

Beratung in neuen Sphären

Von Martina Janning / Der neuartige Beratungszylinder ist eine kleine Attraktion in der Apotheke - nicht zuletzt weil er an die Beam-Station auf dem Raumschiff Enterprise erinnert. Doch während Beamen bislang nur im Film klappt, kann die Beratungskabine eine ungekannte Dimension des diskreten Kundengesprächs eröffnen.

Apothekeneinrichter Hans-Martin Niehaus hat lange getüftelt und einiges ausprobiert. Doch nun steht er: der Beratungszylinder. Seine jetzige Form ist die Weiterentwicklung des Modells, mit dem das Planungsbüro Höferlin & Höferlin Ende 2007 den ersten Platz beim Wettbewerb »Beratung braucht Diskretion« der ABDA – Bundesvereinigung Deutscher Apothekerverbände gewann.

Darin waren Apothekeneinrichter aufgerufen, Ideen zu entwickeln, die bei Beratungsgesprächen eine vertrauliche Atmosphäre gewährleisten und das Mithören Dritter vermeiden. Denn mit dem guten Willen zur Diskretion ist es oft nicht getan. Der Zylinder bietet eine Lösung. Er sei »flexibel und einfach«, lobte die damalige Präsidentin der Bundesapothekerkammer, Magdalene Linz, bei der Preisverleihung.

Dritte hören und sehen nichts

Das Besondere an dem Beratungszylinder: Er hat Milchglastüren, die der Apotheker für ein Gespräch unter vier Augen zuschieben kann.



Offen ist der Beratungszylinder ein normaler Verkaufsort, mit geschlossenen Türen bietet er höchste Diskretion.

Foto: Niehaus Apothekeneinrichtung

So sehen andere Kunden nicht, was drinnen geschieht. Eine Schalldämmung sorgt dafür, dass sie auch nicht hören, was gesprochen wird. Im offenen Zustand bietet der Zylinder jedoch einen ganz normalen Handverkaufsort, der keinen Platz wegnimmt, wenn er gerade nicht zur vertraulichen Beratung dient. Das eingerichtete Modell enthält einen höhenverstellbaren Beratungstisch, Unterschränke, Regale und eine Beleuchtung. »Der Apotheker muss nur noch für die EDV-Verkabelung sorgen«, sagt Niehaus. Kostenpunkt für den kompletten Beratungsraum samt Einbau: 17 800 Euro, ohne Innenausstattung ab 10 500 Euro.

Der Beratungszylinder hat einen Durchmesser von 2,6 Metern. Doch die Schiebetüren machen ihn auch für kleine Apotheken zu einer Option. Das bestätigt Peter Gerhold, der in Holzkirchen bei München die Markt-Apotheke betreibt. Sein Verkaufsraum ist bloß 38 Quadratmeter groß. »Ich suchte deshalb nach einer Lösung, mit der wir einem Beratungsgespräch spontan einen vertraulichen Rahmen geben können«, erklärt Gerhold. »Außerdem wollte ich etwas Flexibles.« Im September 2009 gingen seine Wünsche in Erfüllung: Seitdem steht der bundesweit erste Beratungszylinder in seiner Offizin.

Der Montage in Holzkirchen waren noch einige Monate Planung und Anpassung vorausgegangen. Jetzt dauere es nur noch vier bis sechs Wochen, bis der Beratungszylinder eingebaut ist, sagt Niehaus. Das Prozedere ist einfach: Der Apotheker schickt dem Einrichter Fotos des Verkaufsraums und einen Grundriss. Im Gegenzug erhält er eine Schablone mit den Umrissen des Zylinders, die er auf den Fußboden legen kann zum Ausprobieren. Bei einem Ortstermin in der Offizin wird der endgültige Platz festgelegt. Dann baut Niehaus den Beratungszylinder in seinem Betrieb in Bielefeld, liefert ihn fertig an und integriert ihn in den Verkaufsraum der Apotheke. Eine Baugenehmigung ist nicht nötig. Niehaus empfiehlt aber ein Gespräch mit dem zuständigen Amtsapotheker.

Die ersten Erfahrungen mit dem Beratungszylinder sind gut. »Viele fragen: Was ist denn das? Sieht ja richtig spacig aus, kann man damit auch beamen?«, berichtet Gerhold. Ihm gefällt besonders die variable Handhabung: »Oft reicht es schon, wenn ich eine Tür als Abtrennung zum benachbarten Verkaufstisch etwas zuziehe«, hat er festgestellt.

Für Apotheken, die viel beraten

In der Regel beginne er das Beratungsgespräch im Stehen, erzählt der Apotheker. »Bei Bedarf bitte ich einfach Platz zu nehmen, um zum Beispiel den Blutdruck zu messen oder einen Stützstrumpf anzupassen. Dazu lässt sich der Tisch mit dem Computerbildschirm und der Tastatur absenken. Gerold hat auch sein Hautanalysegerät in den Beratungszylinder verlegt. Mit dem Ergebnis, dass er binnen drei Wochen mehr Hautmessungen gemacht habe als in den zwei Jahren davor. Dennoch würde Gerold den Beratungszylinder nicht jedem empfehlen. Er rentiere sich in Apotheken, die intensiv beraten wollen, aber nicht für diejenigen, die ihr Geschäft vor allem mit schneller Laufkundschaft machen.

Einrichter Niehaus hofft jedoch, dass der Zylinder sich zu einem Marketinginstrument entwickelt. Durch die sichtbare Möglichkeit zum vertraulichen Gespräch soll er Kunden anlocken und binden. »Das ist etwas anderes als ein versteckter Beratungsraum im Büro des Apothekers, der nur der gesetzlichen Pflicht genügt, urteilt Niehaus und spielt auf die Apothekenbetriebsordnung an. Sie schreibt vor, dass die Offizin so eingerichtet sein muss, dass die Vertraulichkeit der Beratung gewahrt werden kann.