

1 Mrs. Mira More

Ich wusste, es musste sich etwas ändern. Ich wusste, es würde sich etwas ändern. Die Zeit war reif dafür. Lange genug standen die Zeichen auf Sturm. Ich hatte Angst. Ich wusste nicht, was die Zukunft bringen würde. Wie sicher würde die Zukunft wohl sein? Würde es meine Stelle in fünf Jahren noch geben? Würde es meinen Beruf in zehn Jahren noch geben? Was würde ich tun? Womit würde ich mein Geld verdienen? Wäre ich, so wie viele andere auch, arbeitslos? Fassungslos, ungläubig und nahezu ohnmächtig hatte ich zugeschaut, wie sich die Welt veränderte. Die Welt der Apotheke, die mir damals so wunderbar, so faszinierend erschien.

Damals, als scheinbar noch alles in Ordnung war. Als mein Start in der Apotheke ein vielversprechender war. Ein sicherer Arbeitsplatz. Mit angemessener Bezahlung. Ein angesehener, wertgeschätzter Beruf, der alles andere als langweilig war. Ideal und bestens geeignet für eine Teilzeitstelle. Und es machte Spaß. – Mir machte es Spaß.

Damals, als ich begann, mich für die Gesundheit zu interessieren, Arzneimittelfachfrau zu werden. Für die Gesundheit. Um die Krankheiten, wie schwer sie auch immer sein mögen, zu heilen, zu lindern oder aber auch zu verhüten.

Damals, als ich begann, mich zu engagieren. Für die Menschen. Sie zu unterstützen, zu beraten, ihnen eine Hilfestellung zu geben. Voller Elan, voller Drang, Wissen zu erwerben und es weiterzugeben, Informationen zusammenzutragen, um bestmöglich zu unterstützen. Damals, als ich noch stolz war, in der Apotheke zu arbeiten.

Die Stimmung in der Apothekenlandschaft ist mittlerweile miserabel. Es brodelt. Die anstehenden Veränderungen schweben wie Gewitterwolken bedrohlich über meinem Kopf. Und nicht nur über meinem Kopf. Über unseren Köpfen. Vogel-Strauß-Politik, Kompromissbereitschaft, um jeden Preis und so zu tun, als ob alles nur ein böser Traum wäre, nutzt nichts mehr. Ganz im Gegenteil. Jede Form des passiven Abwartens wird es mit zuneh-



○ Abb. 1.1 Alltag, alles außer-gewöhnlich

mender Zeitdauer nur noch schlimmer werden lassen. Massives Apothekensterben ist prognostiziert. Mein Arbeitsplatz ist bedroht. Und der meiner Kollegen. Tausende von Stellen sind in Gefahr.

Wohin wird sich die Institution Apotheke entwickeln? Und zu was? Was sollen wir tun, um Schritt zu halten und um auf hoher See nicht über Bord zu gehen? Wer wollen wir sein am Ende dieser Reise ins Ungewisse? Welche Chancen haben wir überhaupt noch? Und welche Möglichkeit habe ich selbst?

Ich stehe mit Leib und Seele, mit Herz und Verstand und voller Überzeugung in der Apotheke. Wahlweise vierzig Stunden und auch mehr. Um die Bevölkerung ordnungsgemäß mit Arzneimitteln zu versorgen.

Wenn ich mich mit Gleichgesinnten darüber unterhalte, dann wird mir immer klarer, dass der Wandel im Kleinen beginnen darf. Erst bei mir. In meinem Umfeld. Um dann immer größere Wellen zu schlagen. Um ein „Mehr“ an Aufmerksamkeit zu erringen. Um in das Bewusstsein, die Köpfe und Herzen der Menschen zu dringen.

Jene Menschen, die unter anderem eine ausufernde Digitalisierung zunehmend über den grünen Klee loben und gleichzeitig vergessen, dass manche Arbeiten einfach nicht von künstlicher Intelligenz übernommen werden können. Denn ein Roboter ist eben nicht in der Lage, über die eigene Programmierung hinauszuschauen. Wir Menschen schon. Gesundheit, der Wert, für den wir stehen, ist mehr als nur die Abwesenheit von Krankheit. Eine gehörige Portion Empathie, Aufmerksamkeit und Anteilnahme, so finde ich, können manchmal Wunder wirken auf der Suche nach einer ursächlichen Lösung für unsere Kunden. Ich bin mir sicher, ich will das auch in Zukunft weiter anbieten. Ich will mich nicht hinter Bildschirmen verschansen, auf Monitore starren und Listen durchwühlen müssen und den Menschen, um den es eigentlich geht und gehen müsste, vollkommen nebenbei abarbeiten. Auf hochtechnisierte Strukturen zurückgreifen? Ja, da bin ich dabei. Mich durch die rapide fortschreitende Technologisierung aber ersetzen lassen? Auf gar keinen Fall.

Wie soll ich also mit der Situation umgehen? Was kann ich im Kleinen überhaupt tun? So viel Zeit habe ich doch gar nicht. Aber halt! Wieso nicht mal ganz kurz über den Tellerrand schauen? Ich mag es ja zu lernen, mich weiterzuentwickeln und ganz neugierig und offen zu sein. Das war schon immer nützlich. Fragen zu stellen, um Antworten zu finden. Zuzuhören, statt selber zu reden. Von den Besten zu lernen, um eigene Fauxpas zu ver-

meiden und die Aufwinde der Entwicklung zu nutzen. Um dann schließlich Wissen wieder weiterzugeben. Und den Kreislauf zu schließen.

