

Erfolgsgeheimnis: Flexibilität

Wie Erik Tenberken sein Unternehmen aufbaute



Zwei Apotheken, Versandhandel, Heimversorgung, Verblisterung, Substitutions- und HIV-Therapieversorgung und seit Kurzem auch Produzent von Apothekenimage-Videos – der Kölner Apotheker Erik Tenberken ist ein erfolgreicher, moderner Pharmazeut: Er weiß, dass ein Apotheker seinen Kundinnen und Kunden heute mehr bieten muss als noch vor 20 Jahren, vor allem in der Beratung und beim Einkaufserlebnis. Aber er schätzt auch, dass Apotheker heute noch Arzneimittel herstellen. In meinem Gespräch mit ihm verrät er, wie er Tradition und Moderne zusammenbringt, wie er den Heilberuf des Apothekers lebt und den Puls der Zeit fühlt.

Text: Peter Ditzel

Fotos: Sascha Swiercz

Aus einer Apothekerfamilie stammt er nicht, Erik Tenberken findet seinen Zugang zur Pharmazie auf Umwegen. Anfangs schlägt sein Herz für die Biologie, die er zwei Semester lang studiert. Doch dieses Fach empfand er damals als zu überlaufen. Er sucht zusammen mit Freunden nach Alternativen – die Pharmazie liegt da nahe: Er kann sein Studium in Bonn aufnehmen. „Damals war das Pharmaziestudium noch sehr verschult, heute erscheint es mir praxisnäher zu sein“, sagt er rückblickend.

Nach dem Studium arbeitet er in einer kleineren Apotheke in Dormagen und sammelt Erfahrungen. Im Januar 1990 kann er die Leitung der ehemaligen Kreuz-Apotheke in der Kölner Innenstadt übernehmen. Der Zufall will es, dass eine andere Kölner Apotheke, ebenfalls in der Innenstadt, zum Verkauf steht. Er überlegt nicht lange und kauft sie, ändert ihren Namen und startet im April 1993 mit seiner Birken-Apotheke in die Selbstständigkeit.

Schon bald baut er sie zu einer HIV-Schwerpunkt-apotheke aus. Und nach und nach wachsen die Herausforderungen: Ein Reinraum kommt hinzu, wodurch das Angebot zur Herstellung von HIV-, aber auch von onkologischen Präparaten vergrößert wird. „Das hat mir gezeigt“, so Tenberken, „dass man als Apotheker so viele Möglichkeiten in diesem Beruf hat, man muss sie nur wahrnehmen.“

Die Filiale mit der Videowand

2011 ergreift Tenberken die Gelegenheit zur Filialisierung. Der gute Kundenzulauf in seiner Birken-Apotheke signalisiert ihm, dass die Lage durchaus eine weitere Apotheke verträgt. Außerdem braucht er Platz für die Heimversorgung. Schräg gegenüber von der Birken-Apotheke wird ein Ladenlokal frei: Tenberken eröffnet seine Westgate-Apotheke, in der er zahlreiche innovative Ideen verwirklicht, zum Beispiel eine riesengroße Videowand als Sichtwahl, für aktuelle Produktangebote, aber auch für emotionale Fotos und Imagespots. Die elektronische Preisauszeichnung in der Freiwahl läuft per Funk, das Raumangebot in der Offizin gestaltet er großzügig. Von seiner Birken-Apotheke übernimmt er die Gestaltungsidee, die HV-Plätze durch Milchglaswände abzutrennen. Mit dem Einsatz der technischen Möglichkeiten sollen seine Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mehr Freiräume bekommen, die virtuelle Sichtwahl soll ihnen Erleichterungen bringen, damit sie nicht immer Regale umräumen und putzen und Preise per Hand auszeichnen müssen. „Wir hatten damals eine der ersten großen Videowände, da bin ich schon ein Stück weit stolz darauf“, freut sich Tenberken. „Diese Idee haben einige Apotheken übernommen – mehr Lob kann man nicht bekommen. Und heute ist das Standard.“

