

## PRESSEINFORMATION

---

### ***SEMPORA Apothekenmarktstudie 2020 – Highlights E-Rezept und Plattformen***

### ***Veränderungstreiber im Apothekenmarkt: E-Rezept und Plattformen***

*Bad Homburg, 29. Juni 2020*

***Fakt ist: Das E-Rezept wird kommen und die Relevanz von digitalen Plattformen massiv stärken. Insbesondere für stationäre Apotheken gelten diese Veränderungen als besondere Herausforderung. Doch wie schätzen die Apotheken das E-Rezept und digitale Plattformen wirklich ein? Welche Haltung hat die Industrie und welches Meinungsbild haben die Verbraucher?***

***SEMPORA Consulting hat im Frühjahr 2020 erneut die entscheidenden Akteure auf dem Apothekenmarkt u.a. zum E-Rezept und Plattformen befragt. Dabei wurden die Meinungen und Einschätzungen von 40 Entscheidern herstellender Pharmaunternehmen, 135 Apothekern sowie von 1.164 Konsumenten eingeholt.***

#### **E-Rezept: Wachstumsschub für den Versandhandel**

82% der befragten Apotheken sind der Meinung, dass das E-Rezept die stationäre Apotheke im Wettbewerb mit dem Versandhandel nicht stärken wird. Diese Einschätzung kann durch die Befragung der Verbraucher als bestätigt angesehen werden: 35% der Konsumenten haben bereits Rezepte für verschreibungspflichtige Medikamente bei Versandapotheken eingelöst (+ 3%-Punkte im Vergleich zum Vorjahr). 23% der Befragten lösen diese dort sogar regelmäßig ein (+ 4%-Punkte im Vergleich zum Vorjahr). Ein Viertel der Befragten würde zur Einlösung eines E-Rezepts sogar die Versandapotheke ggü. der stationären Apotheke präferieren und für 35% der Befragten macht die Einführung des E-Rezeptes den Versandhandel attraktiver.

#### **E-Rezept: Herausforderungen für die Offizin**

Auch wenn fast zwei Drittel der befragten Apotheken der Meinung sind, dass ihre Apotheke gut auf die Einführung des E-Rezepts vorbereitet ist, glauben nur 31% der Apotheker und 6% der Hersteller, dass stationäre Apotheken im Allgemeinen zum E-Rezept gut aufgestellt sind.

Zwar sind 51% der Befragten der Auffassung, dass ihre Apotheke sich allen relevanten Apothekenplattformen anschließen muss, um das E-Rezept bedienen zu können, jedoch sind im Vergleich dazu lediglich 17% bereit sich der geplanten E-Rezept-Plattform von DocMorris anzuschließen. Aus Hersteller-Sicht stellt die Plattform des Versandhändlers jedoch durchaus eine erfolgversprechende Option für stationäre Apotheken dar. Die Hälfte der befragten Hersteller glauben, dass sich die E-Rezept-Plattform von DocMorris im Markt etablieren wird. „Durch das E-Rezept wird die Plattform-Ökonomie in der Pharmawelt einen Boost erleben. Wem es hier schneller und besser als dem Wettbewerb gelingt eine starke Marke zu etablieren wird massiv profitieren“ prophezeit SEMPORA Partner Ulrich Zander.

Die Mehrheit der befragten Apotheken ist allerdings auch der Ansicht, dass das E-Rezept helfen wird im lokalen Umfeld Kunden zu gewinnen. 83% der Apotheken glauben, dass die Apotheke, die das E-Rezept am besten abwickeln kann, hierbei im Vorteil ist (Abbildung 1).

### **E-Rezept: Chancen für die Hersteller**

Die Hersteller erwarten eine steigende Bedeutung des Versandhandels durch das E-Rezept – sowohl für Rx- als auch für OTC-Umsätze. 95% der Hersteller erwarten einen deutlichen Anstieg des Rx-Anteils der Versandapotheken. Die Auffassung, dass die Einführung des E-Rezeptes auch Auswirkungen auf freiverkäufliche Arzneimittel haben wird, teilt die Hälfte der Befragten. Von 75% werden verstärkte Kundenströme in die Versandapotheke und damit einhergehende Verbundkäufe zugunsten des OTC-Geschäfts erwartet. Ebenso viele sind der Meinung, dass OTC-Hersteller vor dem Hintergrund der E-Rezept-Einführung in ihre Zusammenarbeit mit Versandapotheken investieren müssen (Abbildung 2). „Viele OTC Hersteller haben noch gar nicht verinnerlicht, was das E-Rezept mit ihren Vertriebskanälen machen wird – da denken viele nur an Rx. Aber das gesamte Distanzhandelsgeschäft wird durch das E-Rezept durchgewirbelt“ sagt Ulrich Zander, Managing Partner von SEMPORA.

