

# Inhaltsverzeichnis

|                                                                   |    |
|-------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Geleitwort</b> .....                                           | 5  |
| <b>Vorwort</b> .....                                              | 7  |
| <b>Teil I:</b>                                                    |    |
| <b>Überlegungen zur Ethik in der Pharmazie (Erika Fink)</b> ..... | 11 |
| <b>Brauchen wir eine pharmazeutische Ethik?</b> .....             | 13 |
| <b>Ethische Prinzipien</b> .....                                  | 15 |
| Das Prinzip der Autonomie .....                                   | 15 |
| Das Prinzip der Fürsorge .....                                    | 17 |
| Das Prinzip des Nicht-Schadens .....                              | 19 |
| Das Prinzip der Gerechtigkeit .....                               | 20 |
| <b>Ethik im Kontakt mit Patienten und Kunden</b> .....            | 23 |
| Information und Aufklärung .....                                  | 23 |
| Verstehen lernen im Dialog .....                                  | 25 |
| Dialogfähigkeit ist ein Merkmal des guten Beraters .....          | 26 |
| Wie autonom entscheidet der Patient in der Apotheke? .....        | 27 |
| Schweigepflicht .....                                             | 29 |
| <b>Ethik und Ökonomie</b> .....                                   | 31 |
| Verteilungsgerechtigkeit .....                                    | 31 |
| Priorisierung .....                                               | 32 |
| Rationierung .....                                                | 34 |
| Ethik und Monetik in der Apotheke .....                           | 34 |
| <b>Teil II:</b>                                                   |    |
| <b>Aspekte der Beratung (Cornelia Tromm)</b> .....                | 37 |
| <b>Information versus Beratung</b> .....                          | 39 |
| Information .....                                                 | 39 |
| Beratung .....                                                    | 39 |
| <b>Was macht Beratung »erfolgreich«?</b> .....                    | 41 |
| Die klientenzentrierte Beratung .....                             | 41 |
| Das Verhalten des Beraters .....                                  | 42 |
| Die Motivierende Gesprächsführung .....                           | 43 |
| Darf ich auch mal nicht beraten? .....                            | 47 |

|                                                                                                         |     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| <b>Der ratsuchende Patient</b> .....                                                                    | 49  |
| Wer steht vor Ihnen – der Verwender oder der Versorger? .....                                           | 49  |
| Was wir Patienten von Ihnen erwarten .....                                                              | 50  |
| <br><b>Der »schwierige« Patient</b> .....                                                               | 51  |
| Der Vielredner .....                                                                                    | 52  |
| Der aggressive Patient .....                                                                            | 54  |
| Der Patient mit mangelhafter Compliance .....                                                           | 56  |
| »Viele Kunden sind doch beratungsresistent!« .....                                                      | 60  |
| Der Pseudo Customer oder Testkunde .....                                                                | 62  |
| <br><b>Aufwand und Ertrag</b> .....                                                                     | 67  |
| Beratung sichert Differenzierung und Profilierung .....                                                 | 67  |
| Beratung schafft Kundenbindung .....                                                                    | 67  |
| Zwei unterschiedliche Beratungs-Settings .....                                                          | 68  |
| Beratung gegen Honorar .....                                                                            | 69  |
| <br><b>Teil III</b>                                                                                     |     |
| <b>Ethische Kommunikation konkret – Beratungssituationen<br/>in der Apotheke (Erika Fink)</b> .....     | 73  |
| <br><b>Begegnungen mit ausgewählten Kunden und Patienten</b> .....                                      | 75  |
| Lifestyle-Kunden – die gesundheitlichen Selbstoptimierer .....                                          | 75  |
| Erkältete Kunden – typische Selbstbehandler .....                                                       | 78  |
| Menschen mit Übergewicht und Adipositas – wenn Wunsch auf<br>Wirklichkeit trifft .....                  | 80  |
| Die schwangere Kundin – Beratung bei der Selbstmedikation .....                                         | 83  |
| Hormone für Frauen? – Ein Thema mit vielen Fragezeichen .....                                           | 85  |
| Hypertoniker – Probleme mit der Adhärenz .....                                                          | 88  |
| Schmerzpatienten – Selbstbehandler und chronisch Schmerzkranken .....                                   | 92  |
| Depressive Menschen – schwierige Kommunikation .....                                                    | 96  |
| Polymorbide Patienten – was ist ihnen wichtig? .....                                                    | 98  |
| Multimorbide alte Patienten – eine wachsende Zielgruppe .....                                           | 101 |
| Menschen mit beginnender Demenz – eine kommunikative<br>Herausforderung .....                           | 103 |
| Patienten mit (vermuteter) Abhängigkeit und Sucht – »geübte«<br>Kunden (Cornelia Tromm) .....           | 105 |
| Der Palliativpatient und seine Angehörigen – Besonderheiten der<br>Kommunikation (Cornelia Tromm) ..... | 109 |
| <br><b>Betrachtungen zum Schluss</b> .....                                                              | 115 |
| <br><b>Literaturverzeichnis</b> .....                                                                   | 117 |
| <br><b>Stichwortverzeichnis</b> .....                                                                   | 119 |