

Vorwort

Liebe Leserin, lieber Leser,
im Ausbildungs- sowie Apothekenalltag wird gelesen, recherchiert, geschrieben, präsentiert, telefoniert und beraten. Bei all diesen apothekentypischen Aufgaben findet hierzulande die deutsche Sprache praktische Anwendung. Da zudem für die Arzneimittelsicherheit ein permanenter Austausch mit Kunden, Kollegen und Arztpraxen erforderlich ist, tut das Apothekenpersonal gut daran, sich kommunikative Kompetenzen anzueignen und diese laufend weiterzuentwickeln.

Mit diesem Buch wollen wir all jene unterstützen, die sich in einer pharmazeutischen Ausbildung befinden. Zugleich stellt dieses Buch auch ein Angebot für Berufserfahrene mit sprachlichen oder methodischen Schwierigkeiten bei der Kommunikation dar. Deshalb geht es in diesem Werk nicht nur um Wortschatz und Grammatik, sondern in erster Linie auch um Kommunikationstechniken und praktische Vorgehensweisen.

Bei der Erstellung dieses Buchs war es uns ein besonderes Anliegen, theoretische Grundlagen mit abwechslungsreichen Aufgaben und Übungen zu kombinieren. Für noch mehr Abwechslung können einige Aufgaben wahlweise alleine oder als Gruppe bearbeitet werden. Auf diesem Wege wollen wir auch Lehrkräfte bei der Vermittlung von Inhalten unterstützen und ihnen Anregungen für die Unterrichtsgestaltung bieten. Um das Buch auch außerhalb des Unterrichts einzusetzen, stehen zu vielen Aufgaben digitale Musterlösungen bereit.

Zur besseren Orientierung ist dieses Buch in zwei Teile untergliedert: **Im Teil A** finden Sie theoretische Grundlagen zur Kommunikation sowie zu verschiedenen Wegen des Informationsaustausches. Sie werden lernen, wie Kommunikation über verschiedene Medien gelingt und sich der zwischenmenschliche Austausch verbessern lässt. Dabei gehen Sie auf vielfältige Weise mit Sprache um und wenden diese in verschiedenen Situationen an.

Teil B thematisiert den pharmazeutischen Wortschatz. Wir übersetzen die gängigsten Fachbegriffe, die Ihnen in der Apotheke und in der Fachliteratur immer wieder begegnen werden. Besonders für Berufsanfänger, aber auch für pharmazeutisches Personal aus anderen Herkunftsländern liefert der Buchteil wichtige Basiskenntnisse für die Beratung in der Apotheke.

Über beide Teile hinweg finden Sie häppchenweise grammatisches Grundwissen. So können Sie Ihre Fähigkeiten im Umgang mit der deutschen Sprache verbessern und/ oder bei Bedarf Ihr vorhandenes Wissen auffrischen.

An dieser Stelle bedanken wir uns beim Lektorat des Deutschen Apotheker Verlags für die vertrauensvolle und angenehme Zusammenarbeit und wünschen Ihnen, liebe Lese- rinnen und Leser, nun viel Freude und Erfolg bei Ihrer Ausbildung bzw. auf Ihrem weiteren Berufsweg.

Im Sommer 2023,

Die Autorinnen

Erklärung zu diesem Buch

Dieses Buch eignet sich sowohl für den Einsatz im Unterricht, als auch für das Selbststudium zuhause bzw. während des Praktikums. Es richtet sich gleichermaßen an Auszubildende und Berufserfahrene sowie an Muttersprachler und Menschen ohne deutschen Sprachhintergrund. Um diese unterschiedlichen Anwendungsmöglichkeiten zu realisieren, finden Sie in diesem Buch verschiedene Kästen, die an ihrer Farbe leicht zu erkennen sind.

Relevanz erkannt?

Um Wissen effektiv im Gedächtnis zu verankern, müssen neue Informationen mit bereits bekanntem Wissen verknüpft werden. Zudem erleichtert es das Lernen, wenn Lernende den individuellen Nutzen des Lerninhaltes für sich erkennen. Deshalb werden wir Sie zu Beginn eines jeden Kapitels in diesem Kasten auffordern, sich erste Gedanken zum anschließend folgenden Thema zu machen. Auf diese Weise soll bereits vorhandenes Wissen aktiviert und gleich zu Beginn die Frage nach dem „Warum“ beantwortet werden.