Ich beschloss also, mich auf die Suche nach einer Antwort auf die Frage, was wir in der Apotheke als ein Plus zur Sicherung unseres Berufes anbieten können, zu machen. Auf die Forschungsreise nach einem „Mehr“ an Möglichkeiten.

Ich muss gestehen, ich mag das Wort „Mehr“. Ist es doch mein Nachname: „More“. Deswegen verwende ich es ja auch so gerne, das werden Sie auch noch feststellen dürfen ☺!

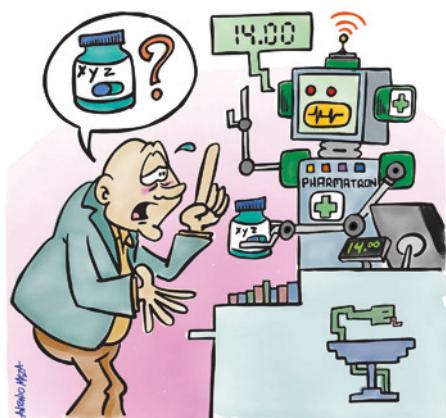


Abb. 1.2 Zukunft Pharmatron

Ach, und wenn wir gerade dabei sind, dann stelle ich mich auch mal komplett vor. Und zwar genauso wie James Bond, da ich ebenfalls ein Nein nicht akzeptiere und ich einen Auftrag zur Veränderung der Apothekenwelt angenommen habe. Wie ein Geheimagent eben. Bisher in geheimer Mission unterwegs und für Sie nun hier mein Name: More. Mrs. Mira More.

Mira, so fangen Wunder an. Denn „miracle“ ist Englisch und bedeutet Wunder. Wunder: Ich weiß, wir alle mögen sie. Ich denke, sie geschehen ohne unser Zutun. Ich bin mir sicher, wir alle brauchen Sie – ab und an. Wunder: Wir alle hoffen auf sie.

Ich selbst aber hoffte ja nicht nur, sondern ging einen Schritt weiter. Ich machte mich auf die Suche. Schautete rechts und links. Fand interessante Aspekte hier und da. Bis mir durch Zufall – und Zufälle gibt es ja bekanntlich nicht – ein Coach über den Weg lief. Wir ins Gespräch kamen. Uns unterhielten über das, was wir so tagein tagaus tun: „Was“ wir tun. Und „wie“ wir es tun. Um dann auf das „Warum“ zu kommen. Er meinte, das „Warum“ zu erforschen könnte ein erster Schritt auf meiner Reise sein. Damit hatte ich mich aber noch nie so konkret beschäftigt. Spannend! Ich erfuhr, dass es jemanden gibt, der sich sogar sehr gut damit auskennt. Und so ließ ich mich ganz unvoreingenommen inspirieren: von meinem Coach zuerst und dann von Simon Sinek und seinem „The Golden Circle of Why“. „Frage zuerst Warum!“ Das war es. Ich spürte es. Ich hatte etwas gefunden, was mich im Innersten bewegte. Und doch, es war anspruchsvoll darüber nachzudenken. Völliges Neuland. Komplett anders herum als für gewöhnlich.

Mir wurde bewusst, dass ich mich bis zu diesem Zeitpunkt sehr häufig im „Was“ befand. Was mache ich als Nächstes? Was ist das Richtige? Was ist das Falsche? Was koche ich? Was esse ich? Was empfehle und berate ich? „Was“ bestimmte mein Leben. In allen Lebensbereichen. Das „Was“ begleitete mich durch den Tag und trieb mich an.

Ich ließ mir erklären, dass es Sinn macht, nach dem „Was“ auch das „Wie“ zu erforschen. Wie gehe ich durch den Tag? Wie gehe ich durch die Woche? Und wie gehe ich durch mein Leben? Wie tue ich das, was ich tue, genau? Wie ist meine Körperhaltung dabei? Wie sind meine Gedanken dazu? Wie fühle ich mich, während ich mit dem „Was“ beschäftigt bin? Das war ja schon extrem spannend. Und dann kam ein erster Aha-Effekt dazu: Das „Warum“ ist nicht das Endergebnis vom allem, sondern die Basis. Deswegen auch: „Frage zuerst warum!“. Das verschaffte mir ein ganz anderes Bewusstsein. Ein bewusstes „Ja“ für das, was ich grundsätzlich tat. Ich fand heraus, ich konnte mein „Warum“ in jeder meiner unterschiedlichen privaten Rollen leben.

Was soll ich sagen: Es war wie ein Wunder. Von dem Tag an war mir klar, die Fähigkeiten, die der Coach hat, sind nicht nur für mich persönlich, sondern auch für mich im Apothekenalltag, in der Beratung, im Umgang mit Kunden und mit Kollegen unermesslich wertvoll. Ich traf eine Entscheidung: Ich wollte ein pharmazeutischer Coach sein.