### **Digitale Bestellplattformen: Verbraucherinteresse vorhanden**

Das Verbraucherinteresse an einer digitalen Bestell-Plattform, über die das Angebot teilnehmender stationärer Apotheken erreichbar ist – vergleichbar mit einem „Apotheken-booking.com“ – ist weitgehend vorhanden. 55% der befragten Konsumenten würden ein entsprechendes Angebot nutzen. Die Endverbraucher Webpage „Ihre Apotheken (ia.de)“ ist allerdings nur 18% der Befragten bekannt.

### **Digitale Bestellplattformen: Relevanz als Vertriebskanal aktuell noch gering**

Im Durchschnitt schätzen die Hersteller die Relevanz von Online-Verkaufsplattformen als Vertriebskanal abseits von Amazon und Versandapotheken zwar aktuell noch als gering, in drei Jahren jedoch als moderat ein. Fast 90% der Apotheken lehnen es allerdings heute und auch in Zukunft ab freiverkäufliche Produkte über andere Plattformen als Amazon zu verkaufen.

### **Digitale Bestellplattformen: Amazon, Kooperationen und Versandapotheken sind Kompetenzführer**

Im Vergleich zu den geplanten, digitalen Plattform-Konzepten von Apothekenkooperationen und Versandapotheken können Pro-AvO und der Zukunftspakt aus Sicht der Hersteller nicht bestehen. Für nur 13% der Befragten können die Zusammenschlüsse Pro-AvO und Zukunftspakt die Apothekenkooperationen ersetzen und für 55% kommen die Zusammenschlüsse nicht gegen die geplanten Plattformen der Versandhändler an. Auch Amazon wird in diesem Zusammenhang als zu dominant angesehen. Fast zwei Drittel der Befragten sind der Auffassung, dass es den geplanten Plattformen von Pro-AvO und Zukunftspakt nicht gelingen wird sich gegen Amazon durchzusetzen (Abbildung 3). „Amazon ist hier das Dark Horse. Es wird viel spekuliert, wo es gerade steht – aber die meisten sind sich sicher, dass es das schnellste Pferd sein wird“ sagt SEMPORA Managing Partner Ulrich Zander.

