



Stolperstein “Hyper-Beratung” Wenn Apotheken mit Ihrem Beratungsangebot das Ziel verfehlen

Von IFABS

Erstellt am 21 Jan 2013 - 09:24

In den letzten Monaten zeigen die Apothekenkunden-Zufriedenheitsanalysen (Apotheken-Kundenmonitor) des Instituts für betriebswirtschaftliche Analysen, Beratung und Strategie-Entwicklung (IFABS) immer mehr Beschwerden über sog. Hyper-Beratungen. Hierunter versteht man “aufgedrängte” Informationen der Apotheken-Mitarbeiter, die der Kunde nicht benötigt und auch nicht wünscht. Das Phänomen findet sich vor allem in wettbewerbsintensiven Innenstadtlagen. Die häufigste Form ist die Frage: “Sie kennen dieses Medikament?”, deren Bejahung durch den Kunden negiert wird und in einen Monolog über Wirkprinzip und Anwendung überleitet. Apotheken-Kunden reagieren auf derartige aufgezwungene Beratungen äußerst negativ, denn sie wollen nicht zu Bekanntem belehrt und in ihrem Wissen herabgestuft werden. Der durch die Hyper-Beratung provozierte Unmut ist teilweise so groß, dass die betreffende Apotheke gewechselt wird. Untersuchungen des Instituts (<http://bit.ly/Ny3jYG> [1]) zeigen, dass der Informationsbedarf zu Medikamenten zwar grundsätzlich sehr groß ist und Apotheker bei der Aufklärung eine wichtige Rolle spielen. Diese Kompetenz kommt aber nur dann zur Wirkung, wenn sie bedarfsbezogen eingesetzt wird.

- [Gesundheit und Vorsorge](#)

Quellen URL (aufgerufen am 31 Dez 2020 - 02:51): <http://medkom24.eu/node/17219>

Links:

[1] <http://bit.ly/Ny3jYG>