Und wie kommt so eine leicht futuristisch anmutende Apotheke bei den Kunden an? „Als wir unsere Westgate-Filiale eröffneten“, erinnert sich Tenberken, „lieben uns auch einige Kunden wissen, dass ihnen die Modernität überhaupt nicht gefällt: ‚Das ist doch keine Apotheke.‘ Andererseits kamen auch viele Ältere zu uns, von denen wir eher dachten, das Futuristische stößt bei ihnen auf Ablehnung. Aber sie freuten sich über das Platzangebot und die Großzügigkeit – endlich Platz für den Rollstuhl, für den Rollator – und über große, gut lesbare Abbildungen auf den Videowänden. Das zeigte uns: Man darf nicht unbedingt von den eigenen Annahmen ausgehen, Kunden reagieren oft anders.“

Zurzeit ist Tenberken dabei, seine Hauptapotheke, die Birken-Apotheke, umzubauen und auf rund 1.000 Quadratmeter zu erweitern. Die Videowände und die virtuelle Sichtwahl hatte er bereits vor einiger Zeit auch für die Birken-Apotheke übernommen, zudem eine LED-beleuchtete Raumecke eingebaut, die mit ihrem wechselnden farbigen Licht dazu beiträgt, dass die Offizin eine angenehm beruhigende Grundstimmung ausstrahlt. In den HV-Tischen sind Cashguard-Systeme eingebaut, die kontaktlosen Bargeldverkehr und automatische Wechselgeldrückgabe möglich machen, was sich in Corona-Zeiten besonders bewährt. „Oft sind es auch Kleinigkeiten, die ich verwirklicht habe und die den Aufenthalt für den Kunden angenehm machen“, so Tenberken. Die leise Hintergrundmusik in der Offizin trägt beispielsweise dazu bei, dass vertrauliche Kundengespräche leichter möglich sind, ebenso ein abgeschirmtes Sofa im Wartebereich der Offizin, das diskrete Unterhaltungen ermöglicht, oder ein großzügiger Beratungsraum: „Der Kunde soll den Diskretionsbereich selbst wählen können, den er für angemessen hält.“

Seine beiden Apotheken, die Birken und die Westgate, haben verschiedene Charaktere, von denen sich unterschiedliche Kundengruppen angesprochen fühlen. Die Westgate ist größer, offener und höher, die Birke vermittelt eher das Vertraute, das Behütete, das Geborgene. Viel Aufwand für das äußere Erscheinungsbild? Dem Kölner Apotheker ist bewusst, dass es nicht nur die Dienstleistungen sind, die ein Kunde in der Apotheke erwartet, sondern auch ein Einkaufserlebnis, er möchte sich in der Apotheke wohlfühlen. Tenberken: „Über all diese Dienste und Leistungen kommt man leichter mit dem Kunden ins Gespräch, es entsteht ein Miteinander, und letztlich hat der Kunde den Vorteil, seine Medikation besser anwenden zu können, wenn er durch uns besser darüber informiert und beraten wird.“

Seine Überzeugung: „Es ist wichtig, dass wir den Apothekerberuf weiterentwickeln, die Modernisierung und Digitalisierung bieten dazu große Möglichkeiten.“

„Wir sehen uns als Einheit“

Tenberkens Hauptapotheke und Filiale liegen nur wenige Meter auseinander, schräg gegenüber auf der jeweils anderen Straßenseite. Seinen Betrieb hat er in Abteilungen organisiert mit Abteilungsleitungen, zum Beispiel einer Zytoabteilung, Heimversorgung, Methadonversorgung, Verblisterung, Sprechstundenbedarf. In seinen Apotheken und seinem Versandhandel arbeiten derzeit rund 90 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