---

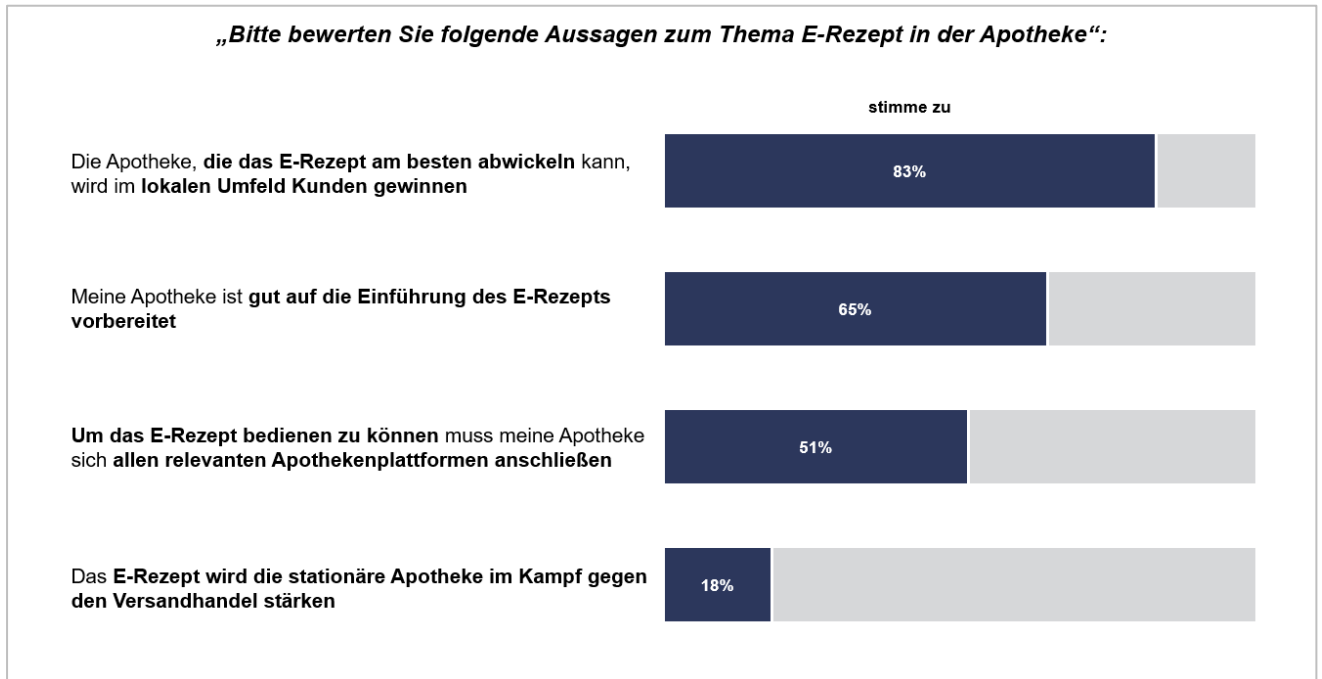
Der Autor dieses Artikels, **Ulrich Zander**, ist geschäftsführender Gesellschafter der SEMPORA Consulting GmbH. Sein Beratungsfokus liegt im Bereich Pharma und Handel.

Die vollständige Studie kann für eine Schutzgebühr von € 1.250,- von SEMPORA Consulting, Bad Homburg, bezogen werden ([www.sempora.com](http://www.sempora.com)). Für die Presse sind weitere ausgesuchte Ergebnisse der Studie kostenlos erhältlich.

*Kontakt:*

|                                |                        |  |
|--------------------------------|------------------------|--|
| <b>SEMPORA Consulting GmbH</b> | Siemensstr.27          | <a href="mailto:u.zander@sempora.com">u.zander@sempora.com</a> |
| <b>Ulrich Zander</b>           | 61352 Bad Homburg      | <a href="http://www.sempora.com">www.sempora.com</a>           |
| Managing Partner               | Tel.: 06172 / 45349-60 | Fax: 06172 / 45349-  |

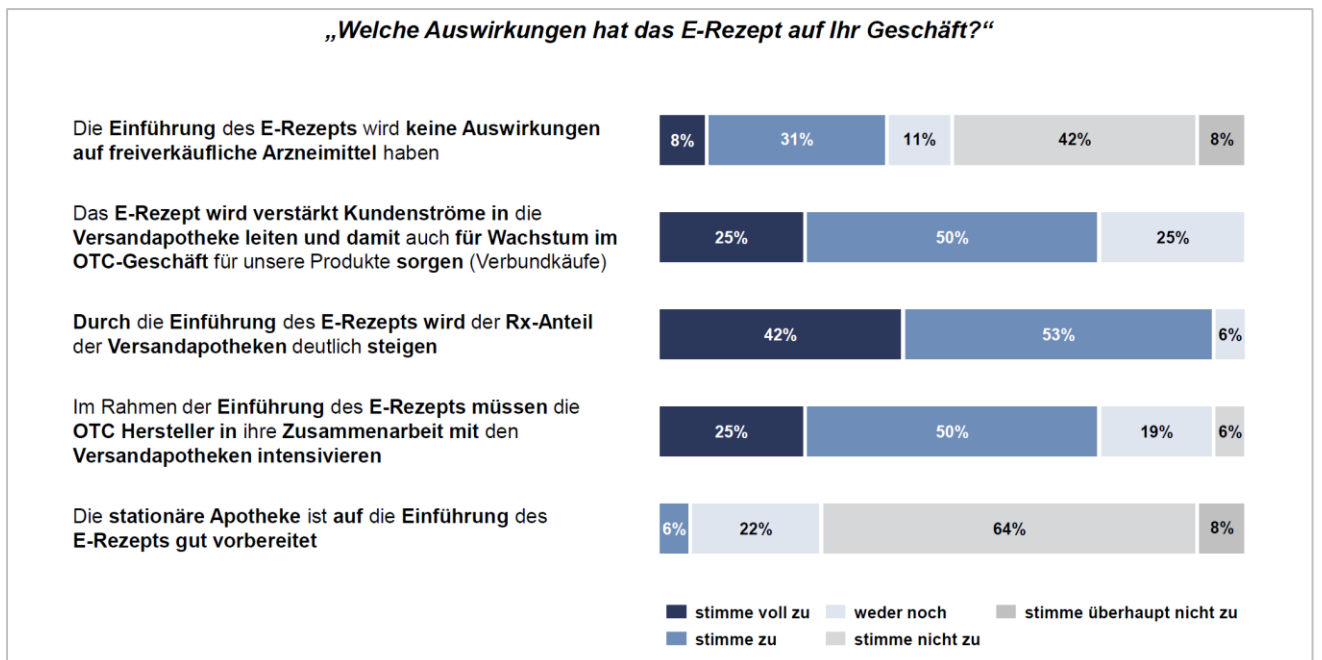
**Abbildung 1: E-Rezept aus Apothekensicht**



