

Tipps in Zeiten der erschwerten Kommunikation

Die COVID-19-Pandemie dauert schon zu lange. Die Herausforderungen wollen kein Ende nehmen. Wir zeigen Ihnen, wie Sie die Krisenkommunikation trotz Maske bewältigen können und geben praktische Tipps, worauf man achten kann, um es einerseits für sich selbst und andererseits für die Kundinnen wieder angenehmer werden zu lassen.

Missverständnissen und Konflikten ist mit diesen Kommunikationsbarrieren Tür und Tor geöffnet. Das Apothekenpersonal leistet Großes, und es kann kaum verwundern, dass auch die eine oder andere schon psychisch und physisch an ihre Grenzen stößt.





© Beigestellt

von Mag. pharm.
Heidi Gregor

Wir haben es in den letzten Monaten schon mehrfach gesehen: Zuerst war es die Maskenpflicht, die nicht jede Kundin gerne in Kauf nahm, dann mussten Apothekenmitarbeiterinnen unverschuldete Lieferengpässe von Medikamenten und Grippeimpfstoffen vor verständlich aufgebrachten Kundinnen argumentieren. Schließlich häuften sich Fragen zu den COVID-19-Impfstoffen, deren Qualität, Verlässlichkeit, Erhältlichkeit – und so vieles mehr. Als wäre das nicht schon genug, muss das permanente Krisenmanagement auch noch mit FFP2-Maske und durch eine schallbehindernde, wenn auch schützende, Plexiglasscheibe hindurch geleistet werden.

Angenehmere Kommunikation

Wie kann Kommunikation – noch dazu in derart schwierigen Fällen – überhaupt gelingen, wenn zwischen Apothekerin und besorgten, verärgerten Kundinnen drei Kommunikationsbarrieren existieren? Missverständnissen und Konflikten sind so Tür und Tor geöffnet. Das Apothekenpersonal leistet Großes, und es kann kaum verwundern, dass auch die eine oder andere Mitarbeiterin schon psychisch und physisch an ihre Grenzen stößt. Ich möchte im Folgenden aufzeigen, was aus kommunikativ-psychologischer Sicht der genaue Grund für die Erschwernis in Beratungsgesprächen ist.

Wir kommunizieren auf mehreren Ebenen:

1. durch den Inhalt, was wir sagen
2. durch die Wahl der Worte, mit denen wir es sagen
3. durch unsere Mimik/Gestik/Körpersprache
4. durch verschiedene Facetten unserer Stimme

Punkt drei und vier sind durch die Kommunikationsbarrieren Maske und Plexiglas extrem beeinträchtigt. Gerade unsere Mimik – da wiederum



Sie werden von der Kundin nach wie vor wahrgenommen. Stellen Sie Blickkontakt her und halten Sie ihn, strahlen Sie Ihre Kundin an.

besonders stark die Mund-Nasenregion – gibt dem „Was wir sagen“ überhaupt erst Bedeutung. Das Problem existiert noch dazu beidseitig. Nicht nur kann die Kundin Ihre Worte, Intention, Bereitschaft und Bemühungen sehr leicht falsch einschätzen, auch Sie können die Kundenbotschaften oftmals nicht richtig deuten. Die mimische Deutung sowie auch die stimmliche Intonierung der Worte machen für den Erfolg des Gespräches wesentlich mehr aus als der Inhalt. Beides, das kommt erschwerend hinzu, spielt sich noch dazu unbewusst ab. All diese Faktoren gehören zur so genannten „Beziehungsebene“, auf der Vertrauen gebildet wird, und sie sind, so sagt die Kommunikationstheorie und zeigt die Praxis, erfolgsentscheidend. So geben Mimik und Stimme/Tonlage/Lautstärke der Kundin Aufschluss darüber, ob Sie die Wahrheit sagen, ob Sie sie wichtig und ernst nehmen,

Wir spüren die Energie der Gesprächspartnerin. Mit einer positiven Intention, zum Beispiel: „Ich will eine Lösung finden, jede Kundin ist mir wichtig“, strahlen Sie eine positive Energie aus, die Ihr Gegenüber empfängt.

ob Sie gute Absichten haben, ob Sie Expertin sind, ob Sie überzeugt und überzeugend sind.