„Aber dennoch, wir sind ein Team ohne große Hierarchien“, so Tenberken. „Unser Personal wechselt auch schon mal von der Birken- in die Westgate-Apotheke und umgekehrt: Das geht bei uns einfach, gleiches QM, gleiche EDV, das ist kein Problem. Wir versuchen, unseren Betrieb immer als Einheit zu sehen.“ So gibt es auch keine ausdrücklichen Kompetenzverteilungen zwischen seiner Filialleitung und ihm, alles wird in Absprache gemacht: „Das Wichtigste ist doch, dass man sich austauscht – und wir stehen in einem ständigen Austausch. Bei Problemen reden wir sofort miteinander.“

Was die Mitarbeiter-Fluktuation betrifft: Die gibt es auch in seinen Apotheken, aber sie hält sich in Grenzen. Seine Apotheken bieten einen Arbeitsplatz in zentraler Lage, außerdem flexible Arbeitszeiten. Tenberken sieht es realistisch: „Das ist einfach so, wenn man viele junge Menschen einstellt. Sie verändern ihren Wohnsitz, sie verlieben sich, sie heiraten, sie werden schwanger – ich habe mir tatsächlich schon mal überlegt, einen eigenen Betriebskindergarten aufzumachen, aber die Hürden sind in der Tat sehr groß, das lässt man dann. Aber Veränderungen gehören im Leben einfach dazu, heute mehr denn je.“ Und so ist einer seiner Leitsätze „Veränderungen sind die einzige Konstante im Leben“.

Um neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu finden, bieten Tenberkens Apotheken einige Vorteile, zum Beispiel einen eigenen großzügigen Pausenraum, einen kleinen Garten zum Entspannen, die zentrale Erreichbarkeit, flexible Dienstpläne und vieles mehr. Während der Lockdown-Zeiten spendierte er seinem Team täglich ein Mittagessen, das in die Apotheke geliefert wurde, damit seine Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter die Apotheke nicht verlassen mussten. Tenberken: „Heute bilden in der Tat solche Faktoren oft den Ausschlag für die Wahl eines Arbeitsplatzes und sind wichtiger geworden als die einfache Frage, was die



In der Birken-Apotheke hat Erik Tenberken einen Reinraum zur Herstellung von HIV- und onkologischen Präparaten einrichten lassen.

Apotheke zahlt. Wir versuchen, persönliche Wünsche zu berücksichtigen, so möchten manche eher im Backoffice als im HV arbeiten oder umgekehrt. Auch das sind Kriterien, wie interessant ein Arbeitsplatz, eine Apotheke für eine Mitarbeiterin, einen Mitarbeiter sind.“

Verblistern und versorgen

Als ein Heimbetreiber 2009 bei ihm anfragt, ob er auch verblistern könne, ist das für Tenberken die Initialzündung zur Gründung des Kölsche Blisterzentrums. Er stellt fest: Die Heime erhöhen den Druck auf die Apotheken und wünschen sich eine Verblisterung. Da ihm bewusst ist, wie aufwendig es für eine kleine Apotheke ist, selbst eine Verblisterung auf die Beine zu stellen, bietet er das Verblistern anderen Apotheken als Dienstleistung an.

Mittlerweile hat er sein Kölsche Blisterzentrum verkauft, hält aber noch engen Kontakt. Denn er ist

überzeugt: Es ist eine Dienstleistung, die zeigt, was eine Apotheke kann. Er wehrt sich dagegen, dass Blisterzentren lange Zeit und zum Teil auch heute noch zum Feindbild gemacht werden. Einen Vorteil für die Apotheke sieht Tenberken auch darin, dass die Apotheke den Medikationsplan erhält und so ihr Fachwissen einsetzen kann. Die Apotheke sieht die Medikation, die der Patient von all seinen Ärzten erhält, und kann die Arzneimittel auf Neben- und Wechselwirkungen checken: „Wir haben dazu übrigens sehr positive Rückmeldungen von den Ärzten bekommen – es sind Leistungen, die eine Apotheke heute erbringen kann, Leistungen, die den Apotheken früher in dieser Form so nicht möglich waren.“ Außerdem: „Erhält ein Patient, der mehrere Arzneimittel einnehmen muss, von seiner Vor-Ort-Apotheke das Angebot zur Verblisterung, die ihm die Medikation übersichtlicher macht und erleichtert, bestellt er seine Arzneimittel doch nicht in den Niederlanden. Mit den Blisterzentren können auch kleinere Apotheken diesen Service anbieten.“