Als pharmazeutischer Coach die Apothekenwelt im Kleinen verändern, bereichern und bewusst ein „Mehr“ (!) an Möglichkeiten schaffen. Und so wurde ich dann auch ein



MRS. MIRA MORE MEETS COPHA®

Abb. 1.3 Mrs. Mira More meets copha®



○ Abb. 1.4 Mrs. Mira More, Pharmazeutischer Coach

○ Abb. 1.5 Mrs. Mira More in action

pharmazeutischer Coach. Ich lernte und lernte, was das Zeug hielt. Verschaffte mir einen Überblick. Basistechniken. Brillant und anspruchsvoll. Puh, anfänglich waren ein paar böhmische Dörfer dabei. Aber was soll ich sagen: Übung macht den Meister.

Ich machte Bekanntschaften mit der Philosophie, des „Meer“ an Möglichkeiten. Ich machte mir bewusst, wie magisch Körpersprache sein kann und wie zauberhaft die Worte. Ich beschloss, das ist etwas, was ein „Mehr“ an Möglichkeiten in jedem Erste-Hilfe-Koffer eines Pharmazeuten sein sollte.

Dann wurde mir allerdings klar, dass ich ziemlich selektiv unterwegs bin: Pharmazeut. Pharmazeutisches Coaching. Neuhochdeutsch: The Coaching Pharmacists. An dieser Stelle meine Abbitte für die Wortwahl: Soll doch das Wort „Pharmazeutisch“ in diesem Rahmen lediglich zum Ausdruck bringen, dass sich all diejenigen angesprochen fühlen sollen und dürfen, die in der Apotheke tätig sind, unabhängig von der ursprünglichen Berufsbezeichnung. Erlauben wir uns einfach eine kreativ andere Definition dieses schönen Wortes!

Ich merkte, der Alltag änderte sich. Außergewöhnlich war er immer schon. Nun auf einer weiteren Ebene. Die Beratungen wurden noch intensiver. Was nicht zwingend bedeutete, dass sie länger dauerten. Die richtige Frage zum passenden Zeitpunkt ist oft Gold wert! Das staunende Erkennen im Blick des Kunden, die Begeisterung aufgrund des „Mehr“ an Möglichkeiten gaben mir Recht. Und das ließ in mir die Hoffnung keimen, einen Weg gefunden zu haben. Einen Kontrapunkt in der nach unten gerichteten Entwicklung weg von der Apotheke. Ein Hin, zu einem Beitrag pro inhabergeführter, öffentlicher, wertgeschätzter Apotheke. So, dass wir angemessen honorierte und wertgeschätzte Heilberufler sind und bleiben. Wieder zurück in eine Apotheke, in der es menscheln darf und dennoch die betriebswirtschaftlichen Rahmenbedingungen berücksichtigt sind.

Ich packte also meinen Erste-Hilfe-Koffer, nannte ihn cophä® Kit und machte mich auf den Weg, im Auftrag und für Ihre Gesundheit:

Mrs. Mira More

1.1 Pharmazeutisches Coaching

Was bedeutet dies nun für unsere neue Disziplin – pharmazeutisches Coaching? Der Wortkombination können Sie bereits entnehmen, dass es die Symbiose aus pharmazeutischen Inhalten und Aspekten des Coachings ist. Wir arbeiten hier im Kontext Apotheke. Und an dieser Stelle ist es mir wichtig, zu betonen, dass ich hier das gesamte Apothekenpersonal meine. Auch und gerade den Beruf der PKA. Im Zeichen des Wandels, dem unsere Apothekenwelt in der heutigen Zeit unterliegt, werden wir verstärkt darauf achten müssen, jeweilige Kernkompetenzen bei den unterschiedlichen Berufsgruppen zu lassen und nicht „Mischen Possible“ auf Kosten der korrekten, schnellen und sicheren Versorgung unserer Kunden zu spielen. Wir alle sitzen in einem Boot und arbeiten zusammen für und im Sinne unserer Kunden. Jeder auf seine rollen- und berufsgruppenspezifische Art und Weise.

Und nun gehen wir zusammen her und werfen einen Blick in den Erste-Hilfe-Koffer, den Werkzeugkoffer eines Coaches. Was kann er uns für unsere alltägliche Arbeit zur Verfügung stellen? Welchen Bausatzes, welchen Werkzeuges können wir uns wann bedienen? In Ergänzung zu dem, was wir sowieso schon tun? So, dass wir in der Lage sind unseren Kunden noch individueller, noch passgenauer, noch zielgerichteter bestmöglich mit Arzneimitteln zu versorgen. So, dass wir möglicherweise auf Lösungen für Probleme kommen, an die unser Kunde vorher noch gar nicht gedacht hat. Weil ihm die Übersicht fehlte und damit das verbindende Element. Das ist etwas, was nur wir in der Lage sind zu erkennen. Aufgrund unserer pharmazeutischen Sach- und Fachkompetenz schaffen wir eine Grundlage, die wir mit folgenden Fähigkeiten erweitern können:

- eine verschärzte Wahrnehmung, die ganz bewusst in den Alltag einfließt (► Kap. 3),
- in Verbindung mit den dazu passenden Sprachmustern (► Kap. 4),
- ergänzt durch den bewusst gesteuerten Einsatz der Körpersprache (► Kap. 5),
- auf der Basis der uns eigenen und einigenden Werte (► Kap. 3.4),
- in Kenntnis und unter Würdigung einiger Glaubenssätze, die uns mal mehr, mal weniger dienlich sind (► Kap. 3.3),
- unter Nutzung der umfassenden Beratung. (► Kap. 6).

