

Praxis der gelungenen Kundenkommunikation

## Apotheker als Überbringer schlechter Nachrichten

**D**ie Rabattverträge führen immer wieder dazu, dass Kunden gewohnte Arzneien plötzlich nicht mehr erhalten. Nur der Experte weiß, dass nicht der Markenname, sondern der Wirkstoff entscheidend ist. Der Kunde dagegen ist verunsichert oder gar verärgert. Jetzt sind Einfühlungsvermögen und diplomatisches Geschick in der Beratung gefragt. Die Botschaft muss lauten: Der Apotheker ist auf Deiner Seite.



Anhand von drei Situationen soll gezeigt werden, wie eine gelungene Kundenkommunikation gestaltet werden kann.

### 1. Lieferung von Inkontinenzhilfen

Inkontinenz ist für den Kunden ein schwieriges Thema. Es fällt sehr schwer, darüber zu sprechen. Endlich hat er die Einlagen oder Windelhöchen gefunden, mit denen er gut zurecht kommt, und jetzt machen Sie ihm in der Apotheke Schwierigkeiten. Der Kunde steht unter Druck, denn egal ob er am öffentlichen Leben teilnimmt oder sich zu Hause aufhält, er ist auf die Windelhöchen angewiesen.

#### Formulierungen, die wir besser nicht verwenden:

»Das darf ich Ihnen nicht mehr geben. Das müssen Sie bei der Firma bestellen, mit der Ihre Krankenkasse einen

Vertrag geschlossen hat.«

#### So kommt es beim Kunden besser an:

»Hier gibt es eine Gesetzesänderung. Ich gebe Ihnen gern ein paar Muster (eine Notversorgung) mit, damit Sie für die nächsten Tage versorgt sind. Doch rate ich Ihnen, möglichst schnell bei Ihrer Krankenkasse zu fragen, wo Sie Ihr Rezept einlösen können. Ihre Krankenkasse arbeitet mit einer Firma zusammen, mit der sie einen guten Preis vereinbart hat. Das erspart Ihnen die Zuzahlung.

#### Formulierungen, die wir besser nicht verwenden:

»Da müssen Sie jetzt 37,80 Euro zuzahlen, weil die Krankenkasse nicht mehr so viel übernimmt.«

#### So kommt es beim Kunden besser an:

»Da kommt wieder eine Änderung auf Sie zu. Ihre Krankenkasse bezahlt pro

Einlage nur noch X Euro. Daher müssen Sie leider noch 37,80 Euro zuzahlen. Sie können auch gern erst mal die Hälfte mitnehmen, dann sind dafür nur 18,90 Euro zu zahlen. Sie holen den Rest, wenn Sie ihn brauchen. Wir wünschen uns auch jeden Tag, dass es wieder so wird, wie es einmal war.

### 2. Rabattartikel auf rotem Rezept

Der Kunde kommt froh gestimmt in die Apotheke. Er hatte beim Arzt darauf geachtet, dass er das gleiche Medikament wie beim letzten Praxisbesuch auf sein Rezept schreibt. Bisher lief alles nach seinen Vorstellungen. Der Kunde ist schon sehr gespannt, wie es jetzt wohl in der Apotheke läuft.

#### Formulierungen, die wir besser nicht verwenden:

»Ich muss Ihnen das Medikament von einer anderen

Firma geben als auf dem Rezept steht.«

#### So kommt es beim Kunden besser an:

»Wissen Sie Frau Müller, der Arzt entscheidet darüber, welchen Wirkstoff Sie bekommen und Ihre Krankenkasse entscheidet von welcher Firma Sie den Wirkstoff bekommen. Ihre Krankenkasse bezahlt Ihr Medikament nur noch von dieser Firma. Doch diese Firmen sind wirklich vergleichbar.«

(Wenn sich der Kunde damit nicht einverstanden zeigt, ist in seltenen Fällen auch ein Anruf in der Arztpraxis angebracht.)