Neben seinen zwei Apotheken betreibt Erik Tenberken den Onlineshop „Fliegende Pillen“. In der Hybridisierung sieht er eine Chance für die Vor-Ort-Apotheke im Kampf gegen ausländische Versandapotheken.

Die moderne Apotheke ist hybrid

Bereits 2004 steigt Apotheker Erik Tenberken in den Versandhandel ein, er gründet seinen Onlineshop „Fliegende Pillen“. Es ist seine Reaktion auf den DocMorris-Versender. Eigentlich hätte er es damals lieber gesehen, wenn Deutschlands Apotheken gemeinsam einen eigenen zentralen Versandhandel gegründet hätten. „Der Kunde hätte in dem gemeinsamen Onlineshop bestellen können und wäre durch die ihm am nächsten gelegene Apotheke oder eine Apotheke seiner Wahl beliefert worden“, so Tenberkens Vorstellung und er fügt hinzu: „Wenn wir einen Onlineshop mit damals noch 22.000 Auslieferungsstellen hinbekommen hätten, hätte ein DocMorris-Versender keine Chance gehabt: Die Vor-Ort-Apotheken wären unschlagbar schnell mit der Auslieferung gewesen. Aber das wollte man damals nicht.“ Und so baute er einen eigenen Versandhandel auf, anfangs liefert er noch von der Apotheke aus, mittlerweile hat er eine große Halle in Köln-Deutz: „Wir sind sicher nicht die größten, aber eine der noch wenigen deutschen Versandapotheken.“

Apropos Versender und E-Rezept: Wird das elektronische Rezept zur Bedrohung? Tenberken sieht es eher als riesengroße Herausforderung, auf alle Fälle als Chance: „Wenn wir es richtig anpacken und uns richtig aufstellen, kann das E-Rezept ein Booster für uns sein: Der Kunde muss erleben, dass er sein E-Rezept schnell und nah einlösen kann. Die Apotheke sollte vor allem als hybride Apotheke agieren.“ Von der weitverbreiteten Darstellung, auf der einen Seite die Vor-Ort-Apotheke, auf der anderen Seite die Versandapotheke, hält Tenberken nichts. Sein Credo: „Wenn sich diese beiden Apothekenformen vermischen, wenn der Kunde in die Apotheke geht, sich vor Ort oder telepharmazeutisch beraten lassen kann und seine Arzneimittel am gleichen oder nächsten Tag durch einen Boten geliefert bekommt oder ein Päckchen an seinen Urlaubsort geschickt wird, dann lösen sich die Grenzen zwischen stationärer und Versandapotheke auf. Diese Hybridisierung ist die große Herausforderung, die wir leisten müssen.“

Tenberken hat bereits viel dafür getan, auch ökologisch: Er hat seinen Botendienst auf E-Lastenräder und E-Autos umgestellt. Und er kann den Kunden auch den Versand anbieten. Zurzeit entwickelt er mit anderen Apotheken die Idee, in ihrem Auftrag die Arzneimittel zu versenden, sodass diese Apotheken, die keinen eigenen Versandhandel aufbauen wollen oder können, ihren Kunden den Versand anbieten und als hybride Apotheke agieren können. Tenberken: „Es ist die Idee, die auch beim Blisterzentrum zum Tragen

kommt: Wir bieten unsere Dienstleistungen anderen Apotheken an, die das alleine nicht stemmen können oder nicht wollen – das ist der Zusammenhalt, den wir in Zukunft brauchen.“

