

(Beratungs-)Alarm im Apothekenland

Ergebnisse einer Verbraucherbefragung des Kölner Instituts für Handelsforschung (IfH)

Köln, 29. April 2010. „Bittere Pillen – Vom Apotheker um die Ecke und von Versandapotheken werden kompetente Leistungen erwartet. Aber nur 7 von 50 Apotheken im Test sind ‘gut’ – darunter keine einzige Versandapotheke“ so titelte die Stiftung Warentest in der jüngsten Ausgabe ihrer Zeitschrift „test“. Die Tester bemängeln vor allem die Qualität der Beratung und den Service in der Apotheke. So sei es in Vor-Ort-Apotheken oftmals kaum möglich, diskrete Gespräche zu führen. Noch vernichtender ist das Urteil für die getesteten Versandapotheken. Diesen wird ein im Vergleich zu Apotheken vor Ort abfallendes Leistungsniveau attestiert, in einigen Fällen sogar ein Selbstverständnis als Onlineshop ohne Beratungsfunktion und -verpflichtung.

Verbraucher attestieren Apotheken Beratungskompetenz

Das Kölner Institut für Handelsforschung (IfH) hat den Apothekentest zum Anlass genommen, in einer repräsentativen Online-Befragung 1.085 Verbraucher nach ihrer Meinung zur Beratung in Apotheken zu befragen. Die Ergebnisse sind eindeutig: Das Vertrauen der Verbraucher in eine kompetente Beratung durch den Apotheker ist ungebrochen und wird auch nicht enttäuscht. So zeigen sich 87 % der Befragten zufrieden mit der Beratung in ihrer Apotheke. Wie bei der Stiftung Warentest fördert auch die IfH-Untersuchung ein bitteres Ergebnis für den Versandhandel zu Tage. Im direkten Vergleich mit den Vor-Ort-Apotheken wird ihnen eine schlechtere Beratungsleistung zugeschrieben: 86 % der Verbraucher sagen, dass die Beratung in Apotheken vor Ort besser sei als in Versandapotheken.

Apotheker müssen Vertrauensvorschuss bestätigen

Neun von zehn Verbrauchern vertrauen auf die kompetente Beratung durch den Apotheker und sein Team. Das ist für die Apothekerinnen und Apotheker im Lande ein gutes Ergebnis. Es ist aber auch die Verpflichtung, dem Vertrauensvorschuss gerecht zu werden und durch gute Beratung zu glänzen. Nach Ansicht von IfH-Apothekenexperte Dr. Markus Preißner bildet das Beratungsgespräch den Dreh- und Angelpunkt des Apothekenbesuchs: „Die Apothekerinnen und Apotheker müssen innerhalb der Gespräche patientenindividuell fragen, analysieren, entscheiden und informieren. Dies geht mit hohen fachlichen Anforderungen einher und setzt ausgeprägte Kommunikationsfähigkeiten, Freundlichkeit, Einfühlungsvermögen und andere soziale Kompetenzen voraus.“ Der Apothekenexperte empfiehlt, „mögliche Zweifel der Verbraucher im Keim zu ersticken – und zwar durch eine professionelle und diskrete Beratung in jedem einzelnen Fall. Der Kunde muss die Qualität der Beratung spüren. Und zwar bei jedem Apothekenbesuch aufs Neue.“ Andernfalls riskieren Apotheken, den gewährten Vertrauensvorschuss und den Rückhalt in der Gesellschaft zu verlieren.

Qualitätsansprüche müssen gelebt werden

Die Vor-Ort-Apotheken befinden sich in Sachen Beratung insgesamt auf einem guten Weg. So schnitten sie bei Stiftung Warentest im Vergleich mit früheren Tests in den Jahren 2007 und 2008 in diesem Jahr deutlich besser ab. Zudem engagieren sich die Apothekerverbände und -kammern heute stärker für das Thema Beratungsqualität. Dies äußert sich beispielsweise in Qualitätszirkeln, Richtlinien, Empfehlungen und Fortbildungen sowie in der hohen Bedeutung der Beratung bei der Zertifizierung von Apotheken. Letztlich hängt die Qualität der Beratung aber vor allem vom persönlichen Engagement der verantwortlichen Apothekerinnen und Apotheker sowie deren Teams ab. Werden die formulierten Qualitätsansprüche nicht gelebt, sind sie wertlos. Preißner empfiehlt deshalb, „die alarmierenden Ergebnisse der Stiftung Warentest in positive Energie umzuwandeln und als Ansporn für das gesamte Apothekenteam zu verstehen, sich über die Beratung beim Kunden zu empfehlen und diesem zu zeigen, dass sein Vertrauen gerechtfertigt ist.“

Persönlicher Kundenkontakt ist Trumpf

Die getesteten Versandapotheken haben beim Apothekentest in Summe schlecht abgeschnitten, ihr Beratungsimago ist im Keller. IfH-Experte Preißner hierzu: „Durch den persönlichen Kontakt haben Apotheken vor Ort natürlich deutlich bessere Möglichkeiten bei der Beratung als eine Versandapotheke. Es liegt in der Natur der Sache, dass Versandapotheken durch den Einsatz von Kommunikationsmedien die persönliche Note bei der Beratung verlieren.“ Jedoch komme es insbesondere in schwierigen Beratungssituationen gerade auf den persönlichen Kontakt zu einer vertrauten Bezugsperson in der Apotheke an. „Hier haben Versandapotheken einen Nachteil – keine Frage“, so Preißner. Betrachtet man die Ergebnisse der Stiftung Warentest und der IfH-Untersuchung, dann ist der Nachteil der Versandapotheken gegenüber den Apotheken vor Ort diesbezüglich erheblich.

Der Abdruck der Pressemitteilung ist honorarfrei, ein Belegexemplar wird erbeten.

Bildmaterial erhalten Sie im Internet unter: http://www.ifhkoeln.de/beratungs-alarm_im_apothekenland.php

Kontakt:

Institut für Handelsforschung GmbH

Dr. Markus Preißner
Sabrina Heckmann

Tel.: +49 (0) 221 / 94 36 07 40

Fax: +49 (0) 221 / 94 36 07 79

E-Mail: m.preissner@ifhkoeln.de

s.heckmann@ifhkoeln.de

Internet: <http://www.ifhkoeln.de>