Das alles, um unsere wunderbare Apothekenwelt (► Kap. 7)

- sehr wandelbar (► Kap. 8)
- und spielerisch (► Kap. 9)

mit einem wogenden „Mehr“ an Möglichkeiten anzureichern. More.

Und all das mit der klaren Zielausrichtung unsere Tätigkeit auch in der Zukunft ausüben zu können. Uns nicht ersetzbare zu machen durch Roboter. Durch Maschinen. Durch künstliche Intelligenz (KI). Pharmazeutisches Coaching ist nicht programmierbar. Pharmazeutisches Coaching ist intelligent, individuell und intuitiv. Eine Symbiose aus erlernbaren pharmazeutischen Inhalten im Kontext der bewusst angewandten, trainierbaren Coaching Skills. Es ist somit ein klares Plus für unseren Kunden. Für uns. Für die (nicht nur mit Arzneimitteln) zu versorgende Gesellschaft. Es schafft ein „Meer“ an Möglichkeiten. Auf dem es sich lohnt in Richtung Zukunft zu segeln, zu segeln in den sicheren Hafen des vertrauensvollen, wertschätzenden, ganzheitlichen Umgangs mit dem Thema Gesundheit in unseren Apotheken der Zukunft. Denn in Zukunft wird es darauf ankommen, eine noch umfassendere Beratung zu liefern, eine Beratung, die sich stützt auf den



● Abb. 1.6 Zukünftiges „Mehr“ an Möglichkeiten

während, in und zu der umfassenden Beratung. Eine Verbindung zu und mit unserem Gegenüber. Eine Verbindung für, mit und in der umfassenden Beratung, die uns allen ein „Mehr“ an Möglichkeiten verschafft. More.

uns eigenen pharmazeutischen Sachverständ. Eine Beratung ist und bleibt die, die menschlichen Aspekte integriert und auch anspricht, sodass nicht nur Symptome, sondern auch Ursachen in erweitertem Umfang erkannt und benannt werden können. Und sodass damit zukünftig ganzheitliche Möglichkeiten in einem vernetzenden, interaktiven, systemischen Zusammenspiel angesprochen werden können.

Im großen Rahmen gesehen, so wie schon von jeher angedacht und gefordert: interdisziplinär. Beginnend jedoch bei uns selbst. Uns wieder besinnend auf den Einklang von Körper, Geist und Seele. Eine Verbindung, die wir als Basis wählen wäh-

2 Pharmazeutisches Coaching-copha® Kit „Brillante Basis“

Alles. Außer gewöhnlich. Alles. Außer alltäglich. Alles. Andersartig. Für ein „Mehr“ an Inter-Aktion. Für ein „Mehr“ an Wechsel-Wirkungen!

Durch Kenntnis der in diesem ersten, sehr speziellen Teil „Brillante Basis“ beschriebenen Werkzeuge und Tools, enthalten im copha® Kit, kommen Sie in eine ebenfalls spezielle Inter-Aktion. Und durch den bewussten Einsatz sind Sie in der Folge in der Lage Wechsel-Wirkungen kommunikativer Art zu initiieren und im Beste-Freundin-Prinzip (► Kap. 7.1.1) anzubieten.

Dieser Erste-Hilfe-Koffer, dieser Werkzeugkoffer ist prall gefüllt. Greifen Sie zu und bedienen Sie sich. Sie können frei wählen und je nach Interessenslage einzelne Bestandteile, einzelne Werkzeuge herauspicken. Oder Sie können aber auch eins nach dem ande-

2



● Abb. 2.1 Erste-Hilfe-Koffer

ren, so wie die Reihenfolge es anbietet, erkunden. Grundsätzlich ist es ideal, wenn Sie direkt in die Umsetzung kommen. Dort, wo vorgesehen, sofort während des Lesens. Oder aber in einigen Fällen im Anschluss unter Nutzung der ►Arbeitsblätter am Ende des Buches. Möglicherweise ist es auch eine gute Idee, zunächst einmal zu lesen und im zweiten Durchgang in die praktische Anwendung zu gehen. Verschaffen Sie sich selbst ganz individuell den größten Nutzen für ein „Mehr“ an Möglichkeiten! More.

Cave: Wechsel-Wirkung nicht ausgeschlossen!

2.1 Die vier Lernstadien

Bewegungsmetapher

Dreistufiges Klatschen

- Stufe 1: Strecken Sie beide Hände nach vorne aus und klatschen dreimal.
Das hat geklappt? → Sehr gut. Herzlichen Glückwunsch!
- Stufe 2: Verfahren Sie wie in Stufe 1 beschrieben und beenden das Klatschen, indem Sie die Hände mit verschränkten Fingern vor sich halten und schauen Sie bitte, welcher Daumen oben liegt! Bitte merken Sie sich, ob es der Rechte oder der Linke ist!
Das hat ebenfalls geklappt? → Sehr gut. Erneut herzlichen Glückwunsch!
- Stufe 3: Nun klatschen Sie erneut dreimal, beenden ebenfalls mit verschränkten Fingern – diesmal allerdings liegt der andere Daumen oben!
Toi, toi, toi!