„Ihre Apotheker und Ärzte vor Ort“

Die Idee, etwas für alle Apotheken zu tun, für das Image der Vor-Ort-Apotheken, steckt letztlich auch hinter den beiden Videospots, die Erik Tenberken produziert und aus eigener Tasche finanziert hat. Auslöser für sein Engagement in Sachen Imagefilme ist ein Werbespot von DocMorris, der ihn ärgert: „Dieser Spot stellte etwas dar, was realitätsfremd ist.“ Zusammen mit Freundinnen und Freunden diskutiert er, ob man so ein Kurzvideo nicht besser machen könne. Das Ergebnis: Man kann. Mithilfe von „family&friends“, medienfahrenden Bekannten, aber ohne professionelle Schauspieler, geht man ans Werk: „Wir haben das im kleinen Freundeskreis durchgezogen.“ Herausgekommen sind zwei viel beachtete Videos, für die er sogar Preise bekommen hat.

Der Weihnachts-Spot mit dem Titel „Weil es noch nie wichtiger war“ erzählt mit kurzen aussagekräftigen Sequenzen die Apothekenbeziehung einer Kundin von der Kindheit bis ins Alter. Und sein zweites Video nimmt sich die Beziehung zwischen den Heilberufen Arzt und Apotheker vor und stellt das Miteinander, die Zusammenarbeit zwischen beiden vor Ort in den Mittelpunkt: „Weil es noch nie wichtiger war: Ihre Apotheker und Ärzte vor Ort.“ Um solche Ideen zu verwirklichen, braucht man Freiräume – Tenberken hat sie sich in den letzten Jahren geschaffen. „Ich werde ja auch nicht jünger“, lacht der 60-jährige Apotheker, „für mich sind solche Freiräume wichtig, um meinen Ideen und Projekten nachzugehen.“

Ganz einfach: Den Menschen helfen

Seine Apotheken-Philosophie hat Tenberken kurz gefasst: „Kundenzufriedenheit bei größter Arzneimittelsicherheit.“ Und er erklärt sie so: „Wir sind Dienstleister, wir wollen unsere Kunden zufriedenzustellen. Auch wenn dies heute immer schwieriger wird, zum Beispiel wegen Lieferengpässen: Lieferketten werden unterbrochen, die Lieferschwierigkeiten nehmen zu.“ Konkret nennt er das Arzneimittel Substitol® zur Substitution bei Drogenabhängigen: „Derzeit ist kein Substitol® zu bekommen. In Deutschland gibt es kein Präparat, das dies ersetzen könnte, aber diesen Menschen, die es benötigen, muss geholfen werden.“

Auslöser für sein Engagement in Sachen Imagefilme ist ein Werbespot von DocMorris, der ihn ärgert ...

Ein Anliegen Tenberkens ist auch das Thema Nachhaltigkeit: Er verwendet beispielsweise Papiertüten aus Gras, setzt E-Fahrzeuge ein und vermeidet Plastik, wo es geht. „Wir müssen dem Kunden ein Einkaufserlebnis bieten, wir müssen aber auch serviceorientiert sein“, ist seine Überzeugung mit Blick auf die großen Versandplattformen wie Amazon: „Wenn heute Amazon auf Apotheke macht und Arzneimittel anbietet, dann haben wir ein Problem. Wir müssen unseren Kunden zeigen, dass wir Vor-Ort-Apotheken besser sind, wenn es um Convenience, um Service geht.“ Tenberken richtet derzeit einen Video-Platz in seiner Apotheke ein, um Beratung per Telepharmazie anbieten zu können: „Ich muss den Kontakt zu den Kunden auf allen Kanälen halten können. Um das zu verstehen, braucht es Visionen“, so Tenberken und merkt kritisch in Richtung Berufsvertretung an: „Solche Visionen fehlen bei der ABDA, es fehlen die Vordenker mit in die Zukunft gerichteten Ideen. Und es fehlt die Agilität, neue Ideen rasch anzupacken: Die ABDA ist ein Riesen-Tanker, da sind wir vor Ort als Schnellboote wesentlich flotter.“

