Leiden des Patienten geeignet sind.

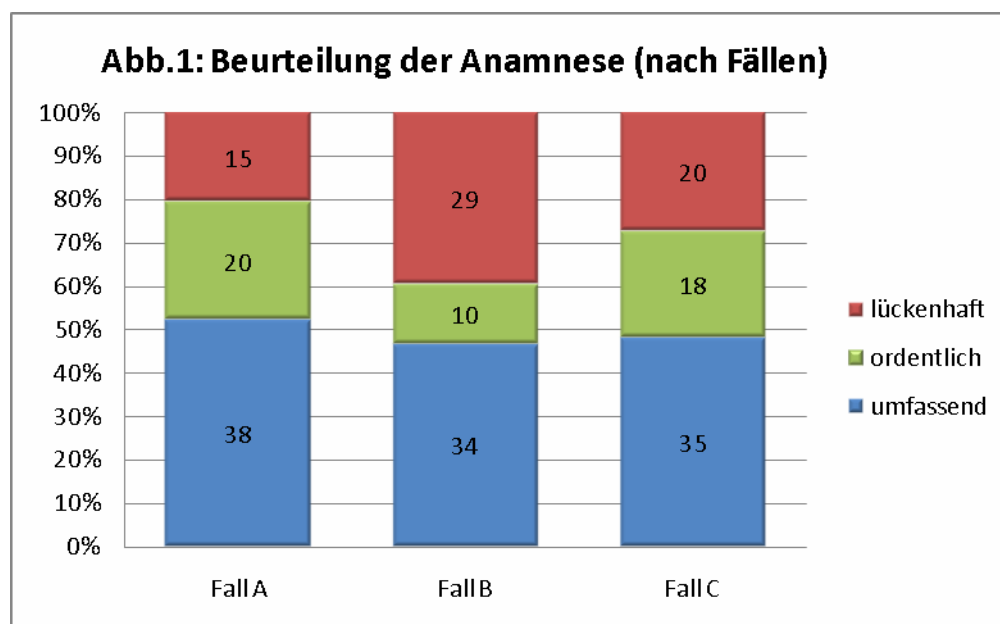
„Besser als die jüngsten Ergebnisse von Stiftung Warentest & Co. vermuten ließen“ – zu diesem Ergebnis kommt eine flächendeckende Untersuchung der Pesquisa GmbH in Apotheken in Ulm und im Alb-Donau-Kreis, die zwischen März und Mai 2008 durchgeführt wurde. Im Rahmen der Studie sollte die Beratungsqualität und -bereitschaft der Apotheker überprüft werden. Testkunden mit drei verschiedenen Beratungswünschen suchten insgesamt 73 Apotheken auf, darunter alle 15 Apotheken in der Ulmer Innenstadt und 58 der 64 Apotheken im Alb-Donau-Kreis (inklusive den Ulmer Vororten). In allen drei Testszenarien wäre ein Arztbesuch empfehlenswert gewesen. In Fall A gab der Testkäufer an, bereits seit drei Tagen unter Kopfschmerzen zu leiden, die sich unter Einnahme von Aspirin plus C nur kurzfristig verbesserten. Für das zweite Szenario (Fall B) wurde Aspirin für den Vater des Testkäufers verlangt. In diesem Fall war die Gefahr einer Wechselwirkung mit dem blutverdünnenden Medikament Plavix gegeben, das der Vater in Folge eines erlittenen Schlaganfalles einnehmen muss. Im dritten Fall (Fall C) suchte der Testkäufer ein Johanniskrautpräparat für seine seit einigen Tagen unter Depressionen leidende Schwester. Auch in diesem Fall war die Gefahr einer Wechselwirkung gegeben, da die Schwester mit einer Anti-Baby-Pille verhütet, deren Wirksamkeit durch das Johanniskrautpräparat eingeschränkt werden könnte. Im Test zeigte sich, dass Apotheker, die sich Zeit für eine sorgfältige Erfassung der Beschwerden und diesbezüglichen Vorgeschichte (die so genannte Anamnese) nehmen, bessere Empfehlungen abgeben als Apotheker, die die Anamnese eher knapp halten. Die Bereitschaft zu einer ausführlichen Beratung ist damit – neben der pharmazeutischen Qualifikation des Apothekers – der entscheidende Erfolgsfaktor für eine geeignete Arzneimittelabgabe oder -empfehlung. Diese Bereitschaft war allerdings nicht überall zu finden. Als Tipp für ihren eigenen Besuch in der Apotheke empfiehlt Egon F. Siebein, Geschäftsführer der Pesquisa GmbH, daher allen Apothekenkunden: „Wenn Sie ausführlich beraten werden wollen, dann fragen Sie aktiv nach und haken Sie ein, wenn Ihnen eine Auskunft zu kurz oder ungenau ist.“