Basis: 71 Apotheken

Quelle: SEMPORA Apothekenmarktstudie 2020

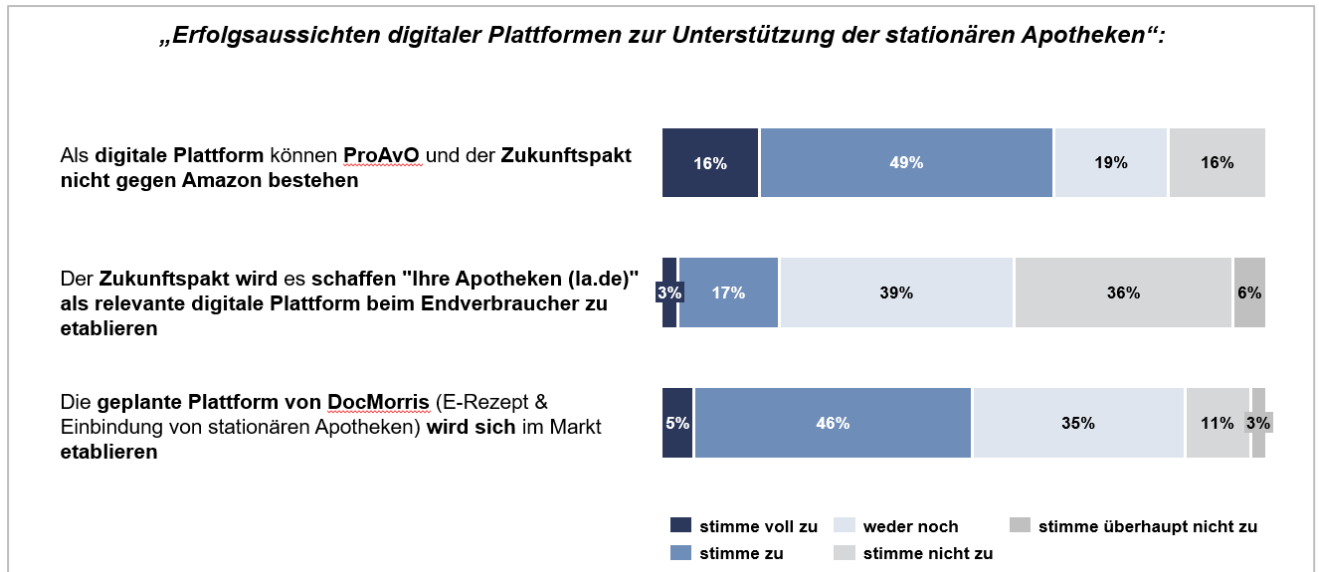
**Abbildung 2: E-Rezept aus Herstellersicht**



Basis: 36 Hersteller

Quelle: SEMPORA Apothekenmarktstudie 2020

**Abbildung 3: Erfolgsaussichten digitaler Plattformen**



Basis: 37 Hersteller

Quelle: SEMPORA Apothekenmarktstudie 2020