Wie hat sich das angefühlt? Ungewohnt? Eigenartig? Seltsam? Ja, genau. Ein kleiner Trost an dieser Stelle: So geht es uns allen. Die gute Nachricht: Wenn Sie es üben, wird es sich im Laufe der Zeit immer vertrauter anfühlen. Bis es Ihnen irgendwann gelingt ohne darüber nachzudenken und möglicherweise sogar im Wechsel zu klatschen! Viel Spaß beim Trainieren!

Ganz gleich, worum es geht, – ob privat oder beruflich – wir befinden uns in einer der vier Lernstadien (► Abb. 2.2). Immer dann, wenn wir lernen. Immer dann, wenn wir gelernt haben. Also tatsächlich immer. Diese vier Lernstadien sind abhängig von Kompetenz und Bewusstsein.

Lassen Sie uns das einfache Beispiel Autofahren zur Erklärung wählen. Zunächst sind Sie zwei Jahre alt, sitzen im Kindersitz und werden von Ihrer Mutter durch die Gegend gefahren. Sie wissen (noch) nicht, dass Sie kein Auto fahren können und darüber hinaus ist es Ihnen auch vollkommen egal. Sie sind inkompotent und wissen es nicht. Ein sehr gut auszuuhaltender Zustand!

Nun werden Sie allerdings älter, sehen dann möglicherweise im Alter von zehn Jahren das erste Formel-1-Rennen und verlieben sich in den roten Ferrari. Den würden Sie nun so gerne fahren. Können es nicht. Müssen noch warten. Sind ungeduldig. Und befinden sich im Stadium der bewussten Inkompotentz. Nicht so leicht zu ertragen wie die vorherige Phase der unbewussten Inkompotentz.

Glücklicherweise erwerben Sie dann den Führerschein, sitzen diesmal selber am Steuer und dürfen nach der Schule sich selbst und Ihre Mutter, die sich nun auf dem Beifahrersitz befindet, nach Hause fahren. Das Radio läuft. Ihre Mutter will wissen, wie es in der Schule war. Und Sie? Sie wissen gerade gar nicht mehr, wo das Gaspedal ist, geschweige denn die Bremse. Sie müssen sich konzentrieren. Auf das, was Sie gerade tun. Sie sind kompetent, denn Sie können ja Auto fahren. Und das tun Sie ganz bewusst. Sie sind bewusst kompetent.

Und wie ist das heutzutage? Wir steigen ins Auto ein. Fahren los. Wissen wahlweise gar nicht, wie wir von A nach B gekommen sind. Wir tun unterwegs Dinge, von denen wir wissen, dass wir sie eher nicht tun sollten (Stichwort Handy!). Die Phase der unbewussten Kompetenz ist erreicht. Sie denken gar nicht mehr darüber nach. Es ist Ihnen in Fleisch und Blut übergegangen. Dieser Zustand, der auf sehr hohem Niveau erreicht wird, darf mit Fug und Recht auch mit dem Wort Exzellenz beschrieben werden.

Und was denken Sie? In welcher Phase sind wir in der Lage, etwas zu verändern? Etwas in Bewegung zu bringen? – Natürlich vorausgesetzt, wir wollen das. Stimmt. Wir müssen uns dessen bewusst sein. Und ja, wir müssen eine gewisse Kompetenz erlangt haben. Wissen wir es nicht und können wir es (noch) nicht, dann können wir logischerweise auch nichts verändern. So wie Sie möglicherweise vor dem Lesen dieses Kapitels noch nicht wussten, mit welchem Daumen nach oben endend Sie normalerweise (unbewusst) klatzen. Jetzt, wo Sie es wissen, können Sie ganz bewusst Ihre Kompetenz erweitern.

Wir übertragen auf den Apothekenalltag und Sie fragen sich, wie bewusst Sie in diesem Moment durch die Phasen der Beratung gehen. In dem Augenblick einer möglichen Bewusstwerdung mag ein Ruck durch Sie gehen. Ein kleiner Augenblick, in dem sie feststellen, dass es mehr gibt, als das, was gerade unbewusst wie in einem Programm abläuft. Die Wahrheit, einen Moment bewusst wahrgenommen, sieht in der Realität eventuell ein wenig anders aus!

Wie sieht das nun mit unserer Realität, unserer Wahrheit im Apothekenalltag aus? Wir erlernen sehr viele Arbeitsabläufe. Erinnern Sie sich einmal an Ihre erste Zeit in der Apotheke zurück: Wie vielschichtig und im ersten Moment unüberschaubar alles war. Was haben Ihnen Ihre Kollegen mit welcher Selbstverständlichkeit erklärt, beigebracht und gezeigt? (Oder ist das möglicherweise gerade jetzt sogar der Fall und Sie fühlen sich ein wenig beschrieben?).

