

Gesprächstipps im Umgang mit Testkäufern

Die Tür geht auf, entschlossenem Schrittes schreitet sie auf den HV-Tisch zu, im Auge der ungebrochene Wille, die Pharmaziewelt zu **verbessern** – wie gehen Sie damit um?

Wenn man sich nur ein paar Gedanken darüber macht, ist der Umgang mit Testkäufern einfach. Denn wissenschaftlich belegt ist nicht eine der eingesetzten Methoden. Das bedeutet: Egal wer Sie prüft, was er sich überlegt hat zu prüfen, kann richtig sein – oder auch falsch. So lange es keine Belege gibt für eine bestimmte Methode, muss Beratung als Teil des Qualitätsmanagements verstanden werden und nicht als Teil der Behandlung. Das macht die Sache weitgehend instrumentell und einfach umzusetzen.

Unterschiedliche Denksätze 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 – setzen Sie das für Ihre Apotheke wirklich um. Machen Sie dann publik, wie Sie beraten. Geben 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 eine 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! Bleiben Sie am Ball und verfolgen Sie die Entwicklung, noch besser: Gestalten Sie sie mit! Dann werden Sie vielleicht in Zukunft der nächste Ausbilder von Testkäufern sein.

Faire und unfaire Testkäufer Erstere melden sich in der Regel an und informieren Sie über

das, was getestet wird. So haben Sie die Möglichkeit, sich vorzubereiten und im Team zu üben. Der Besuch des Testkäufers sollte eine Trainingssituation sein, bei der Sie Ihr ganzes Können unter Beweis stellen dürfen – endlich!

Die Absicht Letzterer ist dagegen 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 schrift-

lichen Genehmigung der Apothekenleitung zulässig“ Sie davor schützen, dass Sie Ihre Apotheke plötzlich in irgendeiner TV-Show 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 Neben- oder Wechselwirkungen vor – meist sind es ja doch die gleichen Schnelldreher, zu denen Beratung erwartet wird. Mit „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 Rundumfragen, die das ganze Spektrum möglicher Arzneimittelsicherheitsaspekte umfassen. Abgerundet mit dem Beratungstrio nach Laven (Dosierung, Dauer der Arzneimittelinnahme und Drittwichtigste Arzneimittelinformation) können Sie eine Kurzberatung anwenden, die zu jeder Zeit durch jeden Mitarbeiter für jeden Kunden geeignet ist. ■

*Anna Laven, Apothekerin
und Pharmazietrainerin*