

Louis Widmer veröffentlicht Ergebnisse der „Studie Haut“

Repräsentative Umfrage bei Hautärzten bestätigt: Prävention gehört die Zukunft

Eine repräsentative Umfrage des Schweizer Hautspezialisten Louis Widmer bei Hautärzten bringt es auf den Punkt: Die Rezeptur in der Apotheke lebt heute in erster Linie von der dermatologischen Verordnung. Hautärzte schätzen die Möglichkeit, ihren Patienten individuelle Rezepturen verordnen zu können. So ist eine für den Patienten maßgeschneiderte Therapie möglich.

Doch die fünf Fragen der „Studie Haut“ machen auch noch andere interessante Aspekte der Zusammenarbeit zwischen Dermatologen und Apotheker deutlich. Die Umfrageergebnisse stellen sich im Detail wie folgt dar:

Wo sehen Sie die Herausforderungen der Zukunft für die Dermatologie?

Auf diese Frage antworteten 89 Prozent mit: „Es geht nicht mehr nur um Therapie; auch Prävention und Gesunderhaltung sind wichtige Bausteine der Dermatologie.“ 66 Prozent sagten dazu: „Die Haut wird immer mehr durch Umwelteinflüsse belastet, darauf müssen sich alle Beteiligten einstellen: Patienten, Ärzte, Apotheker, Forschung und die Industrie.“ 57 Prozent sind der Meinung: „Die einzelnen Disziplinen müssen noch mehr miteinander vernetzt werden. Insbesondere die Kommunikation und Zusammenarbeit zwischen Ärzten und Apothekern muss noch enger werden – zum Wohle der Patienten.“

Wie gut funktioniert die Zusammenarbeit zwischen Hautärzten und Apothekern?

45 Prozent der Befragten schränkten bei ihrer Antwort ein: „Verbesserungsfähig, die dermatologischen Kenntnisse in den Apotheken sind leider oft nicht auf dem aktuellen Stand.“ Aber 35 Prozent sind der Meinung: „Sehr gut, insbesondere mit den Spezialisten von den Haut-Fachapotheken.“ 29 Prozent gaben an: „Gut, aber ich würde mir noch einen intensiveren Austausch mit den Apothekern wünschen.“

Wie würden sich Hautärzte die Zusammenarbeit mit dem Apotheker wünschen?

52 Prozent beschrieben ihre Vorstellung mit: „In einem partnerschaftlichen Miteinander, bei der die ganzheitliche Beratung des Patienten im Mittelpunkt steht.“ 46 Prozent sagten: „Eng und vertrauensvoll, mit einer spezialisierten Haut-Fachapotheke in meiner

Nähe.“ 44 Prozent gaben an: „Die Beratung in der Apotheke sollte die Beratung in der Arztpraxis ergänzen. Es sollten alle Bereiche von der Prävention über Heilung bis zur Gesunderhaltung abgedeckt werden.“

Früher dachte man primär an die Therapie von Erkrankungen. Wie stehen Sie zu dem neuen 3-Säulen-Modell: Prävention, Heilung und Gesunderhaltung?

Auf diese Frage antworteten 59 Prozent mit: „Diesem Modell gehört die Zukunft.“ 31 Prozent bestätigten: „Dieses Modell praktiziere ich bereits und setze es mit meinen Partnern in den Haut-Fachapotheken um.“ 28 Prozent schränkten ein: „Das Modell könnte für mich interessant sein, derzeit fehlen mir aber noch die richtigen Apotheken-Partner mit der entsprechenden Kompetenz.“

Wie wichtig ist bei der Zusammenarbeit mit den Apotheken das Modell „Care bis Cure“?

Auf die fünfte und letzte Frage antworteten 63 Prozent: „Bei diesem Modell ist die Kooperation mit den Apotheken sehr wichtig. Gerade bei den Bereichen Prävention und Gesunderhaltung benötigen wir die Unterstützung der Haut-Fachapotheken.“ 44 Prozent gaben an: „Ich versuche in meiner Praxis alle Bereiche von Prävention über Heilung bis zur Gesunderhaltung selbst abzudecken.“ Gerade mal 1 Prozent ist der Meinung: „Ich beschäftige mich als Arzt schwerpunktmäßig mit der Therapie. Das Thema Pflege ist in der Apotheke besser aufgehoben.“

Dr. Klaus Strömer wünscht sich dermatologische Fachapotheken

Diese Ergebnisse bestätigen auch die Aussage von Dr. Klaus Strömer, Generalsekretär des BVDD und Dermatologe mit eigener Praxis: „Viele Kollegen wünschen sich eine Apotheke in unmittelbarer Nähe, die sich als dermatologische Fachapotheke positioniert. Ich sehe darin die Basis für eine noch bessere Kooperation, die auch den Weg für die Lösungen der Zukunftsaufgaben ebnet.“

Haut-Fachapotheke von Louis Widmer als Erfolgsmodell

Für Annemarie Widmer, Marketingleiterin von Louis Widmer SA, stellen die Umfrageergebnisse eine Bestätigung des Vertriebsmodells „Haut-Fachapotheke“ dar: „Wir wollen mit unserem Modell „Haut-Fachapotheke“ die Kompetenz der Apotheken stärken. Dabei unterstützen wir unsere Apotheken-Partner einerseits durch Qualifizierung, andererseits aber auch durch Absatzförderung und kundenbindende Maßnahmen und zwar für die gesamte Bandbreite von Care bis Cure.“ Für die Junior-Chefin des Schweizer Hautspezialisten ist die Positionierung als Haut-Fachapotheke ein Unterscheidungsmerkmal mit Premium-Charakter. „Durch

unsere Unterstützung mit dem kompletten Leistungspaket ist die Haut-Fachapotheke in der Lage, ihre Kunden optimal zu beraten und zu betreuen, das ist ein klarer Differenzierungs- und Wettbewerbsvorteil.“

(4.813 Zeichen)

Pressekontakt:

WEFRA PR
Gesellschaft für Public Relations mbH
Ulrich Erler
Mitteldicker Weg 1
63263 Neu-Isenburg (Zeppelinheim)
Telefon: 069/69 50 08 - 48
Fax: 069/69 50 08 - 71
E-Mail: ue@wefra.de
Internet: www.wefra.de

Bitte schicken Sie uns ein Belegexemplar.