Nach einer gewissen Zeit, wahlweise nach Durchlaufen der vier Lernstadien, reflektieren wir immer weniger, was wir genau, wie und zu welchem Zeitpunkt machen. Und das ist auch gut so. Bei der Komplexität dessen, was im Sekundentakt auf uns einströmt, wären wir sonst gar nicht in der Lage, alles so zu bewältigen, wie wir es im Zustand der unbewussten Kompetenz können. Allerdings, und das kann ein Nachteil sein, kommt es so manchmal auch zu der sogenannten Betriebsblindheit. Denn wir stellen uns die Frage nach dem

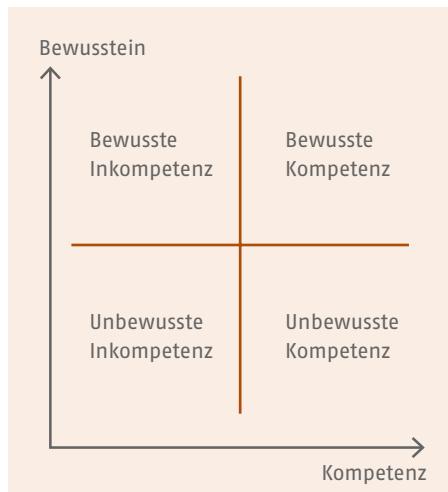


Abb. 2.2 Vier Lernstadien

„Warum“ ebenfalls immer seltener. Ab und zu innezuhalten und die Strategien des „Wie“ und „Was“ auf Sinnhaftigkeit zu überprüfen, ist empfehlenswert. Ein Außenstehender kann hier unterstützen. Falls Sie das in Bezug auf die Gesamtstrukturen machen möchten: in ►Kap. 8 finden Sie Hilfestellungen zu Ist-Soll-Analysen. Sie mögen dazu dienen, Abläufe und Strukturen aufzudecken und bewusst zu machen, sodass Sie in die Veränderung kommen können, wenn Sie feststellen, dass diese ehemals sinnvollen Programme nicht mehr zielführend sind. Auf dem Weg in ein „Mehr“ an bewusster Kompetenz. More.

Praxisbeispiel

Umfassende Beratung möglich machen

Wie bewusst entscheiden Sie sich für eine ergänzende Empfehlung? Nach der leitliniengemäßen Beratung? Schon während dieser ersten Phase, wie in ►Kap. 6.2 beschrieben, läuft bei uns doch automatisch die Fragestellung mit: Was passt noch dazu? Wie kann ich hier noch unterstützen? Welches Symptom könnte mein Kunde noch haben? Welchen erweiterten Nutzen kann ich ihm bieten? Bei einigen Indikationen (z. B. dem Klassiker der Erkältung) ist es sehr einfach. Exzellente, unbewusst kompetente Beratung „abzuliefern“. Bei anderen fällt es uns möglicherweise schwerer. Wie z. B. bei der ergänzenden Beratung im Anschluss an eine Verordnung von verschreibungs-pflichtigen Arzneimitteln. Wahlweise auch noch für Stammkunden. Wie schaffen wir es hier zu einer umfassenden Empfehlung zu kommen? Welche Frage können wir stellen? Welche Überleitung können wir schaffen? Wie wäre es, wenn wir hier eine Strategie hätten, die es uns ermöglicht schon im Vorfeld, quasi antizipatorisch, zu einer zunächst bewussten Kompetenz zu kommen? Wie können wir, was wir aus dem Bauch heraus machen, in eine regelhafte Struktur zu überführen? Liest sich das kryptisch und hört sich fremd an? Fühlt sich gerade komisch an? Genau. So ist es auch beim Klatschen (siehe oben) gewesen. Und auch hier die gute Nachricht: Je häufiger wir es trainieren, umso selbstverständlicher und leichter wird es! Gehen Sie zum Kapitel Koppeltraining für Pharmazeuten und trainieren Sie was das Zeug hält (►Kap. 6). Weiterhin viel Spaß dabei!

2.2 Sender-Empfänger-Modell

Der Kapitän

Der Funker meldet seinem Kapitän, dass das Radar ein Objekt zeigt, das auf Kollisionskurs liegt.

Der Kapitän: Ändern Sie den Kurs 12 Grad nach Süden, Sie befinden sich auf direktem Kollisionskurs.

Die Antwort: Ich empfehle Ihnen, Ihren Kurs um 12 Grad nach Norden zu ändern, um eine Kollision zu vermeiden.

Der Kapitän: Hier spricht der Kapitän eines Schiffes der Marine der Vereinigten Staaten von Amerika. Noch einmal: Ändern Sie Ihren Kurs.

Die Antwort: Nein. Ich sage Ihnen noch einmal: Sie ändern Ihren Kurs.

Der Kapitän: Ich bin ein Kriegsschiff! Ich befehle, dass Sie Ihren Kurs 12 Grad nach Süden ändern oder wir müssen Maßnahmen ergreifen, um die Sicherheit dieses Schiffes zu gewährleisten!

Die Antwort: Und ich bin ein Leuchtturm. Sie sind dran!



