

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 Jobses
Stv. Bundesvorsitzende
ute.jobses@bvpta.de



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



Jessica Diesler
Vorständin Finanzen
jessica.diesler@bvpta.de

Die Schublade: süßes Geheimnis

Süßkram rein, gute Laune raus: Die legendäre „Schublade“ ist Nervennahrung, Treffpunkt und Teamgeist in einem. Nur wenn sie leer wird, herrscht Panik. Ute Jobses schreibt in ihrem Editorial auf Seite 119, wie wichtig der Nachschub ist.

Kolumne: mehr als nur ein Begleittext

Gute Captions sind keine Werbung, sondern Beratung auf Social Media: persönlich, verständlich und nah an den Fragen eurer Kundinnen und Kunden. Statt austauschbarer Floskeln darf der Text genau das zeigen, was euch ausmacht: eure Erfahrung, eure Empathie und euer Wissen. Denn manchmal beginnt ein gutes Beratungsgespräch schon mit dem ersten Satz – und genau das kann auch ein guter Social-Media-Beitrag.

Rechtstipp: besser trennen

Die dienstliche E-Mail-Adresse ist kein persönliches Postfach – zumindest nicht ohne ausdrückliche Erlaubnis des Arbeitgebers. Wer sie trotzdem regelmäßig privat nutzt, riskiert im schlimmsten Fall arbeitsrechtliche Konsequenzen. Was gilt, wenn es keine klare Regelung gibt? Und warum lohnt sich ein Blick in den Arbeitsvertrag?

Sicher zurück in die Apotheke

Nach einer beruflichen Pause zurück in den Apothekenalltag? Mit aktuellem Fachwissen gelingt der Wiedereinstieg leichter und sicherer. Das BVpta-WebSeminar „Berufschance Apotheke: Wiedereinstieg leicht gemacht“ unterstützt PTA dabei, Wissen aufzufrischen und gut vorbereitet neu zu starten.



Foto: Ava Tyler – unsplash.com

Die Schublade: süßes Geheimnis

Wer kennt das nicht: Zu Hause liegt ein Berg Süßigkeiten, den man besser nicht selbst essen sollte. Also ab damit in die Apotheke, wo Kolleginnen und Kollegen fleißig helfen, den kalorienreichen Übervorrat zu vernichten – natürlich ohne Protokoll!

Alles, was nicht direkt in den Mägen landet, verschwindet in der „Schublade“. In meiner Apothekenkarriere gab es die in jeder Apotheke: eine Art Notfallapotheke gegen schlechte Laune und sonstige Befindlichkeiten. Da wird auch mal probiert, was sonst nicht im Einkaufswagen landet. Mein Highlight an der niederländischen Grenze: „Spekjes met witte chocolade“ – Marshmallows mit weißer Schokolade. Ein Zuckertraum!

Die Frage ist nur: Wie lange kann man der süßen Versuchung standhalten? Nach dem Motto: Kein Bier vor vier, aber Schokolade geht immer! Ich versuche immerhin, vorher noch meinen Kaffee zu leeren, um eine gute Grundlage zu schaffen.

Spaß beiseite: Diese Schublade und der Süßkram fördern das Miteinander. Man trifft sich am hochkalorischen Ort, führt kurze Gespräche und gönnt den Kolleginnen und Kollegen den Vortritt bei der Auswahl. Kommunikation mal nicht über Rezepturhindernisse, Sprechstundenbedarf oder sonstige Gängeleien.

Das fördert zwar die Love Handles, aber vor allem den Teamgeist.

Die dunkle Seite: Gehen die Vorräte zur Neige, entsteht Panik. Notfallplan: Wer besorgt Nachschub?