Diese Signale stehen der Kundin nun nicht – oder nur sehr beeinträchtigt – zur Verfügung. Stattdessen bleibt sie in ihrer eigenen Emotionalität gefangen und muss sich auf die spärlichen, von Ihnen

empfangenen Hinweise verlassen. Das verunsichert sie noch mehr, als sie es durch die Pandemie und alle damit einhergehenden Herausforderungen ohnehin schon ist. Dann kommt noch möglicherweise ein unbedacht gewähltes Wort von Ihnen dazu – und schon besteht Explosionsgefahr.

Verunsicherung, Sorge, Angst, Unglück oder Hilflosigkeit zeigen Ihre Kundinnen unterschiedlich:

- durch Aggression
- mit Vorwürfen und Beschuldigungen
- mit psychischen Belastungssymptomen
- durch Vertrauensmangel, abweisendes Verhalten

Heißt das, dass nun Hopfen und Malz verloren ist? Gott sei Dank nicht. Sie wollen möglichst erfolgreiche, angenehme und leichte Kundengespräche, aus denen emotionaler und wirtschaftlicher Mehrwert für Sie und die Apotheke entsteht – und größtmöglicher Nutzen für Ihre Kundinnen. Schließlich kämpfen derzeit nicht wenige der Selbstständigen auch mit wirtschaftlichen Problemen, und permanent droht die Gefahr des stärker werdenden Onlinehandels. Gute, tragfähige Kundenbeziehungen sind so wertvoll wie nie.



Die FFP2-Maske ist für beide Seiten ein notwendiges Übel, das die Kommunikation erschwert. Gerade deshalb lohnt sich ein Blick auf die zur Verfügung stehenden Möglichkeiten für eine gute Beziehung.

Was können Sie tun?

Im Wissen um die Hindernisse gilt es nun umso mehr, auf die noch zur Verfügung stehenden Möglichkeiten für eine gute Beziehung zur Kundin, als Basis für erfolgreiche Gespräche, zu achten.

- **Augen:** Sie werden von Ihrer Kundin nach wie wahrgenommen. Stellen Sie Blickkontakt her und halten Sie ihn, strahlen Sie sie an. Die Augen sind der Spiegel zur Seele. Das nimmt Angst.
- **Ihre Intention und Grundeinstellung:** Wir spüren die Energie der Gesprächspartnerin. Mit einer positiven Intention – zum Beispiel: „Ich will eine Lösung finden, jede Kundin ist mir wichtig“ – strahlen Sie eine positive Energie aus, die Ihr Gegenüber empfängt.
- **Kompetentes Auftreten:** zum Beispiel entsprechend gepflegte Arbeitskleidung, klare, sachliche Argumente, empathisch vorgebracht
- **Namen:** Kundinnen persönlich ansprechen, wann immer möglich

- **Gestik und Körperhaltung:** Nützen Sie die verbleibenden körpersprachlichen Möglichkeiten, um so mehr Gesprochenes zu unterstreichen. Spiegeln Sie die Körpersprache der Kundinnen.
- **Reinspüren:** Nützen auch Sie vermehrt Ihr Bauchgefühl, um zu erfassen, wie es der Kundin geht und was sie eigentlich hinter der vorgelegten Emotion (z. B. Ärger) bewegt. Sprechen Sie es an, fassen Sie es in Worte. Äußern Sie Verständnis.
- **Sprache, Wortwahl:** Legen Sie noch mehr Augenmerk auf die Wahl Ihrer Worte und Formulierungen; stellen Sie sicher, dass Sie negative Reizworte sowie Rechtfertigungen und Schuldzuweisungen vermeiden. Positive, heilungsfördernde Sprache wird gebraucht.

Ich wünsche Ihnen viel Erfolg bei Ihrer wertvollen Tätigkeit in schwierigen Zeiten.