

Wir sind für dich da:

Bundesverband PTA e. V.
Großherzog-Friedrich-Str. 54
66121 Saarbrücken
Tel. 0681 / 960 23-0
info@bvpta.de
www.bvpta.de



Anja Zierath
Bundesvorsitzende
anja.zierath@bvpta.de



Bettina Schwarz
Geschäftsführung
bettina.schwarz@bvpta.de



Ute Jobs
Stv. Bundesvorsitzende
ute.jobs@bvpta.de



Katja Alles
Mitgliedermanagement,
Berufsberatung, Social Media
Telefon: 0681 / 960 23-13
mitglied@bvpta.de



Jessica Diesler
Vorständin Finanzen
jessica.diesler@bvpta.de

Mehr als nur „mal eben“

Jessica Diesler greift im Editorial ein bekanntes Phänomen aus der Apotheke auf. Wenn im Team jemand fehlt, springen oft andere selbstverständlich ein. Doch hinter dem schnellen „Kannst du mal eben?“ steckt weit mehr als nur spontane Hilfe. Warum jede einzelne Rolle im Team unverzichtbar ist und Dauer-Improvisation keine Lösung sein kann, wird hier deutlich.

Kolumne: Einfach anfangen

Guter Social-Media-Content muss weder perfekt noch aufwendig sein. Warum kleine Formate meist besser wirken als große Inszenierungen und weshalb der beste Zeitpunkt zum Starten meistens genau jetzt ist. Ein weiterer Teil der beliebten Social-Media-Kolumne ist **auf Seite XX zu finden**.

Rechtstipp: Haftungsfrage bei Beratungsfehlern

Falsche Beratung in der Apotheke kann schnell teuer werden – doch nicht jeder Fehler führt automatisch zur vollen Haftung des Arbeitnehmers. Entscheidend ist, wie schwer das Verschulden wiegt und wie offen mit dem Fehler umgegangen wird. Warum es wichtig ist, Probleme nicht zu verbergen, sondern frühzeitig das Gespräch zu suchen.

Lernen und gleichzeitig helfen

Fortbildung, Punkte sammeln und dabei noch etwas Gutes tun: Mit den kostenfreien E-Learnings zu Schüßler-Salzen unterstützt Apotheker ohne Grenzen e. V. Frauen ohne regulären Zugang zum Gesundheitssystem. Genauere Informationen zu diesem E-Learning und wie man teilnehmen kann, gibt es auf **Seite X**.

