

AH Apotheke heute

Apothekenführung · Recht · Steuern · Finanzen



Ihr Plus im Netz: ah.iww.de
Online | Mobile | Social Media

11 | 2022

Kurz informiert

IKK classic: beitragspflichtiger Hilfsmittelversorgungsvertrag für NRW zur aufsaugenden Inkontinenz ab 01.10.2022.....	1
Pflegehilfsmittel: freie Preiskalkulation „bis auf Weiteres“.....	1
Sprechstundenbedarf: Ende der Übergangsphase für Hash-Code und Z-Daten.....	1

Apothekenführung

So können Apotheken „Erste Hilfe“ für Gewaltopfer bieten	2
Interview: „Der Trend ist eindeutig: Der Onlinehandel wird weiter wachsen“	5
Besonderheiten bei der Abgabe von Tierarzneimitteln	8

Retaxation

Keine Honorarkürzung bei unbedeutendem Formverstoß	12
--	----

Recht

Expresskurierdienste für Apotheken – ist das rechtens?.....	13
---	----

Steuern

Mankogeld als Gehaltsextra für Mitarbeiter.....	19
Zuwendungen zwischen Ehegatten verjähren nicht	20



APOTHEKENENTWICKLUNG

„Der Trend ist eindeutig: Der Onlinehandel wird weiter wachsen“

I Zum Jahresende 2021 gab es in Deutschland der ABDA zufolge 18.461 Apotheken. Das waren 292 weniger als ein Jahr zuvor. Die Zahl der selbstständigen Apothekerinnen und Apotheker sank sogar auf 13.718. Dr. Christian Knobloch ist Leiter der Forschungsstelle für Apothekenwirtschaft (ApoWi) an der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften der Universität Duisburg-Essen. Ursula Katthöfer (textwiese.com) fragte ihn zur Marktentwicklung. |

FRAGE: *Der stationäre Einzelhandel spürt angesichts des Onlinehandels schon lange, dass das Einkaufsverhalten sich verändert hat. Was weiß die Forschung über ein geändertes Verhalten der Apothekenkunden?*

ANTWORT: Allgemein weist das Statistische Bundesamt für den deutschen Einzelhandel im Jahr 2020 einen Umsatzanteil des elektronischen Handels in Höhe von 16 Prozent aus. Konkret auf den Apothekenmarkt bezogen haben in einer anderen Untersuchung des Statistischen Bundesamts ca. 19 Prozent der knapp 13.000 schriftlich Befragten angegeben, dass sie in den letzten drei Monaten Arzneimittel für private Zwecke über das Internet gekauft haben. In der Altersklasse 65 bis 75 Jahre waren es noch knapp 14 Prozent. Der Branchenverband Bitkom hat knapp 1.200 Personen telefonisch befragt und herausgefunden, dass 62 Prozent der Befragten regelmäßig online Medikamente kaufen – verschreibungspflichtig und/oder nicht verschreibungspflichtig. Und eine Studie unter 1.000 Internetnutzern des Instituts für Handelsforschung kommt zu dem Ergebnis, dass mit 46 Prozent knapp die Hälfte der Befragten sowohl online als auch in der Apotheke vor Ort einkaufen, während 5 Prozent der Befragten nur online ihre Medikamentenkäufe tätigen.

FRAGE: *Was lässt sich aus diesen sehr voneinander abweichenden Zahlen schließen?*

ANTWORT: Je nachdem, wen man befragt und wie die Fragen gestellt werden, kommt man zu unterschiedlichen Ergebnissen. Der Trend ist aber eindeutig: Auch wenn sich aufgrund der Altersstruktur ihrer Kunden die Änderungen im Kaufverhalten in der Apotheke mit Verzögerung vollziehen, wird der Onlineanteil weiter zunehmen.

