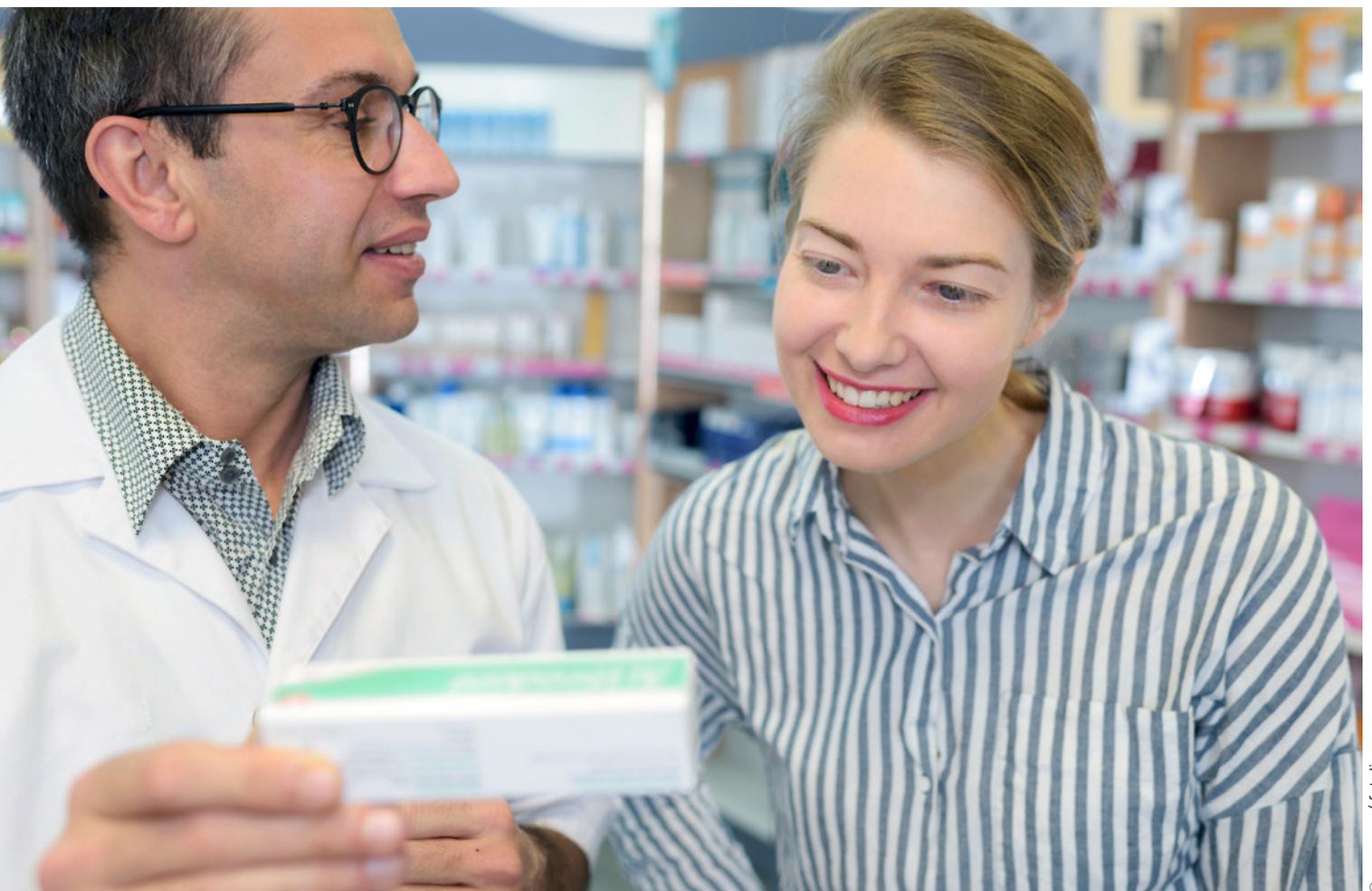


# Die Testkäuferin

Die Tür geht auf, entschlossenen Schrittes schreitet sie auf den HV-Tisch zu, im Auge der ungebrochene Wille die Pharmaziewelt zu verbessern. Die Testkäuferin ist aber meist gar nicht so **selbstsicher**, wie sie tut.



© auremar / fotolia.com

**I**n der Hand ein kleiner zusammengefalteter Zettel – für alle Fälle, man kann eine der wichtigen W-Fragen ja auch mal selber vergessen, und dann muss es nicht jeder gleich merken – ja: der Testkäufer ist häufig eine Testkäuferin, unsicherer als Sie es sind, die

Wunschdialoge meist frei erfunden und nicht wirklich pharmazeutisch anspruchsvoll, und dennoch: Im Augenblick der Prüfungssituation fühlen Sie sich wieder so wie Drittklässler. Dabei ist der Umgang mit Testkäufern ganz einfach, wenn man sich nur ein paar Gedanken darüber

macht. Denn wissenschaftlich belegt ist nicht eine der eingesetzten Testmethoden. Das bedeutet: Egal, wer auch immer Sie prüft, was er sich überlegt hat zu prüfen, kann richtig sein. Oder auch falsch. So lange es keine wissenschaftlichen Belege gibt für eine bestimmte Beratungsme-

thode, muss Beratung als Teil des Qualitätsmanagements verstanden werden und nicht als Teil der Behandlung. Das macht die Sache weitgehend instrumentell und einfach umzusetzen.