Gezieltes Nachfragen eines Präparates garantiert keine Fachkenntnis des Patienten

Im Test zeigte sich auch, dass die Beratung bei Schilderung der Symptome meist umfassender ausfällt als bei gezielten Produktwünschen. „Kunden, die nur einen konkreten Produktwunsch äußern, wird vom Apothekenpersonal oft Fachkenntnis unterstellt“, so Siebein. „Häufig wird dabei das Wissen der Kunden überschätzt. Denn kaum ein Kunde, der nach einem konkreten Arzneimittel fragt, kennt dessen genaue Wirkungsweise – ganz zu schweigen von Neben- und Wechselwirkungen.“ Apothekenkunden sind also im wahrsten Sinne des Wortes besser beraten, wenn sie ihre Symptome initiativ und ausführlich beschreiben und nicht nur ein konkretes Präparat verlangen. Zugleich sollten sich Apotheker bewusst machen, dass der durchschnittliche Apothekenkunde als Laie die pharmazeutische Wirkung eines Arzneimittels nicht beurteilen kann und auf die fachkundige Auskunft des Apothekenpersonals angewiesen ist.

Ergebnisse der Studie

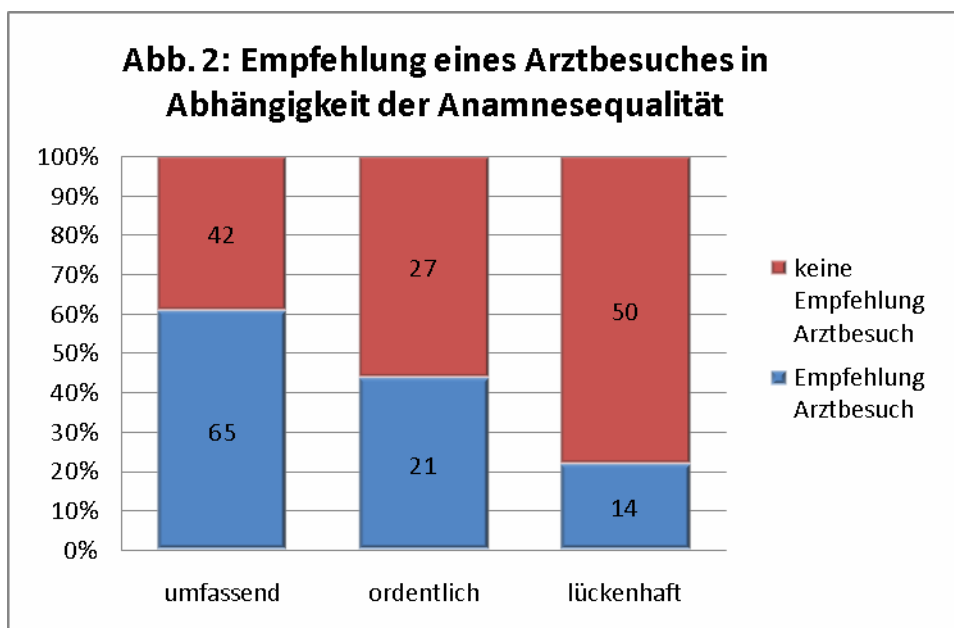
Nach einer sorgfältigen Erfassung der Symptome und der Begleitumstände werden häufiger geeignete Arzneimittel abgegeben und die richtigen pharmazeutischen Schlüsse gezogen als nach knapper Anamnese. Anders formuliert: Das Problem ist weniger die pharmazeutische Qualifikation, sondern die fehlende Bereitschaft zu einer ausführlichen Anamnese. Diese erfolgte nur in knapp jedem zweiten Fall (107 von insgesamt 219 Testkäufen), eine umfassende Produktberatung nur in gut jedem dritten Fall (52 der 146 Fälle mit Arzneimittelabgabe; Abb.1). Von den insgesamt 114 Fällen, in denen die Apotheker Wechselwirkungen bestimmter Arzneimittel erkannten, war dies in 26 Fällen (23 Prozent) erst aufgrund initiativer Hinweise der speziell geschulten Tester möglich. In weiteren 29 Fällen wurden die Wechselwirkungen trotz expliziter Hinweise und Rückfragen durch die Testkäufer nicht erkannt oder sie wurden verharmlost.