Hinweis: Für diesen Aufgabentyp gibt es keine Musterlösung, da die Antworten sehr individuell ausfallen können.



RELEVANZ ERKANNT?

Zählen Sie alle Situationen auf, in denen Sie an einem normalen Ausbildungs-/Arbeitstag Texte lesen (müssen).

Gemeinsam statt Einsam

In diesen Kästen finden Sie Aufgaben, die gemeinsam mit einem Partner oder in der Gruppe gelöst werden können. Sie bieten sich daher besonders für die Verwendung im Unterricht an.



GEMEINSAM STATT EINSAM

Stehen Ihnen für die Bearbeitung dieser Aufgabe eine oder mehrere Personen zur Verfügung, präsentieren Sie sich gegenseitig Ihre jeweiligen Erkenntnisse.

GRAMMATIK IN KÜRZE bzw. SPRACHWISSEN IN KÜRZE

Zur Wiederholung oder Vertiefung Ihrer Deutschkenntnisse finden Sie in diesen Kästen regelmäßig kurze Einheiten zu Grammatik und Sprachwissen. Sollten Sie diese zusätzlichen Informationen nicht benötigen, können Sie die Kästen problemlos überspringen. Für den roten Faden im Buch sind diese nicht notwendig.

GRAMMATIK IN KÜRZE



Das Verb II – Der Imperativ

Operatoren stehen häufig in der Befehls- oder Aufforderungsform (d. h. in der Verbform Imperativ) z. B.:

- formelle Anrede (► Kap. 5.1.2): unterstreichen Sie.../notieren Sie...
- informelle Anrede: unterstreichne (Singular)/unterstreicht (Plural).

Praxistipp

In diesen Kästen finden Sie hilfreiche Informationen und Beispiele für den Apothekenalltag.



PRAXISTIPP

Machen Sie sich während der Reklamation gerne Notizen. Dies signalisiert dem Kunden, dass Sie sich gewissenhaft um sein Anliegen kümmern.

Gut zu wissen

Weiterführende Erklärungen sowie interessantes Zusatzwissen erhalten Sie im Gut-zu-wissen-Kasten.



GUT ZU WISSEN

Anstelle der deutschen Bezeichnung „Lebenslauf“ wird häufig auch der lateinische Begriff „Vita“ verwendet.

Spickzettel

Kurze Zusammenfassungen und Wissen auf einen Blick liefert Ihnen der Spickzettel-Kasten.



SPICKZETTEL

Aktives Zuhören bedeutet

- aufmerksam zuhören,
- bei Unklarheiten nachfragen,
- Verständnis überprüfen
- und Emotionen verbalisieren.



Erfolgreich kommunizieren 7

Nadine Yvonne Sprecher

In zahlreichen Situationen im Alltag kommt es auf die richtige Kommunikation an. Dennoch findet der Austausch mit anderen Menschen oft nahezu unbewusst statt. Um andere zu überzeugen und Missverständnisse zu vermeiden, stellt sich daher die Frage: Was ist Kommunikation eigentlich? Und was zeichnet eine gute Kommunikation aus?



RELEVANZ ERKANNTE?

- Zählen Sie fünf Situationen auf, in denen Kommunikation in Ihrem Leben eine Rolle spielt. Notieren Sie jeweils die Kommunikationswege (z. B. Brief, E-Mail, Telefon), die Sie dafür nutzen.
- Überlegen Sie, in welchen Situationen Ihnen die Kommunikation schon einmal misslungen ist.

7.1 Kommunikation mit allen Sinnen

7.1.1 Warum man nicht nicht kommunizieren kann

Ob beim Beraten, Verkaufen oder Telefonieren – in zahlreichen Alltagssituationen treten Menschen miteinander in Kontakt. Der dabei stattfindende Austausch von Informationen wird Kommunikation genannt. Dabei erfolgt Kommunikation nicht nur über Worte (verbal), sondern auch über die Sprachlautstärke und -melodie (paraverbal) sowie über Mimik, Gestik und Körperhaltung (nonverbal). In diesem Zusammenhang prägte der Kommunikationswissenschaftler Paul Watzlawick einst den Satz: „Man kann nicht nicht kommunizieren.“ Denn auch wenn kein Wort gesagt wird, sind z. B. ein Lächeln, hochgezogene Augenbrauen oder eine abgewandte Körperhaltung äußerst aufschlussreich.