○ Abb. 2.3 Leuchtturm am Ozean

Wer ist hier Sender der Botschaft? – Der Kapitän auf jeden Fall. Und wie ist das mit dem Leuchtturm? Er scheint doch eher der Empfänger zu sein. Erst im Nachhinein, im Wissen, dass es sich hier um einen Leuchtturm handelt, erklären sich seine Antworten. Und wie können wir das in Übereinstimmung bringen mit der Aufforderung, dass der Sender einer Information dafür verantwortlich ist, dass die Information richtig verstanden wird? In den Schuhen des Leuchtturmes steckend gar nicht, genau. Denn dann hätte der Leuchtturm von Anfang sagen müssen: „Ändern Sie ihren Kurs. Eine weitere Diskussion ist unsinnig. Ich bin ein Leuchtturm.“

Praxisbeispiel

Die Bedeutung der Kommunikation liegt in der Reaktion, die wir darauf erhalten!

Wir kennen ihn alle. Den Satz: „Ich brauche 20 Aspirin, bitte.“ Wahlweise folgt nun eine komplette leitliniengemäße Beratung Ihrerseits unter Berücksichtigung aller Neben- und Wechselwirkungen. Oder aber auch die einfache Frage nach dem Bekanntheitsgrad. Je nachdem, wie intensiv wir eingestiegen sind oder auch je nach bereits investierter Zeit hält sich unsere Begeisterung in Grenzen, wenn dann an irgendeiner Stelle die Info folgt, dass mit „ich“ lediglich die abholende Person gemeint war („Ich soll holen und ich brauche ...“). Und diese Person nicht identisch ist mit dem einnehmenden Patienten. Bingo. Also nochmal von vorne. Danke. Bitte. Da haben wir uns einmal im Kreis gedreht.

Im Praxisbeispiel ist unser Kunde der Sender der Info. Mit „Ich brauche“ kommt bei uns als Empfänger an, dass Käufer und Patient ein und dieselbe Person sind. Wir arbeiten hier also mit einer Vorannahme. Die vom Kunden allerdings auch nicht weiter entkräftet wird. Dieser ist sich möglicherweise auch gar nicht im Klaren darüber, dass er a) diese Info gesendet hat und/oder b) diese Info einen Unterschied für uns macht. Wichtig ist also für

uns an dieser Stelle Informationen vom Sender (unserem Kunden) zu bekommen und zwar auf eine vollkommen unvoreingenommene Art und Weise. Ohne Vorannahme. Ohne Erwartung. Ohne Wertung. Was für uns wichtig erscheint, ist für unseren Kunden eventuell vollkommen nebensächlich. So wenig wie der Kapitän erwarten durfte, dass ihm als dem vermeintlich Stärkeren der Weg freigemacht wird, so wenig dürfen wir erwarten, fein säuberlich aufbereitete, mundgerechte und für uns beratungsrelevante Informationen von unseren Kunden zu bekommen. In diesem Falle sind wir als Empfänger der Botschaft durch eine zielgerichtete, kompetente Fragestellung dazu aufgefordert, den Sender auf den korrekten Kurs zu bringen! Das gelingt natürlich durch Einsatz einer (non-)verbalen Kommunikation auf höchstem Niveau, die uns in der Folge ein „Mehr“ an Informationen beschert. More.

Tipp

Falls Sie in der Zukunft ein Gespräch haben, in dem Sie ein oder mehrmals tief ein- und ausatmen durften, da Sie relevante Informationen in nicht ausreichender Menge, zeitverzögert oder auch gar nicht von Ihrem Kunden bekommen haben, so stellen Sie sich im Nachhinein die Frage: Was hätte ich anders machen können? Welche Frage, Reihenfolge oder auch intuitive Idee meinerseits hätte zu einem schnelleren, besseren, erfolgreicher Ergebnis geführt? So richten Sie Ihre Aufmerksamkeit auf die Zukunft und auf den Lerneffekt, der sich in jeder Situation verbirgt und nutzen gleichzeitig die Gelegenheit in einen positiven Entwicklungsprozess zu kommen, der es Ihnen auch ermöglicht, Ihrem Kunden dankbar zu sein, für das, was Sie gerade erlernen konnten. Auch, wenn Sie das gerade nicht erwartet hätten.

Altes Sprichwort von Tony Robbins an dieser Stelle: „Turn expectations into appreciation!“ („Wandle Erwartung in Wertschätzung um!“)

Wir ändern die Frequenz der Sender-Empfänger-Kommunikation und wechseln auf die nonverbale Ebene!

Man kann nicht nicht kommunizieren.

Paul Watzlawick

Sie haben dieses Zitat schon so oft gelesen und gehört, dass es Ihnen zu den Ohren wieder herauskommt und es überflüssig scheint, es nochmals zu erwähnen? Das ging Mrs. Mira More genauso. Die Frage, die sich dahinter verbirgt, zielt wieder in Richtung Bewusstsein ab! Wie oft sind Sie sich Ihrer nonverbalen Aussage so bewusst, dass Sie sagen können, welche Auswirkungen Ihr Verhalten nun in genau diesem Moment gehabt hat? Oder auch anders herum: Wie bewusst achten Sie auf die körpersprachlichen Hinweise und die Aspekte im Verhalten, die Ihnen Ihr Gegenüber, wahlweise im Handverkauf oder am Telefon gibt?