### 3. Verordnung von Medizinprodukten

Der Kunde kommt mit einem Rezept für eine Halsbandage. Bei bestimmten Krankenkassen darf die Apotheke die Halsbandage nicht mehr abgeben. ▶

**Formulierungen, die wir besser nicht verwenden:**

»Das dürfen wir nicht mehr beliefern. Da müssen Sie bei Ihrer Krankenkasse nachfragen, wer das beliefern kann.«

**So kommt es beim Kunden besser an:**

»Herr Maier, wir haben mal wieder neue Bestimmungen von Ihrer Krankenkasse bekommen. Uns ist nicht mehr

**Eines der wichtigsten Ziele in der Kundenberatung ist der Aufbau von Vertrauen.**

gestattet, Halsbandagen abzugeben. Nur Sanitätshäuser können das noch mit Ihrer Krankenkasse abrechnen. Kennen Sie sich hier in der Gegend aus? Das nächste Sanitätshaus ist in der Kaiserstraße. Am besten fahren Sie von hier aus die nächste Straße rechts, dann

... Dort bekommen Sie mit Sicherheit Ihre Halsbandage.«

Eine Kundin hat auf ihrem Rezept Kompressionsstrümpfe. Da wir nie wissen, ob und in welchem Umfang die Krankenkasse zahlen wird, ist eine Genehmigung einzuholen.

**Formulierungen, die wir besser nicht verwenden:**

»Bevor wir Ihre Maße nehmen, brauchen wir die Genehmigung von Ihrer Krankenkasse. Das dauert in der Regel eine Woche.«

**So kommt es beim Kunden besser an:**

»Wir nehmen auf jeden Fall schon mal Ihre Maße. Dann können wir gleich bestellen, nachdem Ihre Kasse das Okay gegeben hat. Erfahrungsgemäß übernehmen manche Kassen nur einen Teil der Kosten für die Strümpfe. Darf ich mich noch mal bei Ihnen melden, bevor ich die Strümpfe bestelle, wenn wir genau wissen welche Kosten auf Sie zukommen könnten?«

Ein Kunde hat für seinen Sohn einen »Pari Boy« als Leihgerät für zwei Wochen

auf seinem Rezept stehen.

**Formulierungen, die wir besser nicht verwenden:**

»Es gibt neue Vorschriften der Krankenkassen, deshalb darf ich Ihnen kein Leihgerät mehr abgeben. Die Kassen bezahlen ein Gerät, das Sie behalten können. Leider muss ich Ihnen ein billigeres Gerät geben, den Pari Boy bezahlen die Kassen nicht mehr.«

**So kommt es beim Kunden besser an:**

»Unser Gesundheitssystem wird ständig reformiert. In diesem Fall zu Ihrem Vorteil. Ich kann Ihnen den Pari Boy zwar nicht mehr verleihen, doch Sie bekommen ein anderes Inhalationsgerät von mir, das Sie behalten dürfen. Es ist qualitativ nicht ganz mit dem Pari Boy zu vergleichen, doch trotzdem ein sehr gutes Produkt.«

Eines der wichtigsten Ziele in der Kundenberatung ist der Aufbau von Vertrauen. Der Apotheker sollte als Gesundheitsberater wahrgenommen werden. Kunden, die schon früher wertvolle Tipps erhalten und gute Beratung genossen haben, werden in vermeintlichen Interessenkonflikten kein Misstrauen entwickeln. Wenn Sie dem Kunden durch geschicktes Argumentieren Wertschätzung und Hilfsbereitschaft signalisieren, wird er sich trotz allem bei Ihnen in guten Händen fühlen. ■



**DIE AUTORIN:**

Stefie Rapp  
SR-COACHING  
Lindenstrasse 33  
88441 Mittelbiberach  
Tel.: 07351 577770  
Fax: 07351 505518  
rapp@sr-coaching.com  
www.sr-coaching.com