Aufgabe 1: Kommunikation ohne Worte

- a Überlegen Sie, welche Anzeichen (Körperhaltung, Gestik und Mimik bzw. Sprachlautstärke und -melodie) auf die folgenden Stimmungen hindeuten. Nennen Sie zu jeder Stimmung mindestens zwei passende Anzeichen.

Verwenden Sie folgende Stimmungen

aufgereggt | fröhlich | ängstlich | unsicher | gelangweilt | überheblich | selbstbewusst | nervös | aggressiv | traurig | desinteressiert | wütend



GEMEINSAM STATT EIN SAM

Im Unterricht können die genannten Stimmungen auch pantomimisch dargestellt werden. Die Mitschüler versuchen dann die Stimmungen zu erraten.

- b** Sind die folgenden Kunden mit Ihrer Beratung zufrieden? Begründen Sie Ihre Antwort.



7

- c** Nennen Sie zu den Bildern aus **1b** je eine für Sie passende Stimmung. Vergleichen Sie, wenn möglich, Ihre Ergebnisse anschließend mit denen einer anderen Person.

7.1.2 Nonverbal überzeugen

Die richtigen Worte zu finden, ist nicht immer leicht. Doch auch die richtige Mimik und Gestik sind für die Kommunikation entscheidend. Denn stimmen das gesprochene Wort und die nonverbalen Signale nicht überein, sorgt das beim Gegenüber für Misstrauen. Zudem werden durch diese Inkongruenz – also die fehlende Übereinstimmung von Wörtern und Signalen – Missverständnisse begünstigt. Daher ist in Gesprächen stets darauf zu achten, die Worte mit passender Mimik und Gestik zu begleiten.

Je nach Situation ist somit eine andere Körpersprache notwendig. Um den Gesprächsverlauf positiv zu beeinflussen, gibt es jedoch einige „Grundregeln“ die beachtet werden können.

Eine Frage der Haltung

Für ein selbstbewusstes Auftreten sind vor allem eine aufrechte Körperhaltung sowie ein fester Stand entscheidend. Dabei stehen beide Beine etwa hüftbreit flach auf dem Boden, der Rücken ist gerade und die Schultern ziehen leicht zurück. Durch diese Haltung werden Durchsetzungsfähigkeit und Souveränität vermittelt.

Übung

Suchen Sie sich einen Partner und stellen Sie sich ihm gegenüber. Nehmen Sie nun unterschiedliche Fußpositionen ein. Platzieren Sie die Füße zunächst direkt nebeneinander und verbreitern Sie dann allmählich Ihren Stand. Während Sie die einzelnen Posen jeweils kurz halten, versucht Ihr Partner Sie durch sanftes Schubsen aus dem Gleichgewicht zu bringen. Ermitteln Sie auf diese Weise Ihren persönlichen (festen) „Standpunkt“.



PRAXISTIPP

Um schnell eine aufrechte Körperhaltung einzunehmen, hilft es, sich vorzustellen, man würde – ähnlich einer Marionette – mit einem Faden vom Scheitel aus nach oben gezogen. Dadurch streckt sich die Wirbelsäule, der Hals wird lang, die Schultern bewegen sich nach unten und die Brust schiebt sich nach vorne.

Und wohin mit den Händen?

Für eine positive Gestik sollten die Hände für den Gesprächspartner stets sichtbar sein. So kann das Gegenüber jederzeit erkennen, dass von diesen keine „Gefahr“ ausgeht. Die Hände in den Hosentaschen oder gar hinter dem Rücken zu verbergen, ist daher keine gute Idee. Zudem sollten die Handflächen im Gesprächsverlauf möglichst nach oben zei-



- Abb. 5.1 Eine aufrechte Körperhaltung entsteht automatisch, wenn man sich vom Scheitel aus nach oben streckt – genauso wie eine Marionette.



12 Texte souverän erstellen

Annette Thomas

Schriftliche Dokumente wie Bewerbungen, Geschäftsbriebe oder Werbetexte vermitteln einen ersten Eindruck vom Verfasser und lassen z. B. Rückschlüsse auf dessen Seriosität oder Qualitätsansprüche zu. Im Gegensatz zu mündlichen Äußerungen kann Schriftliches nicht so leicht zurückgenommen oder vergessen werden. Beim Erstellen von Texten im Berufsleben ist es deshalb besonders wichtig, Grundregeln zu kennen und konsequent zu befolgen.