In diesem Sinne und immer mit einem Zwinkern,
Eure Ute



Foto: Jessica Werle

Kolumne

Caption: Mehr als nur ein Begleittext

In der letzten Ausgabe haben wir darüber gesprochen, wie man einen Wiedererkennungswert entwickelt – durch Persönlichkeit statt Perfektion. Durch Bilder, die nach euch aussehen, und eine Sprache, die sich nach euch anhört. Genau an diesem Punkt möchte ich heute anknüpfen.

Was nach einem Bild entscheidet, ob jemand wirklich stehen bleibt, ist oft etwas ganz anderes: der Text. Viele glauben, unter einem Beitrag müsse ein besonders kreativer oder witziger Text stehen – etwas, das möglichst viele Likes bekommt. Dabei seid ihr keine Werbeagentur, sondern Beratungsprofis. Und genau das darf man lesen.

Ein Beitrag wird zum Gespräch

Wenn ich durch die Social-Media-Auftritte von Apotheken scrolle, begegnen mir immer wieder dieselben Formulierungen: „Jetzt bei uns erhältlich. Kommen Sie vorbei.“ Das ist alles richtig, aber es erzählt keine Geschichte, weckt keine Neugier und beantwortet vor allem nicht die Frage, die sich jeder Mensch unbewusst stellt: Warum sollte mich das interessieren? Dabei liegen die spannendsten Geschichten je-

den Tag direkt vor euch: Vielleicht hat heute eine Mutter gefragt, woran sie erkennt, ob ihr Kind genug trinkt. Oder ein Kunde wollte wissen, wann er sein Magnesium am besten einnimmt. Oder jemand war überrascht, dass bestimmte Medikamente nicht mit Grapefruitsaft eingenommen werden sollten. Genau dort beginnt guter Content, denn Fragen erzeugen Aufmerksamkeit und holen Menschen dort ab, wo sie gerade stehen. Und plötzlich liest sich ein Beitrag nicht mehr wie Werbung, sondern wie ein Gespräch. Stellt euch vor, ihr beginnt einen Beitrag mit einem Satz wie: „Kennen Sie das? Kaum beginnt die Pollensaison, fühlen sich die Augen an, als wäre Sand darin.“ Oder: „Diese Frage hören wir im HV fast täglich.“ Schon seid ihr mitten im Thema. Und genau so beginnt auch ein Beratungsgespräch. Niemand startet im Handverkauf mit den Inhaltsstoffen eines Präparats. Ihr hört zu, stellt Fragen und erklärt. Warum sollte das auf Social Media anders sein? Ein guter Text nimmt die Leserinnen und Leser an die Hand. Habt keine Angst davor, einfach zu schreiben. Verständlich und so, wie ihr einer Kundin oder einem Kunden etwas erklären würdet, ganz ohne sich mit Fachwörtern zu überschlagen. Denn genau diese Sprache schafft Nähe und macht Wissen zugänglich, ohne belehrend zu wirken. Und sie zeigt etwas, das auf keiner Packungsbeilage steht: eure Empathie, die ihr im HV entwickelt habt.

Ein Tipp für die Praxis

Vielleicht probiert ihr in den nächsten Tagen einmal Folgendes aus: Bevor ihr einen Beitrag schreibt, stellt euch eine einzige Frage: Welche Kundin oder welcher Kunde fällt mir gerade zu diesem Thema ein? Schreibt den Text so, als würdet ihr genau dieser Person antworten. Der Unterschied ist sofort spürbar. Die Beiträge werden persönlicher, verständlicher und vor allem hilfreicher.

Denn eure Beiträge werden von einzelnen Menschen gelesen: von einer Mutter, einem Rentner, einer jungen Frau mit Heuschnupfen oder einem Mann, der gerade zum ersten Mal Blutdrucktabletten einnimmt. Und genau für diese Menschen schreibt ihr. Nicht für den Algorithmus, nicht für möglichst viele Likes, sondern für Vertrauen. Und genau das ist die größte Stärke, die Apotheken auf Social Media haben.