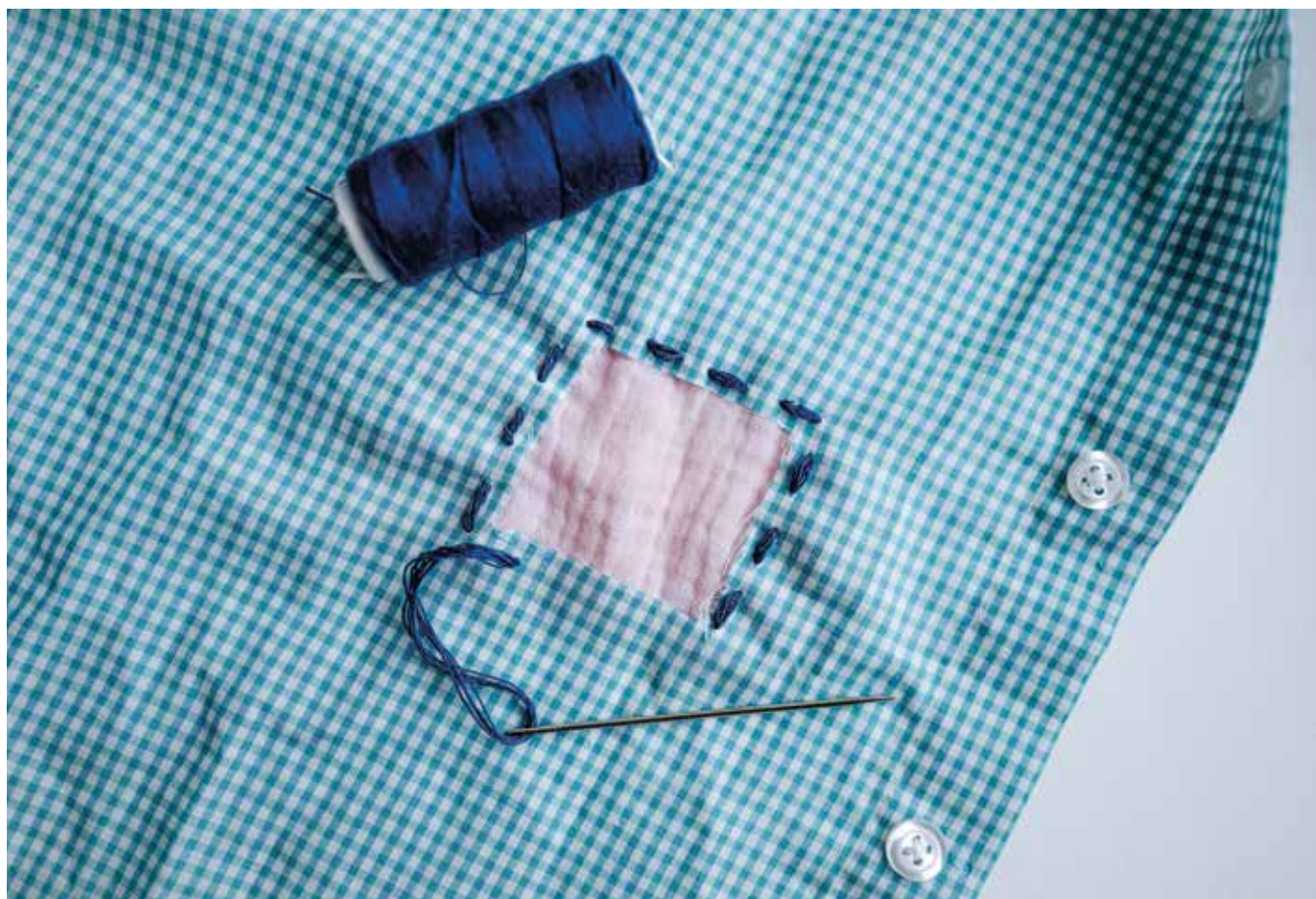


Foto: Kateryna Hliznitsova – unsplash.com

Löcher stopfen ist keine Dauer-Lösung

„Kannst du mal eben ...?“ – ein Satz, der im Apothekenalltag nur allzu vertraut klingt. Mal eben einspringen, kurz aushelfen, spontan eine Lücke füllen. Wenn Personal fehlt, wird improvisiert – oft auf Kosten derjenigen, die ohnehin schon täglich viel leisten. Doch dieses scheinbar harmlose „mal eben“ hat Gewicht. Es zeigt, wie stark viele Betriebe auf das Engagement Einzelner angewiesen sind.

Dabei gerät schnell in Vergessenheit, wie essenziell jede einzelne Rolle in der Apotheke ist. Apothekerinnen und Apotheker tragen Verantwortung, PTA sichern die pharmazeutische Qualität, PKA halten die Abläufe am Laufen, Botsen gewährleisten die Versorgung und auch die Reinigungskräfte sorgen dafür, dass Hygiene und Arbeitsumfeld stimmen. Fällt nur ein Teil dieses Gefüges weg, geraten alle anderen automatisch stärker unter Druck.

Ein funktionierender Apothekenbetrieb ist kein Selbstläufer, sondern echte Teamarbeit. Wer dauerhaft „Löcher stopft“, arbeitet irgendwann am Limit – und das kann keine langfristige Lösung sein. Wertschätzung bedeutet deshalb auch, Strukturen zu schaffen, die nicht ständig auf Improvisation beruhen. Denn am Ende zählt jede Aufgabe und jeder Mensch, der sie erfüllt, ist unverzichtbar.