RELEVANZ ERKANNT?

Wann werden im Apothekenalltag schriftliche Dokumente verfasst? Sammeln Sie mindestens sechs Ideen.



12.1 Die Bewerbung

„Bewerbung“ im Wortsinn heißt, für sich selbst Werbung zu machen und andere dadurch für sich zu gewinnen. Die Bewerbung soll beim potenziellen Arbeitgeber einen guten ersten Eindruck hinterlassen und ihn dazu bewegen, den Kandidaten in die engere Auswahl zu nehmen. Damit dieser gute Eindruck gelingt, müssen verschiedene Regeln sowohl zur inhaltlichen Gestaltung als auch zur äußeren Form beachtet werden. Auf keinen Fall sollte eine Bewerbung jedoch abgeschrieben oder aus Vorlagen „zusammenkopiert“ werden. Die individuelle Gestaltung ist wichtig, um aus der Masse hervorzustechen und überzeugend zu sein.

12.1.1 Initiativ oder reaktiv?

Wer sich um eine Stelle bewirbt, reagiert meist auf eine Stellenanzeige. Alternativ ist es aber auch möglich, sich zu bewerben, ohne dass eine konkrete Stelle ausgeschrieben ist. Man spricht dann von einer Initiativbewerbung. Einige Firmen ermuntern auf ihren Internetseiten dazu, Initiativbewerbungen zu schicken. Auch in Apotheken, die gerade nicht aktiv nach neuem Personal suchen, ist eine Initiativbewerbung oft erfolgreich.

12.1.2 Bewerbungsmappe oder digital?



Die klassische Bewerbungsmappe bündelt ausgedruckte Dokumente und wird persönlich abgegeben oder per Post verschickt. Um den Prozess zu vereinfachen sowie Papier und Kosten zu sparen, werden Bewerbungen per E-Mail oder über firmeneigene Bewerbungsportale zunehmend gerne gesehen. Ist aus der Stellenanzeige dazu kein ausdrücklicher Wunsch ersichtlich, kann der Bewerber die Entscheidung nach seiner persönlichen Vorliebe treffen.

Der Aufbau einer digitalen Bewerbung unterscheidet sich nicht von dem einer traditionellen Bewerbungsmappe. Sämtliche Dokumente werden in einer gemeinsamen PDF-Datei angehängt und in der E-Mail selbst mit einem Begleitsatz darauf verwiesen.

Beispiel

„Anbei erhalten Sie meine Bewerbung auf Ihre ausgeschriebene Stelle als PTA im Zytostatika-Labor. Weshalb ich mit meinen zahlreichen Zusatzqualifikationen für Ihr Unternehmen besonders gut geeignet bin, entnehmen Sie bitte meinen beigefügten Bewerbungsunterlagen. Ich freue mich auf ein persönliches Vorstellungsgespräch.“

Eine klare Benennung des Anhangs erleichtert die eindeutige Zuordnung zum Bewerber, z. B.: Bewerbungsunterlagen_Sarah_Fischer.pdf. Damit die E-Mail nicht versehentlich im Spam-Ordner landet, sollte die Dateigröße 5 MB nicht überschreiten und einen seriösen Betreff aufweisen.

12.1.3 Aufbau einer Bewerbung

Eine vollständige Bewerbung umfasst – egal ob digital oder analog – folgende Teile:

- Deckblatt mit Foto (optional)
- Anschreiben
- Lebenslauf
- Anlage(n)

Eine Ausnahme von diesem Aufbau stellt die **Kurzbewerbung** dar. Diese vereinfachte Form der Bewerbung wird meist für Praktika oder Minijobs (manchmal auch für Initiativbewerbungen) genutzt. Dazu werden lediglich das Anschreiben und der Lebenslauf verschickt und mit einem Zusatzvermerk darauf hingewiesen, dass auf Anfrage gerne Zeugnisse und weitere Dokumente nachgeliefert werden.

Das Deckblatt

Das Deckblatt sticht als oberstes Blatt dem Leser als erstes ins Auge. Es kann frei gestaltet werden und bietet dem Bewerber somit die Chance, seine Erfolgssäussichten durch eine individuelle Note zu erhöhen. Das Deckblatt sollte als Überschrift das Wort „Bewerbung“ tragen und die Kontaktdaten des Bewerbers enthalten. Zudem kann ein professionelles Foto enthalten sein.