Im nächsten Monat sprechen wir über einen Satz, der fast jede Apotheke irgendwann begleitet: „Dafür haben wir keine Zeit.“ Gemeinsam schauen wir uns an, warum Social Media nicht zusätzlich zum Alltag stattfinden muss, sondern mitten im Alltag entstehen kann. Denn die besten Inhalte entstehen genau dann, wenn man gar nicht auf der Suche nach Content ist.



Rechtstipp

Dienstliche E-Mail bleibt dienstlich

Mal schnell die private Mail über das Postfach der Apotheke beantworten? Besser nicht, denn eine dienstliche E-Mail-Adresse ist grundsätzlich nur für berufliche Zwecke gedacht.

Eine private Nutzung ist nur dann erlaubt, wenn die Apothekenleitung sie ausdrücklich gestattet. Wer das dienstliche Postfach trotz Verbots regelmäßig für private Nachrichten nutzt, riskiert arbeitsrechtliche Konsequenzen. Bei einem Verstoß kann zunächst eine Abmahnung ausgesprochen werden. Wird die private Nutzung trotz Abmahnung fortgesetzt, kann unter Umständen sogar eine Kündigung folgen.

Die Regeln müssen allerdings klar erkennbar sein. Gibt es keine eindeutige Vorgabe, dass das dienstliche E-Mail-Konto ausschließlich beruflich genutzt werden darf, kann ein Arbeitgeber einen Verstoß nicht ohne Weiteres sanktionieren.

Also schau in deinen Arbeitsvertrag oder die betrieblichen Regelungen. Gibt es dort keine eindeutige Aussage, frag lieber einmal nach, bevor du das dienstliche Postfach privat nutzt.

Und noch ein praktischer Tipp: Private Nachrichten gehören am besten ins private E-Mail-Konto – so bleiben berufliche und persönliche Kommunikation sauber getrennt.

Bettina Schwarz



Fortbildung

Zurück in die Apotheke – oder einfach wieder sicherer im Beruf

Der Wiedereinstieg in den Beruf ist oft mit gemischten Gefühlen verbunden. Nach einer längeren Auszeit durch Elternzeit, Familienpflege oder aus anderen persönlichen Gründen ist die Vorfreude auf neue Aufgaben groß. Gleichzeitig stellt sich häufig die Frage: Was hat sich in der Zwischenzeit verändert?

Gerade im PTA-Beruf entwickelt sich das pharmazeutische Wissen kontinuierlich weiter. Neue Arzneimittel, geänderte Therapieempfehlungen und gesetzliche Anpassungen machen es sinnvoll, das eigene Fachwissen vor dem Einstieg gezielt zu aktualisieren. So gelingt der Neustart mit mehr Sicherheit und einem guten Gefühl.

Genau dabei unterstützt das zweitägige WebSeminar „Berufschance Apotheke: Wiedereinstieg leicht gemacht“ des BVpta. Es richtet sich an PTA, die nach einer beruflichen Pause in die Apotheke zurückkehren möchten, ebenso an alle, die bereits

wieder im Beruf angekommen sind und ihr Wissen auffrischen oder mehr Sicherheit für den Apothekenalltag gewinnen möchten. Im Mittelpunkt stehen die Auffrischung aktueller pharmazeutischer Kenntnisse sowie praxisnahe Impulse für die tägliche Arbeit und die kompetente Beratung.

Gut ausgebildete PTA werden dringend gesucht. Vielleicht kennst du eine ehemalige Kollegin, Freundin oder Mitschülerin, die nach einer Familienphase oder einer anderen beruflichen Auszeit über eine Rückkehr in die Apotheke nachdenkt. Dann gib ihr als Tipp weiter, dass sie mit dem WebSeminar ihre fachliche Sicherheit zurückgewinnt, um gut vorbereitet in den Berufsalltag zu starten. Denn jede PTA, die den Weg zurück in die Apotheke findet, ist ein Gewinn für die Apotheken.

Der nächste Termin: 30./31. Oktober 2026