

CAMPUS

Examensfeier Uni Mainz

Etappensieg gefeiert

Von Katrin Viertel, Mainz / Das Erste Staatsexamen liegt schon einige Zeit zurück. Nun haben 32 Absolventen an der Uni Mainz die zweite Hürde Richtung Approbation genommen. Im Rahmen einer Examensfeier nahmen sie Mitte April ihre Zeugnisse entgegen. Die Apotheker in spe steuern nun dem Praktischen Jahr und dem Dritten Staatsexamen entgegen.

Im Namen des Instituts gratulierte Professor Dr. Thomas Efferth den 32 glücklichen Absolventen. Mit dieser Abschlussfeier sei der Stress des universitären Studiums zunächst vorbei, so Efferth. Mit Bezug auf die Forderung der neuen Bundesbildungsministerin nach neuen Standards für Doktorarbeiten, betonte er die Dimension der Verantwortung der Ausbildung an einer deutschen Hochschule. Ob es nun Spickzettel in der Schule, Schwarzarbeit oder schwerwiegende Steuerhinterziehungen seien, kleinere und größere Betrügereien seien in der Gesellschaft weitverbreitet und ließen auf einen Nährboden für den lässigen Umgang mit Verantwortung schließen.

Dr. Michael Stein, Geschäftsführer der DPhG aus Frankfurt am Main, gratulierte den Pharmazeuten zum »erfolgreichen Abschluss eines als schwierig geltenden Studiums«. Die öffentliche Meinung über die Pharmazie sei in eine Schiefelage geraten, Pharmazeuten nur als Vertriebskanäle für die Verbreitung von Arzneimitteln angesehen und eine Diskussion über den Kostenfaktor Apotheke im Gange. Umso wichtiger sei es, in der Öffentlichkeit durch engagierte, gut ausgebildete Pharmazeuten ein anderes Bild zu präsentieren. Die Tätigkeit des Apothekers solle wieder als sinnvoll erachtet werden, rief Stein die Alumni auf, ihre zukünftige Arbeit mit Freude und Einsatzbereitschaft auszuführen.

Offizin im Wandel der Zeit

Dr. Christiane Staiger, Merck Selbstmedikation GmbH aus Darmstadt und Lehrbeauftragte am Institut für Pharmazie und Biochemie der Universität Mainz, setzte sich in ihrem Festvortrag »Die Offizin im Wandel der Zeit« mit dem Ort Apotheke in einem virtuellen Rundgang auseinander. Etymologisch betrachtet bezeichne die »apotheca« ein »Lager von Gütern« und der Apotheker sei somit ein »Lagerverwalter«. Ab 1250 wurde die Apotheke als Verkaufsraum genutzt, war jedoch nur vom Apotheker selber betretbar. Um das Jahr 1515 herum konnten Kunden in Brüssel erstmals eine Apotheke selber betreten. Bis ins 18. Jahrhundert hinein war es jedoch üblich, dass Kunden über ein Fenster bedient wurden und der Verkaufsraum lediglich Arbeitsraum für Apotheker und Verkaufspersonal war. Staiger führte fort, dass sich in Deutschland der Aufbau einer Apotheke erst ab 1783 allmählich änderte und »der Kunde die Apotheke für sich eroberte«. Durch Abtrennung des Verkaufs- beziehungsweise Warteraums vom Arbeitsraum entstand ein soziales Miteinander.

Während bis ins 18. Jahrhundert hinein die Hauptaufgabe in der Arzneibereitung gelegen habe, wurde durch die einsetzende industrielle Vorfertigung der Arzneimittel das Aufgabengebiet des Apothekers verändert. Der ursprüngliche Arbeitstisch wurde zu Präsentationszwecken zur Auslage umgewandelt. Der eigentliche Apothekenraum wurde zu einem schmalen Gang hinter dem Handverkaufstisch oder sogar einem Regal zurückgedrängt.

Sodawasser als Geldquelle

Mit der Installierung von »Soda-Fountains« etablierten die Apotheker in den USA den Sodawasserausschank als hauptsächlichste Einnahmequelle ihrerseits. Die Apotheke erschien im Bild einer Bar oder eines Cafés. Coca-Cola, Pepsi, Dr. Pepper und Root Beer seien allesamt Relikte der Soda Fountain Entwicklung. Während die Apotheke in den USA ähnlich wie in Europa begonnen hatte, wurde sie dort nach und nach in Drugstores eingegliedert, die Arzneimittelbereitung aus der Sicht zurückgedrängt und der Platz für die Kunden immer prominenter.

In den 1960er-Jahren verbannte Eugene White, Apotheker aus Virginia, die Arzneimittel in seiner Apotheke schließlich vollständig aus dem Sichtbereich. Stattdessen verschrieb er sich ganz und gar der Kundenberatung und installierte einen separaten Beratungsraum. Das Konzept wurde sogar von 400 weiteren Apotheken übernommen.

In Deutschland entwickelten sich in der DDR schon früh ähnliche Systeme, die jedoch an der Umsetzung scheiterten. Die individuelle Beratung ermöglichte erst ab 1980 die Hirsch-Apotheke in Wismar durch die Installierung eines eigenen Beratungsraumes.

Heutzutage existieren weltweit vielfältige Ausführungen, die zu einer vertraulichen Beratung des Patienten führen: Klebestreifen auf dem Boden, Drive-Through-Schalter, voneinander getrennte Beratungstheken sowie Beratungskabinen.

Da die Offizin die Visitenkarte einer jeden Apotheke darstelle, sei ein ansprechendes Erscheinungsbild wichtig, betonte Staiger. Ebenfalls würde die Berufsauffassung des Inhabers durch die Offizin widerspiegelt. Wie ihre Vorredner pointierte sie abschließend die Wichtigkeit einer guten und umfassenden Beratung des Patienten, die das Vertrauen und den Glauben an die Apotheke aufrechterhalten solle. /