Wer sich entscheidet, auf das Deckblatt zu verzichten, kann das Foto alternativ rechts oben in den tabellarischen Lebenslauf einfügen (► Kap. 12.1.3).

PRAXISTIPP

Wer folgende Kriterien beachtet, hinterlässt mit dem Bewerbungsfoto den gewünschten positiven Eindruck:

- Aktualität: Frisur, Brille und andere personenbezogene Merkmale entsprechen dem aktuellen Erscheinungsbild des Bewerbers.
- Professionelle Qualität: Das Foto ist scharf und gut ausgeleuchtet. Vor einem ruhigen, möglichst einfarbigen Hintergrund wird der Bewerber im Halbprofil gezeigt.
- Ordentliche Kleidung und Frisur: Die Kleidung ist sauber und knitterfrei, die Haare sind ordentlich frisiert, eventuell glänzende Gesichtshaut gepudert. Der Gesamteindruck ergibt ein stimmiges Bild, das nicht aufgesetzt oder kostümiert wirkt, sondern zur Person des Bewerbers passt.
- Lächeln: Ein freundlicher Gesichtsausdruck wirkt sympathisch.



GUT ZU WISSEN

Im Sinne des allgemeinen Gleichbehandlungsgesetzes können Bewerbungen auch ohne Foto eingereicht werden. Dies soll eine Diskriminierung aufgrund von Alter, Geschlecht, Herkunft oder Aussehen verhindern. Da das pharmazeutische Personal in den meisten Fällen im direkten Kundenkontakt eingesetzt wird, ist jedoch davon auszugehen, dass ein Apothekeninhaber sich vorab ein Bild vom (gepflegten) Äußeren des Bewerbers machen möchte. Liegen mehrere Bewerbungen vor, werden bei gleicher Qualifikation möglicherweise die mit Bewerbungsfoto bevorzugt behandelt.





12.2.1 Die Anrede

Nach Möglichkeit wird der Adressat in einem Geschäftsbrief namentlich angesprochen. Dabei sollte besonders sorgfältig kontrolliert werden, ob der Name richtig geschrieben wurde. Rechtschreibfehler sind allgemein zu vermeiden, in der Anrede fallen sie jedoch besonders unangenehm auf.

Ist der Name des Adressaten nicht bekannt, wird eine allgemeine höfliche Anrede gewählt.

Beispiele

- „Sehr geehrte Damen und Herren“
- „Sehr geehrte Kunden“
- „Sehr geehrte Kund*innen“

aha

GUT ZU WISSEN

Verschiedene Vornamen sind sowohl für Männer als auch für Frauen gebräuchlich. Hinzu kommt, dass manche Menschen sich keinem biologischen Geschlecht zugehörig fühlen. Ist nicht eindeutig, wie der Adressat angesprochen werden möchte, kann der komplette Name in eine allgemeine Anrede aufgenommen (z. B. „Guten Tag, Kim Müller“) oder ein Gendersternchen eingefügt werden (z. B. „Sehr geehrte*r Alex Schulz“).

Sobald sich die Gelegenheit zu einem persönlichen Gespräch ergibt, sollte erfragt werden, wie derjenige angesprochen werden möchte.

SPRACHWISSEN IN KÜRZE



Gendern

Beim sogenannten Gendern geht es um die geschlechtergerechte Formulierung von Aussagen. Es geht z. B. um die Frage, ob sich bei der Bezeichnung „der Kunde“ auch (weibliche) Kundinnen angesprochen fühlen und darum, wie sich Personen mit diverser Geschlechterwahrnehmung hierzu verhalten. Aktuell gibt es noch keine eindeutig festgelegte Norm. Empfohlen werden verschiedene Darstellungsweisen bei Substantiven in der Schriftsprache; z. B.:

- durch Schrägstrich: Kollegen/Kolleginnen
- Schrägstrich mit Ergänzungsstrich: Kolleg/-innen
- Einklammerung: Kolleg(inn)en (→ nicht empfohlen, da sie die weibliche Form einklammert und diese damit abwertend darstellen könnte)
- mit Genderstern: Kolleg*innen
- Binnen-I : KollegInnen
- Gender-Gap: Kolleg_innen/Kolleg:innen
- Schrägstrich ohne Ergänzungsstrich: Kolleg/innen
- Umformulierung: das Kollegium

In der gesprochenen Sprache können alle diese Zeichen durch eine kurze Sprechpause realisiert werden.