FRAGE: *Worauf sprechen Apothekenkunden noch gut an?*

ANTWORT: Aus eigenen Untersuchungen, bei denen vor Ort knapp 14.000 Apothekenkunden nach den für sie wichtigsten Eigenschaften der Apotheke befragt wurden, wissen wir, dass die Freundlichkeit und der Inhalt der Beratung sowie die Verfügbarkeit der Produkte eine überragende Rolle spielen. Ebenfalls wichtig und in den Apotheken manchmal stiefmütterlich behandelt sind die Diskretion der Beratung sowie die Öffnungszeiten und der Botendienst. Sonderangebote werden nur von einem sehr geringen Teil der Befrag-



Dr. Christian Knobloch, Leiter der Forschungsstelle für Apothekenwirtschaft (ApoWi) an der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften der Universität Duisburg-Essen

Auf Änderungen der Rahmenbedingungen lässt sich kurzfristig nur schwer reagieren

Langfristige strategische Ausrichtung ist entscheidend

Das Potenzial, den Verdrängungswettbewerb zu bestehen, ist vorhanden

ten als wichtige Eigenschaft genannt. Dabei muss man allerdings differenzieren: Bei einer großen Center-Apotheke mit viel Laufkundschaft und einer eher unpersönlichen Atmosphäre der Offizin spielen günstige Preise wieder eine ganz andere Rolle. Aus unserer Sicht aber grundsätzlich wichtiger als Ad-hoc-Preisaktionen ist ein fundiertes Preismanagement, bei dem der Kunde nicht den Eindruck hat, die berühmt-berüchtigten Apothekenpreise zu bezahlen und die Apotheke dennoch einen guten Ertrag erwirtschaftet.

FRAGE: *Ein guter Standort kann sich über die Jahre in einen schlechten Standort verwandeln, wenn Einzelhandel wegbricht und Laufkundschaft ausbleibt. Wie können einzelne Apotheken auf diesen Strukturwandel reagieren?*

ANTWORT: In meinem familiären Umfeld habe ich tatsächlich erlebt, dass eine Straßenbahnhaltestelle nur ein Stück verlegt wurde. Schon strömten die Kunden, die sonst direkt aus der Straßenbahn in die Apotheke kamen, zur Konkurrenz in der Nähe. Wenn sich elementare Rahmenbedingungen verändern, z. B. wenn Arztpraxen schließen, sind die kurzfristigen Möglichkeiten der Apotheke begrenzt. Natürlich kann sie mit Rabatten oder Marketingaktionen versuchen, Kunden zurückzugewinnen. Allerdings muss sehr genau darauf geachtet werden, dass am Ende der Aktion ein Gewinnzuwachs steht.

FRAGE: *Müssten Apotheken also früher ansetzen?*

ANTWORT: Wenn es (noch) gut läuft, sollten sie bereits überlegen, welche strategischen Möglichkeiten sich zur Umsatzausweitung bieten. Dazu gehören die Belieferung von Altersheimen, die Kooperation mit Sanitätshäusern oder anderen Gesundheitsdienstleistern sowie eine effiziente Versorgung von Kunden, die nicht persönlich in die Apotheke kommen. Das beginnt dabei, dass Kunden ihre Arzneimittelwünsche möglichst problemlos kommunizieren können – Stichwort Webshop oder App – und endet bei einem gut organisierten Botendienst. Und auch wenn es schwerfällt: In vielen Fällen ist die Entscheidung, die eigene Apotheke aufzugeben, das kleinere Übel im Vergleich dazu, sich jahrelang gerade noch so über Wasser zu halten. Die Verdienstmöglichkeiten für Vertretungsapotheker sind im Moment glänzend.

FRAGE: *Was heißt das für den deutschen Apothekenmarkt insgesamt?*

ANTWORT: Vor Kurzem sorgte ein Ökonom mit der Aussage für Aufregung, dass es zu viele Apotheken gebe. Das würde ich so nicht unterschreiben wollen. Dennoch wird die Anzahl der stationären Apotheken in den nächsten Jahren weiter zurückgehen. Wenn die Rahmenbedingungen am Standort grundsätzlich in Ordnung sind, besteht dann eine Chance, den „Verdrängungswettbewerb“ gegen die Konkurrenzapotheke vor Ort sowie die Versandapotheken zu bestehen, wenn sich die Menschen sowohl als Kunden als auch als Patienten gut in der Apotheke aufgehoben fühlen. Wichtig sind eine moderne Inneneinrichtung, eine gute Warenverfügbarkeit, kompetentes und freundliches Personal und eine gute Organisation der Abläufe rund um die Arzneimittelabgabe – Stichwort Kommissionierautomat, Rezeptscanner, schnelles EC-Gerät etc. Ein extrem wichtiger Punkt ist die Präsenz des Chefs oder der Chefin. Das schätzen viele Kunden sehr.