Praxisbeispiel

Sie haben (eigentlich!) gut beraten. Das Gespräch war flüssig, die fachliche Ebene korrekt und alles in allem sind Sie zufrieden. Und doch: Irgendetwas muss gewesen sein. Da gibt es gerade etwas in Ihnen, das sagt: Da passte etwas nicht. Etwas war nicht stimmig. An welcher Stelle habe ich meinen Kunden ein Stück weit „verloren“? Sodass er nicht zugestimmt, sondern gesagt hat, er möchte sich das doch noch überlegen und ohne Ihrer Empfehlung Folge zu leisten, die Apotheke verlassen hat.

War vielleicht dies der Fall und hat möglicherweise einen gewissen (Teil-)Einfluss gehabt: Nicht selten, doch fast immer unbewusst, verändern wir während der Beratung unsere (Körper-)Haltung. Wir verlagern unser Gewicht. Zum Beispiel auf ein Bein (und das oft zu Recht, denn nach sechs Stunden HV und stehender Tätigkeit ist jede energiesparende, entlastende Haltung zuträglich!). Das allerdings hat zur Folge, dass unsere Schultern sich ebenfalls neigen. Wir optisch (wenn auch nicht direkt offensichtlich und schon gar nicht auf der fachlichen Ebene) aus dem Gleichgewicht – in der Dysbalance – sind. Das kommt beim Gegenüber an – und zwar nonverbal. Stehen wir dann auch noch in der Ausrichtung mit den Fußspitzen nicht geradeaus, sondern drehen sie in einem wie auch immer gearteten Winkel nach außen, so lässt dies die Interpretation zu, wir wären schon längst in Richtung „anderswo“ unterwegs und die Richtung der Aufmerksamkeit läge nicht mehr auf dem Gespräch.

2

Tipp

Beobachten Sie sich einmal selbst, wahlweise Ihre Kollegen und Kolleginnen, wie die Körperhaltung sich während des Beratungsgesprächs ändert. Machen Sie es sich zunächst einfach bewusst! Keine Interpretationen und/oder Bewertungen.

2.3 55-38-7

Es gibt keine zweite Chance für den ersten Eindruck (● Abb 2.4).

Head and shoulders, Schopenhauer

Was genau bedeuten nun die obigen Zahlen? An dieser Stelle sei bereits verraten, dass es sich nicht um eine Telefonnummer und auch nicht um weibliche Maße handelt! Nein, diese Zahlen sind auch alles andere als 0-8-15. Denn sie bestimmen, auf welche Weise und über welche Kanäle uns unser Gegenüber wahrnimmt.

Und zwar prozentual: 55 Prozent beziehen sich auf die Körperhaltung. Die nonverbale Aussage. Die Ausstrahlung, die Energie, die Präsenz mit der unser Körper signalisiert: Wir sind im Hier und Jetzt. Fühlen uns wohl. Sind aussagestark. Oder sind im zerknüllten 50-Euro Crash State (► Kap. 5.1). Nach der Charlie-Brown-Übung aus ► Kap. 5.2 übrigens unwahrscheinlicher und erst recht nicht zu erwarten im copha® Peak State (► Kap. 5.4).

38 Prozent werden ergänzt durch unsere stimmlichen Qualitäten. Die Sprechgeschwindigkeit, die Lautstärke, die Höhe sowie den Klang unserer Stimme, die Festigkeit und Sicherheit in der Phonetik.



○ Abb. 2.4 Erster Eindruck?

7 Prozent lediglich machen die inhaltlichen Aspekte aus. Die fachlichen Kompetenzen, auf die wir während unserer Ausbildung, unseres Studiums so extrem viel Wert legen und auf die wir so unermesslich viel Zeit verwenden. Sie fallen im Verhältnis ungleich weniger ins Gewicht. Nicht, dass wir uns falsch verstehen: Diese sieben Prozent dürfen und müssen im Idealfall 100 Prozent gewährleistet sein – Was aber, wenn nicht?

Nun, dann helfen uns die restlichen 93 Prozent extrem weiter.

Praxisbeispiel

Noch bevor wir auch nur einen einzigen Satz gesagt haben, hat sich unser Gegenüber schon eine Meinung über uns und die Kraft unserer Aussage gebildet!

Sie haben einen Kunden vor sich stehen mit einer Frage, auf die Sie partout keine Antwort wissen. Oft ist uns das nicht Recht. Eher peinlich. Wir haben möglicherweise die Vorannahme in uns, dass wir eine Antwort auf jede uns gestellte Frage wissen sollten. Unsere Körpersprache signalisiert das dann eventuell auch noch; Stirnrunzeln, verzweifelter Blick, leichte Röte im Gesicht und die Schultern nach vorne oben gezogen. Körpersprachlich ein 100-prozentiges „Ich weiß es nicht“. Die Alternative, zu der Sie hiermit herzlich eingeladen sind, ist die Folgende: Im Brustton der Überzeugung mit aufrechter Haltung dem Kunden zu sagen: „Das ist eine Frage, mit der ich mich gerne näher beschäftige. Um Ihnen eine sichere und korrekte Antwort anbieten zu können, recherchiere ich gerne für Sie.“ Ihre Aussage könnte so oder so ähnlich lauten, was die Worte anbelangt. Aber: 93 Prozent der Körpersprache signalisieren Ihre Kompetenz und verleihen Ihrem Kunden das Gefühl, sicher und gut bei Ihnen aufgehoben zu sein.