Den Testkunden wurde in 146 der insgesamt 219 Fälle ein Arzneimittel verkauft. Hiervon sind 119 bzw. 82 Prozent der Arzneimittel zumindest als bedingt geeignet einzustufen.

Einer ordentlichen oder umfassenden Anamnese folgte in 86 von 101 Fällen (also in 85 Prozent der Fälle) eine geeignete Arzneimittelabgabe. In Fällen mit lückenhafter oder fehlender Anamnese wurde „nur“ in 73 Prozent bzw. in 33 von 45 Fällen ein zumindest bedingt geeignetes Arzneimittel abgegeben. Damit ist die Erfolgswahrscheinlichkeit einer guten Arzneimittelabgabe nach sorgfältiger Beratung größer als nach einer knappen und lückenhaften Anamnese.

Dasselbe zeigt sich auch in Bezug auf die Empfehlung eines Arztbesuchs, die in allen Testszenarien durchaus sinnvoll war. Wurde den Testkäufern insgesamt in 46 Prozent der Fälle (100 von 219) ein Arztbesuch empfohlen, kam diese Empfehlung nach einer umfassenden Anamnese in 61 Prozent der Fälle (65 von 107). Nach einer ordentlichen Anamnese wurde in 44 Prozent der Fälle (21 von 48) ein Arztbesuch empfohlen, nach einer lückenhaften oder fehlenden Anamnese dagegen nur in 22 Prozent der Fälle (14 von 64; Abb.2).



Über die Pesquisa GmbH

Pesquisa ist ein Marktforschungs- und Dienstleistungsunternehmen im Gesundheitswesen, das sich zum Ziel gesetzt hat, zur Erhöhung der Qualität und zur Verbesserung des Leistungsangebots im Gesundheitswesen beizutragen. Hierzu führt Pesquisa Qualitätskontrollen im Gesundheitswesen durch und untersucht Leistungen und Angebote von Arztpraxen, Therapiepraxen, Apotheken, Versandapotheken, Krankenhäuser, Krankenkassen und anderen Marktbeteiligten. Die Leistungserbringer im Gesundheitswesen profitieren von diesen Ergebnissen ebenso wie ihre Kunden und Patienten. Damit schafft Pesquisa Win-Win-Situationen für alle.

Kontakt für Presseanfragen zur Untersuchung und zum Unternehmen:

Pressebüro MW Office PR Kirsten Schwarz Steinheilstraße 10 85737 Ismaning Telefon: 089/ 96 086-361 E-Mail: kirsten.schwarz@mwoffice.de	im Auftrag von Pesquisa GmbH Egon F. Siebein, Geschäftsführer Sallersteigweg 6 89134 Blaustein Telefon: 07304/ 43 68 99-0 E-Mail: info@pesquisa.de Homepage: www.pesquisa.de
--	---

Bitte haben Sie Verständnis dafür, dass wir Auskünfte zu unseren Untersuchungen nur schriftlich erteilen und dass wir prinzipiell die Anonymität unserer Auftraggeber wahren, so lange diese nicht ausdrücklich etwas anderes wünschen.