**Setzen Sie sich mit den unterschiedlichen Denkansätzen auseinander** Es gibt die Leitlinien zur Beratung der Bundesapothekerkammer, unterschiedliche Beratungsvorschläge der Kooperationen und wir haben die strukturierte Beratung nach Laven entwickelt, die weiter unten beschrieben wird. Nehmen Sie aus allen diesen Vorschlägen das für sich heraus, was Ihnen pharmazeutisch und für Ihre praktische Arbeit am ehesten umsetzbar scheint, und jetzt kommt's: Setzen Sie das für Ihre Apotheke wirklich um. Machen Sie dann publik, wie

Sie vielleicht in Zukunft der nächste Ausbilder von Testkäufern sein.

### **Unterscheiden Sie zwischen fairen und unfairen Testkäufern**

Ein fairer Testkäufer meldet sich in der Regel an, und informiert Sie über das, was getestet wird, im Voraus. So haben Sie die Möglichkeit, sich auf seine vorgeschlagene Beratungsmethode vorzubereiten und sich im Team zu besprechen und zu üben. Der Besuch des Testkäufers sollte eine Trainingssituation sein, bei der Sie Ihr ganzes Können unter Beweis stellen dürfen – endlich! Sie können solche Testkäufersituationen auch untereinander trainieren. Jeder bereitet sich auf ein bestimmtes pharmazeutisches Thema vor und testet, inwiefern seine Kollegen fit darin sind. Wenn nicht, werden die entsprechenden Tipps gegeben.

gendeiner Fernsehshow wiederfinden. Klar werden die Gesichter und die Stimmen unkenntlich gemacht, aber ganz ehrlich: Jeder Stammkunde erkennt doch hier die Einrichtung seiner Apotheke wieder!

Für alle Situationen gilt: Bereiten Sie sich auf einfach abzufragende Nebenwirkungen oder Wechselwirkungen vor – meist sind es ja doch die gleichen Schnelldreher, zu denen Beratung erwartet wird. Mit den zwei Fragen: „Welche weiteren Arzneimittel nehmen Sie außerdem noch ein“ und „Was sollte ich bezüglich Ihres Gesundheitszustandes außerdem noch beachten, um Sie optimal zu beraten?“ haben Sie zwei Rundum-Fragen, die das ganze Spektrum möglicher Arzneimittelsicherheitsaspekte umfassen. Abgerundet mit dem Beratungstrio nach Laven (Do-

## **Bereiten Sie sich auf einfach abzufragende Nebenwirkungen oder Wechselwirkungen vor – meist sind es jedoch die gleichen Schnelldreher, zu denen Beratung erwartet wird.**

Sie beraten. Händigen Sie Handzettel an Ihre Kunden aus, schreiben Sie einen Zeitungsartikel darüber und veröffentlichen Sie Ihre Methode auf Ihrer Internetseite. Zeigen Sie, dass Sie sich wirklich für richtig gute pharmazeutische Beratung interessieren, und solange es keine wissenschaftlichen oder gesetzlichen Vorgaben gibt, schaffen Sie Ihren eigenen Standard, oder schließen Sie sich einem Vorhandenen an, aber tun Sie was! Sie tragen so zur Verbesserung maßgeblich bei. Bleiben Sie am Ball und verfolgen Sie die Entwicklung, noch besser: Gestalten Sie sie mit! Dann werden

### **Zeigen Sie unfairen Testkäufern, was Sie mit sich machen lassen möchten, und was nicht.**

Die Absicht von Testkäufern ist nicht die Verbesserung, sondern die Anprangerung eines schlechten Zustands. Und wenn man etwas Schlechtes gezielt sucht, wird man auch an Orten fündig, an denen das Gute überwiegt. Zum Beispiel kann der deutlich an der Tür angebrachte Hinweis „Ton- und Videoaufnahmen in dieser Apotheke sind nur mit der vorherigen schriftlichen Genehmigung der Apothekenleitung zulässig“ Sie davor schützen, dass Sie Ihre Apotheke plötzlich in ir-

sierung, Dauer der Arzneimittelaufnahme und Dritt wichtigste Arzneimittelinformation) können Sie eine Kurzberatung anwenden, die zu jeder Zeit durch jeden Mitarbeiter für jeden Kunden geeignet ist. ■

*Dr. Anna Laven,  
Apothekerin und  
Kommunikationstrainerin*