

## Inhaltsverzeichnis

Geleitwort .....	5
Vorwort .....	7
<b>Teil I:</b>	
Überlegungen zur Ethik in der Pharmazie (Erika Fink) .....	11
<b>Brauchen wir eine pharmazeutische Ethik?</b> .....	13
<b>Ethische Prinzipien</b> .....	15
Das Prinzip der Autonomie .....	15
Das Prinzip der Fürsorge .....	17
Das Prinzip des Nicht-Schadens .....	19
Das Prinzip der Gerechtigkeit .....	20
<b>Ethik im Kontakt mit Patienten und Kunden</b> .....	23
Information und Aufklärung .....	23
Verstehen lernen im Dialog .....	25
Dialogfähigkeit ist ein Merkmal des guten Beraters .....	26
Wie autonom entscheidet der Patient in der Apotheke? .....	27
Schweigepflicht .....	29
<b>Ethik und Ökonomie</b> .....	31
Verteilungsgerechtigkeit .....	31
Priorisierung .....	32
Rationierung .....	34
Ethik und Monetik in der Apotheke .....	34
<b>Teil II:</b>	
<b>Aspekte der Beratung (Cornelia Tromm)</b> .....	37
<b>Information versus Beratung</b> .....	39
Information .....	39
Beratung .....	39
<b>Was macht Beratung »erfolgreich«?</b> .....	41
Die klientenzentrierte Beratung .....	41
Das Verhalten des Beraters .....	42
Die Motivierende Gesprächsführung .....	43
Darf ich auch mal nicht beraten? .....	47

<b>Der ratsuchende Patient</b> .....	49
Wer steht vor Ihnen – der Verwender oder der Versorger? .....	49
Was wir Patienten von Ihnen erwarten .....	50
<b>Der »schwierige« Patient</b> .....	51
Der Vielredner .....	52
Der aggressive Patient .....	54
Der Patient mit mangelhafter Compliance .....	56
»Viele Kunden sind doch beratungsresistent!« .....	60
Der Pseudo Customer oder Testkunde .....	62
<b>Aufwand und Ertrag</b> .....	67
Beratung sichert Differenzierung und Profilierung .....	67
Beratung schafft Kundenbindung .....	67
Zwei unterschiedliche Beratungs-Settings .....	68
Beratung gegen Honorar .....	69
<b>Teil III</b>	
<b>Ethische Kommunikation konkret – Beratungssituationen in der Apotheke (Erika Fink)</b> .....	73
<b>Begegnungen mit ausgewählten Kunden und Patienten</b> .....	75
Lifestyle-Kunden – die gesundheitlichen Selbstoptimierer .....	75
Erkältete Kunden – typische Selbstbehandler .....	78
Menschen mit Übergewicht und Adipositas – wenn Wunsch auf Wirklichkeit trifft .....	80
Die schwangere Kundin – Beratung bei der Selbstmedikation .....	83
Hormone für Frauen? – Ein Thema mit vielen Fragezeichen .....	85
Hypertoniker – Probleme mit der Adhärenz .....	88
Schmerzpatienten – Selbstbehandler und chronisch Schmerzranke .....	92
Depressive Menschen – schwierige Kommunikation .....	96
Polymorbide Patienten – was ist ihnen wichtig? .....	98
Multimorbide alte Patienten – eine wachsende Zielgruppe .....	101
Menschen mit beginnender Demenz – eine kommunikative Herausforderung .....	103
Patienten mit (vermuteter) Abhängigkeit und Sucht – »geübte« Kunden (Cornelia Tromm) .....	105
Der Palliativpatient und seine Angehörigen – Besonderheiten der Kommunikation (Cornelia Tromm) .....	109
<b>Betrachtungen zum Schluss</b> .....	115
<b>Literaturverzeichnis</b> .....	117
<b>Stichwortverzeichnis</b> .....	119