Einer Apotheken-Kooperation gehört er nicht mehr an, sie behinderte ihn nur, wie er sagt. Er hat selbst genug Ideen und Vorstellungen, wie seine Apotheken zu führen sind. Und er freut sich, dass es noch genügend andere Apothekerinnen und Apotheker gibt, die aktiv und innovativ sind: „Wir sind da zum Glück nicht die Einzigen, es gibt sehr viele Kolleginnen und Kollegen, die ebenfalls fortschrittlich denken. Von all diesen sitzen leider keine in der ABDA, in den Berufsgremien – das ist wohl einer der Gründe dafür, dass wir relativ viele kleinere Spezialverbände und Organisationen neben der ABDA haben zum Beispiel für die Bereiche Verblistern, Hämophilie, Versand, Zytotherstellung und viele mehr. Wenn wir mehr zusammenarbeiten würden, kämen wir weiter“, ist Tenberken überzeugt.

So könnte ein leistungsgerechtes Honorar aussehen

Was ihn berufspolitisch derzeit umtreibt: die Stagnation bei der Weiterentwicklung unseres Apothekenhonorars. Eine Arzneimittelpreisverordnung hält Tenberken nach wie vor für ein richtiges Instrument, sie sollte allerdings gründlich überarbeitet werden. Seine Idee dazu: „Der prozentuale Anteil für das Handling der Arzneimittel könnte bleiben, aber die fixe Komponente, die ‚Beratungsgebühr‘, sollte angepasst werden. Bei dem derzeitigen System leiden wir doch darunter, dass die Krankenkassen davon ausgehen, dass jede neue Leistung in unserer pauschalen Beratungsgebühr von 8,35 Euro enthalten sein soll.“ Sein konkreter Vorschlag: „Man sollte wie bei den Ärzten Beratungsziffern einführen zum Beispiel für die Anzahl der verordneten Arzneimittel, für die Beratung zu Neben- und Wechselwirkungen, für die Beratung über neue Rabattverträge, für ein Medikationsmanagement und für Athina-Leistungen und vieles mehr“, sprudelt es aus ihm heraus. „Diese Leistungen könnten dann auf dem Kassensbon erscheinen, sodass der Kunde sieht, welche Leistungen er erhalten hat. Und damit wären auch Transparenz und Kontrolle über die erbrachten Leistungen gegeben. Ich finde, in diese Richtung sollten wir die Arzneimittelpreisverordnung anpassen.“ Und mit Blick auf die aktuelle Lage ergänzt er: „In Pandemiezeiten hätte dieses System unsere Abrechnung vereinfacht bei der Abgabe von Masken, bei der Digitalisierung der Impfbefehle – man hätte für jede dieser neuen Aufgaben einfach eine neue Ziffer eingeführt, fertig. Mit diesem Vorschlag könnte man doch das System der Arzneimittelpreisverordnung sanft revolutionieren, ohne dass man alles über Bord wirft oder neu erfindet.“

„Unser heutiges Wissen ist im Prinzip der Irrtum letzter Stand. Vieles, was wir vor zehn Jahren noch als richtig angesehen haben, ist heute schon überholt.“

Sein Erfolgsgeheimnis

Keine Frage, Apotheker Erik Tenberken hat in rund 30 Jahren ein respektables und erfolgreiches Unternehmen auf die Beine gestellt. Worin liegt sein Erfolgsgeheimnis?

