

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	V
Abkürzungen	IX
1 Telepharmazie allgemein	1
1.1 Definition	1
1.2 Gründe für Telepharmazie	1
1.3 Vorteile für den*die Patient*in und die Apotheke	2
1.3.1 Vorteile für den*die Patient*in	2
1.3.2 Vorteile für die Apotheke	3
1.4 Internationaler Vergleich	3
1.5 Allgemeine Abgrenzung zum Handverkauf in der Offizin	4
2 Einführung der Telepharmazie	6
2.1 Typen der telepharmazeutischen Beratung	6
2.1.1 Beratungsarten	6
2.2 Praktische Umsetzung	15
2.2.1 Wer macht's?	15
2.2.2 Organisation	18
2.2.3 Für den Betrieb notwendige Komponenten	18
2.2.4 Für Kund*innen notwendige Komponenten	20
2.2.5 Werbung	20
2.2.6 Kund*innenansprache	21
3 Prozessänderung in der Apotheke	22
3.1 Ablauf	22
3.2 Mindset	22
3.3 Investition in die Zukunft	23
4 Rechtlicher Rahmen	24
4.1 Chance mit rechtlichen Leitplanken	24
4.2 Schweigepflicht und Datenschutz	24
4.3 Cloud-Lösungen	25
4.3.1 Spezialthema: Nutzung von Plattformangeboten	26
4.4 Besondere Vorgaben für das Homeoffice	26
4.5 In welchen Räumen darf die telepharmazeutische Beratung stattfinden?	28
4.5.1 Berufspolitisches Gefahrpotenzial	28
4.6 Einsatz eigenen Personals	28
4.7 Einsatz von Fremdpersonal?	29
4.8 Welche Bindung muss zwischen dem*der Telepharmazie-Mitarbeiter*in und der Apotheke bestehen?	29

4.9	Dürfen PTA auch telepharmazeutisch tätig sein? Wie ist es mit der Aufsichtspflicht durch Apotheker*innen (§ 3 ApBetrO)?	31
4.10	Telepharmazeutische Angebote und Öffnungszeiten	32
4.10.1	Rechtliche Rahmenbedingungen für eine Beratung außerhalb der Öffnungszeiten	33
4.11	Berufspolitische Aspekte	33
4.12	Telepharmazeutische Beratung im Notdienst	33
4.13	Werbemöglichkeiten für das telepharmazeutische Angebot	34
4.14	Welche Vernetzung von Telemedizin und Telepharmazie ist rechtlich denkbar?	35
5	Checklisten	37
Literatur	42
Sachregister	44
Bildnachweis	45
Die Autorinnen	46