Eure Jessica



Foto: Jessica Werle

Kolumne

Einfache Formate sind der Schlüssel

In den letzten Ausgaben haben wir uns um die Struktur, um die fünf Content-Perlen und um die völlig normale Unsicherheit vor der Kamera beschäftigt. Viele Rückmeldungen haben gezeigt, dass genau da der Knackpunkt liegt. Nicht die Themen, die uns mit unserem Berufsalltag wohl nie ausgehen werden, sondern der Moment indem wir die Struktur im Kopf und die Ideen in etwas Lebendiges verwandeln.

Zwischen Rezeptur, Telefon, Beratung und Großhandelslieferung wirkt ein Video plötzlich wie eine zusätzliche Aufgabe, für die eigentlich keine Zeit ist. Dabei liegt die Lösung meistens nicht in mehr Aufwand, der den Tag noch stressiger macht, sondern in einfacheren Formaten.

Aufgabe der Woche:

Schaut euch doch mal Accounts an, die langfristig gut funktionieren. Die Beiträge sind selten kompliziert. Es sind keine perfekte Werbefilme, keine ausgearbeiteten Drehbücher oder große Inszenierungen. Scrollt gerne auch mal über meinen Feed (pta.perle) und seht euch die Entwicklung an; mein Content hat sich verändert und an die aktuellen Gegebenheiten der Social-Media-Welt angepasst.

Es sind kleine klaren Inhalte, die regelmäßig kommen, durch die Vertrauen entsteht. Dieses Vertrauen entsteht nicht durch Perfektion, sondern durch Wiedererkennung.

Was bedeutet das für Apotheken?

Ein gutes Format lässt sich ohne große Vorbereitung in den Alltag einbauen, in dem eigentlich schon genug los ist. Ein Beispiel dafür ist das kurze Erklär-Reel. Eine Frage, die heute im HV gestellt wurde, eine Antwort in zwei oder drei Sätzen, die ihr direkt am HVTisch aufnehmt. Kein großes Setup, kein langer Text – einfach sprechen. Genau solche Videos gehören fast automatisch zur Beratungs-Perle, über die wir vor einigen Ausgaben gesprochen haben. Sie wirken nicht künstlich, sondern wie ein ganz normaler Teil des Apothekenalltags und gerade deshalb funktionieren sie so gut.

Ein anderes, sehr einfaches Format ist der Einblick hinter die Kulissen. Ein Moment aus der Rezeptur, Dinge, die wir erledigen bevor die ersten Kunden kommen oder ein kurzer Blick ins Lager. Für das Team ist das nichts besonderes, für Außenstehende ist es interessant. Diese Inhalte passen zur Alltags-Perle und haben einen großen Vorteil: Man muss nichts erklären, nichts vorbereiten und nichts auswendig lernen, man zeigt einfach, was sowieso passiert.

Auf Einfachheit kommt es an

Auch die Team-Perle lässt sich oft viel unkomplizierter umsetzen, als viele denken. Es braucht kein Interview, kein langes Video und kein großes Konzept. Ein Name, die Lieblingsaufgabe, vielleicht ein kleiner persönlicher Bezug zur Apotheke reichen. Genau solche Beiträge sorgen dafür, dass aus einer Apotheke ein vertrauter Ort wird und Menschen kommen lieber dorthin, wo sie das Gefühl haben, jemanden zu kennen.

Was alle diese Formate gemeinsam haben, ist ihre Einfachheit. Sie lassen sich wiederholen, ohne langweilig zu werden. Sie brauchen wenig Zeit. Und sie passen in den echten Alltag.

Viele Apotheken warten auf den richtigen Moment, um mit Social Media anzufangen oder wieder einzusteigen. Auf eine ruhigere Woche, auf mehr Personal, auf eine bessere Idee. In der Praxis kommt dieser Moment selten. Was viel besser funktioniert, ist ein kleiner Anfang. Ein Beitrag. Dann noch einer. Und irgendwann merkt man, dass es gar kein großes Projekt mehr ist, sondern einfach ein Teil des Tages.

In der nächsten Folge geht es darum, eure Apotheke auf Social Media wiedererkennbar zu machen und warum Wiedererkennung besser ist als Perfektion.