12.2.2 Das Anliegen

Anders als bei einem Roman steht bei einem Geschäftsbrief die Informationsübermittlung im Vordergrund. Das Anliegen des Briefes sollte daher gleich im ersten Satz ersichtlich sein.

Beispiele

- Mit diesem Schreiben erhalten Sie Ihre Sammelrechnung.
- Heute möchten wir Sie über unser neues Angebot informieren.

12

Noch deutlicher kann der Grund des Schreibens hervorgehoben werden, wenn vor der Anrede eine Betreffzeile eingefügt wird. Ähnlich wie bei einer dienstlichen E-Mail (► Kap. 12.3) sollte das Anliegen hier möglichst kurzgefasst formuliert werden.

12.2.3 Der Sprachstil

Der Brieftext wird in ganzen Sätzen geschrieben und höflich formuliert. Abkürzungen und Fachausdrücke sollten nur verwendet werden, wenn sie allgemein akzeptiert oder dem Empfänger mit Sicherheit bekannt sind. Ironische Bemerkungen und Verbildlichungen durch Emoticons haben in einem Geschäftsbrief keinen Platz.

Fachbegriffe – sind sie wirklich erforderlich?

Annegret Lehmann, Anke Schichte

Vaginalmykose, Athlete's foot, HDL, Expektoranzien – alles Begriffe, die pharmazeutischem Personal täglich in der Ausbildung oder in der Apotheke begegnen. Sie finden sich in Beipackzetteln, Texten in PTA-Zeitschriften, BAK-Leitlinien, bei ärztlichen Diagnosen oder im Gespräch mit Kollegen. Um im Apothekenalltag bestehen zu können, wird ein großer Pool an Fachbegriffen benötigt. Die Grundlage vieler Begriffe ist die lateinische oder griechische Sprache. Aber auch englische Wörter, unbekannte deutsche Begriffe und viele Abkürzungen sind üblich. Um fachlich kompetent arbeiten zu können, sollen PTA diese Fachausdrücke verstehen und gezielt anwenden können.

Darüber hinaus müssen Fachbegriffe in einem Kundengespräch vermieden werden (►Kap. 7.3.1). Kunden verstehen nicht, was eine Tonsillitis ist oder, dass mit der Empfehlung eines Alpha-Sympathomimetikums ein abschwellendes Schnupfenmittel für die Nasenschleimhaut gemeint ist. Fachwörter sollten in verständliche Sprache umformuliert werden können. In der Regel hilft eine einfache Sprache, um eine gute Ebene mit dem Kunden zu finden. Missverständnisse im Beratungsgespräch können vermieden werden. Eine besondere sprachliche Fähigkeit des pharmazeutischen Personals ist nochmal mehr gefordert, wenn es z. B. um Demenzerkrankte, Kunden mit Hörproblemen und/oder mit geringen Sprachkompetenzen geht. Nur über eine gelungene Kommunikation findet sich ein guter Zugang zum Kunden.

Dieses Kapitel wendet sich an Schülerinnen und Schüler der PTA-Schulen, Auszubildende und Praktikanten in den Apotheken, die vorher nicht im Apothekenbereich tätig waren. Insbesondere soll es eine Hilfe für diejenigen sein, die nicht mit der deutschen Sprache als Muttersprache aufgewachsen sind, aber in ihren Herkunftsländern pharmazeutische Tätigkeiten ausgeübt haben. Um einen Berufseinstieg in deutsche Apotheken zu schaffen, müssen Fachsprachen- und Kenntnisprüfungen bestanden werden. Die Übersetzungen und Erklärungen in einfacher Sprache liefern eine schnelle Querverbindung zum bereits bestehenden fachlichen Wissen.

13

Bestimmte Fachbegriffe muss man einfach kennen, wenn man mit Arzneimitteln umgeht. Genauso wichtig ist es aber auch, deren Bedeutung den Kunden und Patienten verständlich erklären zu können.

Dieses Kapitel umfasst Fachbegriffe, die meist nicht ausschließlich einem bestimmten pharmazeutischem Thema, einem Organ system oder einer Erkrankung zugeordnet werden können. Sie werden in verschiedenen Zusammenhängen themenübergreifend verwendet.