Tenberken: „Vielleicht spielt all das zusammen, wofür wir stehen und wie wir sind. Ich glaube, es geht vor allem um Flexibilität, um Veränderungsbereitschaft. Man muss versuchen, mit den Anforderungen zurechtzukommen, die der Zeitgeist mit sich bringt. Wir sehen, viele Kunden sind heute ungeduldiger geworden, viele sind es nicht mehr gewohnt, lange zu warten. Auch bei uns in der Apotheke kommt der Faktor Mensch hinzu: Auch hier arbeiten Menschen, denen schon mal ein Fehler passiert, trotz aller Aufmerksamkeit, trotz ständiger Fortbildung und permanentem Training. Jeder hat mal einen schlechten Moment. Die Frage ist: Wie geht man mit Fehlern um? Wir versuchen, auf den Kunden zuzugehen, Fehler einzugestehen – ich denke, unsere Offenheit macht auch den Unterschied.“

Ganz offen fügt er hinzu: „Wir haben nun mal kranke Menschen, denen wir eine Dienstleistung anbieten, wir haben auch mal Mitarbeiter, die gestresst und krank sind – und in dieser Gemengelage kann es schon mal im Getriebe knirschen. Letztlich muss man wissen, dass man es nicht allen recht machen kann. Flexibel zu sein, zu bleiben und zu reagieren, das halte ich für einen der Erfolgsfaktoren schlechthin. Wenn etwas nicht so geht, dann geht es eben anders – diese Wendigkeit muss man haben.“

Alles richtig gemacht?

Würde er rückblickend etwas anders machen in seinem Apothekerleben? „Klar, bei manchen Dingen sag ich mir schon: Das hätt'ste mal besser anders gemacht“, schmunzelt Erik Tenberken. „Aber unterm Strich steht dann doch ein klares Nein, ich würde heute alles genauso wieder machen, denn auch aus den Fehlern habe ich gelernt. Überhaupt: Leben ist immer trial and error“, so Tenberken, „oder anders ausgedrückt: Unser heutiges Wissen ist im Prinzip der Irrtum letzter Stand. Vieles, was wir vor zehn Jahren noch als richtig angesehen haben, ist heute schon überholt.“

Ein Blick auf Corona und die Pandemie gibt ihm recht: „Was haben wir alle innerhalb kürzester Zeit lernen müssen, zum Beispiel bei den Hygienemaßnahmen oder im Bereich der Digitalisierung. Die Plexiglasscheiben an den HV-Tischen werde ich wohl



In einem kleinen Garten im Hinterhof der Kölner Birken-Apotheke können die Apothekenmitarbeiter*innen entspannen.

nicht abnehmen, wenn ich sehe, was sich hier täglich an Aerosoltropfen niederschlägt.“ Resümierend fügt er hinzu: „Die Corona-Pandemie war und ist für die Apotheken eine Belastung, ganz klar, aber ich sehe darin auch eine Chance, weil die Apotheken gezeigt haben, einerseits was möglich ist, andererseits aber auch, dass viele Dinge geändert werden müssen. Die Politik muss den Apotheken wieder mehr Kompetenzen geben, Beispiel Desinfektionsmittel. Die Apotheken könnten viel mehr wieder selbst herstellen.“

In Zukunft will Tenberken gegen Grippe impfen und, wenn es erlaubt wird, auch gegen Covid-19. Bei der baulichen Erweiterung seiner Birken-Apotheke hat er bereits einen entsprechenden Raum für Impfungen vorgesehen: „Wenn wir bestimmte Tätigkeiten ausführen dürfen, dann sollten wir sie auch machen. Aber natürlich muss nicht jede Apotheke alles machen, nein, es darf in

Zukunft durchaus spezialisierte Apotheken geben.“

Bei so viel Einsatz und Ideen braucht man auch Entspannung und Freiräume. Tenberkens Hobby sind seine Oldtimer, an denen er sich erfreut, die er pflegt. Er besitzt zum Beispiel einen Citroën DS, die legendäre „Göttin“, ein Auto, das vor allem in den 60er- und 70er-Jahren hergestellt wurde und heute Kultstatus hat. „Wenn ich daran herumschraube, kann ich meine Gedanken schweifen lassen. Dabei kommen mir immer wieder neue Ideen. Ob meine Idee für eine überarbeitete Preisspannenverordnung mit einzelnen Honoraren für Beratungsleistungen wirklich durchführbar ist oder nicht, kann ich nicht sagen, aber es soll ein Anstoß sein, darüber nachzudenken.“