Rechtstipp

Beratungsfehler in der Apotheke: Wer haftet wann?

Wenn ein Kunde oder eine Kundin falsch beraten wurde, stellt sich schnell die Frage nach der Haftung.

Grundsätzlich ist jeder und jede für sein und ihr Verhalten verantwortlich – das betrifft auch die Beratung in der Apotheke. Allerdings ist die Haftung von Arbeitnehmern nicht unbegrenzt. Sie hängt davon ab, wie schwer das Verschulden wiegt und ob die Tätigkeit im Rahmen des Arbeitsvertrags oder im Interesse des Arbeitgebers ausgeführt wurde. Das Bundesarbeitsgericht unterscheidet dabei verschiedene Stufen der Fahrlässigkeit: leichte, mittlere und grobe Fahrlässigkeit. Bei leichter Fahr-

lässigkeit haftet der Arbeitnehmer in der Regel nicht. Liegt eine mittlere Fahrlässigkeit vor, wird die Haftung oft zwischen Arbeitnehmer und Arbeitgeber aufgeteilt. Bei grober Fahrlässigkeit muss der Arbeitnehmer meist vollständig für den Schaden aufkommen. Handelt jemand vorsätzlich, haftet er immer in vollem Umfang.

Wenn ein Fehler passiert, sollte man nicht versuchen, ihn zu verbergen. Stattdessen ist es sinnvoll, sofort das Gespräch mit dem Arbeitgeber zu suchen. So besteht die Chance, den entstandenen Schaden zu begrenzen oder im besten Fall ganz zu vermeiden.

Bettina Schwarz



Fortbildung

Spendenaktion: Lernen und helfen

Du lernst, Pflüger spendet und Frauen profitieren. Das ist ganz knapp umschrieben, wie die aktuelle Spendenaktion von Pflüger auf Basis der kostenfreien E-Learnings zum Thema Schüßler-Salze beim BVpta funktioniert. Mach mit!

Pflüger unterstützt Apotheker ohne Grenzen e.V. – und das mit deiner Hilfe! Nimm jetzt an den drei E-Learnings beim BVpta zum Themengebiet „Schüßler-Salze“ teil und Pflüger spendet für jedes abgeschlossene Modul fünf Euro an die Hilfsorganisation.

Deine Teilnahme wirkt somit doppelt: Du kannst deine eigene Beratungskompetenz und gleichzeitig die gynäkologische Versorgung von Frauen ohne regulären Zugang zum Gesundheitssystem stärken. Denn mit dem gespendeten Betrag wird die „Humanitäre gynäkologische Sprechstunde Bielefeld“ unterstützt. Die Sprechstunde bietet Frauen in prekären Lebenslagen eine kostenfreie, anonyme und niedrigschwellige gynäkologische Betreuung – unabhängig von Versicherungsstatus, Herkunft oder Aufenthaltsrecht. Die Patientinnen

erhalten u.a. gynäkologische Beratung, Untersuchungen und Behandlungen sowie Schwangerschaftsvorsorge, Zugang zu benötigten Medikamenten, Tests auf sexuell übertragbare Krankheiten und schützende Impfungen.

Punkte sammeln und dabei Gutes tun

Die Aktion läuft das gesamte Jahr bis Ende Dezember 2026. Starte am besten gleich mit dem ersten Kurs, dann hast du noch genügend Zeit, auch die weiteren beiden Kurse zu bearbeiten. Alle drei Kurse – ein Basiskurs zur inneren Anwendung, ein Aufbaukurs zur äußeren Anwendung und ein Ergänzungskurs zu Kombinationen von Schüßler-Salzen – sind von der Bundesapothekerkammer akkreditiert und mit einem Fortbildungspunkt (PTA und Apothekerinnen/Apotheker) belegt. Zusätzlich erhältst du jeweils zehn BVpta-Bildungspunkte auf deinem Konto gutgeschrieben.

Bettina Schwarz

Sei mit dabei:
www.bvpta.de/schuessler