FRAGE: *Lässt sich beziffern, wie hoch der Umsatzanteil der Onlineapotheken inzwischen am Gesamtumsatz ist?*

ANTWORT: Laut ABDA beträgt das Umsatzverhältnis zwischen stationärem Handel und Versandhandel bei den OTC-Arzneimitteln ziemlich genau 4 zu 1. Im Jahr 2021 wurden 20 Prozent des OTC-Gesamtumsatzes in Höhe von 6,7 Mrd. Euro durch Versandapotheken im In- und Ausland getätigt. Ebenfalls ca. 20 Prozent Umsatzanteil der Versandapotheken am OTC-Geschäft weisen die Zahlen von IQVIA aus. Der Umsatzanteil des Versandhandels im Hinblick auf die verschreibungspflichtigen Medikamente ist (noch) marginal.

FRAGE: *Wie wird das E-Rezept diese Entwicklung beeinflussen?*

ANTWORT: Es wird den Rx-Umsatzanteil des Versandhandels erhöhen, da dann der postalische Rezeptversand wegfällt. Es wird sicherlich dauern, bis sich dieser neue Bezugsweg etabliert hat. Aber die Zeit spielt unerbittlich gegen die stationäre Apotheke, da vor allem der Anteil der internetaffinen Apothekenkunden zunimmt. Gefährlich kann das E-Rezept auch für den OTC- oder Ergänzungsbereich werden, wenn die Selbstmedikation zusammen mit den Rx-Präparaten bestellt wird. Und wir sehen, dass an einigen Stellen die Gefahr besteht, dass Versandapotheken Einfluss auf die Customer Journey nehmen. Etwas traditioneller gesprochen heißt das: Sie versuchen, am Makelverbot zu kratzen, sei es nun durch den Erwerb von Telemedizinanbietern oder durch Einfluss auf die technische Ausgestaltung und Umsetzung des E-Rezepts.

FRAGE: *Versorgungssicherheit ist gesetzlich festgeschrieben. Kann sie durch Versandapotheken gewährleistet bleiben?*

ANTWORT: Die Antwort lautet ganz klar: Nein. Zu einer ordnungsgemäßen Versorgung der Bevölkerung mit Arzneimitteln gehören Nacht- und Notdienste sowie eine niedrigschwellige persönliche Beratung. Außerdem ist der ordnungsgemäße Umgang mit Arzneimitteln wichtig, also die Temperaturkontrolle beim Arzneimittelversand.

FRAGE: *In einigen Innenstädten ist die Apothekendichte hoch, auf dem Land ist sie niedrig. Wo würden Sie heutzutage noch eine Apotheke eröffnen?*

ANTWORT: Angesichts der aktuellen Situation auf dem Arbeitsmarkt für pharmazeutisches Personal würde ich eher fragen, WER heutzutage noch eine Apotheke eröffnen sollte. Natürlich gilt das alte Dogma „Lage, Lage, Lage“ weiterhin, also ist am besten die Nähe von Ärzten oder Frequenzbringern wie Einkaufsstädten oder Haltestellen zu suchen. Mindestens genauso wichtig ist aber die Persönlichkeit der Apothekeninhaber. Die Approbierten, PTAs oder PKAs sind heute in der für sie vorteilhaften Lage, sich eine Apotheke als Arbeitsplatz auswählen zu können. Die Höhe des Gezahlten über Tarif ist ein Faktor. Ein sehr wichtiger Punkt ist aber auch der „Ruf“ der jeweiligen Apotheke als Arbeitsplatz. Hier kann ich allen Apothekeninhabern nur empfehlen, in ihre Führungsqualitäten zu investieren, wenn sie denken, dass Verbesserungspotenzial besteht. Eine gute Möglichkeit, Nachwuchs zu rekrutieren, besteht auch über eine Prüfertätigkeit im Rahmen der PTA- und PKA-Ausbildung.

Umsatzanteil der Versandapotheken am OTC-Geschäft in 2021: ca. 20 Prozent

E-Rezept wird den Rx-Umsatzanteil des Versandhandels erhöhen

Versandapotheken können Versorgungssicherheit nicht gewährleisten

Das alte Dogma „Lage, Lage, Lage“ gilt nicht mehr ausschließlich