In der ersten Spalte der Tabellen finden sich jeweils Fachbegriffe und andere Begriffe mit gleicher Bedeutung (Synonyme). Substantive (► Kap. 2.1.2) sind hierbei nach Möglichkeit mit dem zugehörigen Artikel aufgeführt. Dieser steht in der ersten Spalte der Erklärungen, jeweils durch ein Komma abgetrennt hinter dem Begriff.

Die zweite Spalte beinhaltet jeweils die Übersetzungen und in vielen Fällen dazugehörige einfache Erklärungen.

GRAMMATIK IN KÜRZE



Der bestimmte Artikel

Es gibt im Deutschen drei bestimmte Artikel: der, die, das. Sie sind jeweils in Genus, Fall und Anzahl mit dem zu begleitenden Substantiv (► Kap. 2.1.2) deckungsgleich. Das Genus eines Substantivs ist im Deutschen am zugehörigen Artikel erkennbar. Daher ist es sinnvoll die Artikel von Substantiven mitzulernen. Der Artikel des Fachbegriffs (im Nominativ; ► Kap. 2.1.2) wird daher in den Tabellen nach einem Komma genannt. In einem deutschen Satz steht der Artikel vor dem Substantiv. Die Listen in diesem Buchteil orientieren sich hierbei an der alltäglichen Verwendung der Begriffe, sodass in einigen Fällen auf die Nennung des Artikels verzichtet wird, wenn dieser im Sprachgebrauch meist nicht üblich ist.

Beispiele

Schreibweise in der Tabelle	Verwendung im Satz
Antibiotikum, das	Nehmen Sie das Antibiotikum bitte 30 min vor der Mahlzeit ein.
Dosierung, die	Bitte halten Sie die Dosierung genau ein.

Erklärung pharmazeutischer und medizinischer Fachbegriffe

Fachbegriff	Übersetzung/Erläuterung
Abusus, der	der Missbrauch; Einnahme von Arzneimitteln, die zu lange, zu hoch dosiert oder zu häufig erfolgt
Adenom, das	die gutartige Gewebeneubildung, Gewebevermehrung oder Gewebewucherung
akut	ein plötzlich auftretender und schneller Krankheitsverlauf, der sich auf einen kurzen Zeitraum, meist bis zu ca. 14 Tage, beschränkt

■ Erklärung pharmazeutischer und medizinischer Fachbegriffe (Fortsetzung)

Fachbegriff	Übersetzung/Erläuterung
Antagonist, der	der Gegenspieler; besetzt einen Rezeptor, ohne einen Effekt auszulösen
Apoplex, der	der Schlaganfall; plötzlich verminderte Durchblutung des Gehirns mit Ausfall von Gehirnfunktionen, z. B. durch ein Blutgerinnsel
apothekenpflichtig/ap.	Arzneimittel, das nur in der Apotheke verkauft werden darf
Arterien, die	die Blutgefäße, die das Blut vom Herzen wegleiten
Arzneimittel, die/ Medikamente	Stoffe oder Zubereitungen aus Stoffen, die Krankheiten heilen, lindern, vorbeugen oder erkennen
Arzneistoff/Wirkstoff, der	wirksamer Bestandteil eines Arzneimittels
Atrophie, die	der Gewebeschwund; Rückbildung von Gewebe
Autoimmunerkrankungen, die	Erkrankungen des Immunsystems, bei denen körpereigene Zellen, Gewebe und Organe angegriffen werden
bakteriostatisch	Bakterien im Wachstum hemmend
bakterizid	Bakterien abtötend
benigne	gutartig; z. B. benigne Tumore
chronisch	Krankheitsverlauf, der länger andauert oder immer wiederkehrt, z. B. Migräne.
Desinfektion, die	Maßnahme zur Reduzierung (Verminderung) von Krankheitserregern auf Gegenständen und der Haut
Dosierung, die	gibt an, wie häufig und wie viel von einem Arzneimittel eingenommen werden soll, z. B. 3 × täglich zwei Tabletten
Drüsen, die	Organe oder Zellen, die bestimmte Stoffe ausschütten können, z. B. Schweißdrüsen <ul style="list-style-type: none"> ■ exokrin: nach außen abgebend, z. B. die Speicheldrüse ■ endokrin: an die Blutbahn abgebend, z. B. die Schilddrüse
endogen	im eigenen Körper entstehend, nicht durch äußere Einflüsse