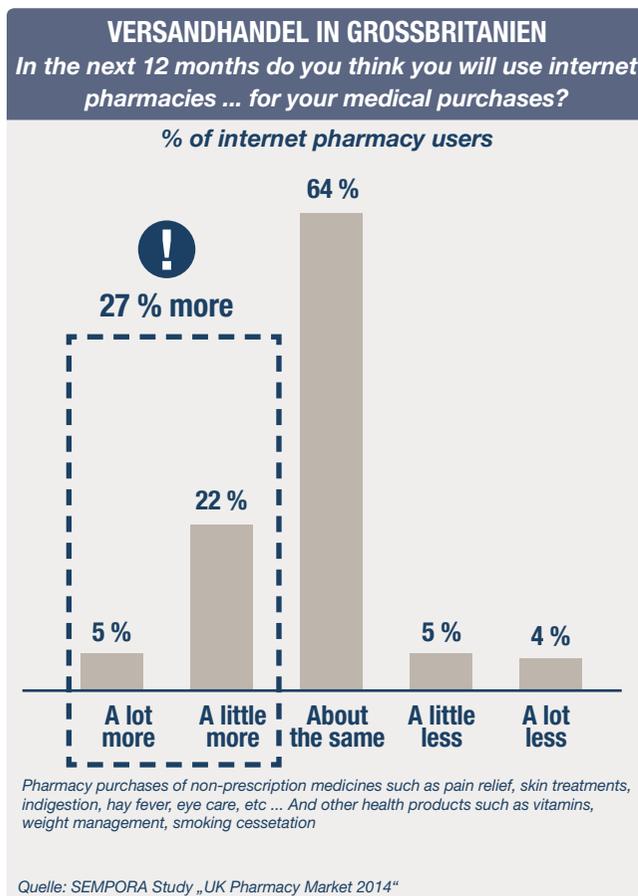


VERSANDHANDEL IN UK UND DEUTSCHLAND – SAME BUT DIFFERENT!

INNOVATIONEN FORMEN DEN WEG IN DIE ZUKUNFT

Der Apotheken-Versandhandel in Deutschland und Großbritannien ist im europäischen Vergleich am weitesten entwickelt. Beim Blick über den nationalen Tellerrand lassen sich einige Gemeinsamkeiten, aber auch viele Unterschiede erkennen. Neue Trends und Innovationen, die im britischen Markt bereits Fuß gefasst haben, werden mit hoher Wahrscheinlichkeit auch in Deutschland mittelfristig eine wichtige Rolle spielen.

**IN BEIDEN MÄRKTEN WIRD DER VERSANDHANDEL IMMER WICHTIGER**

Sowohl in Deutschland als auch in Großbritannien spielt der Versandhandel eine immer wichtigere Rolle. In Deutschland kann der Versandhandel in den letzten Jahren stärker wachsen als die stationäre Apotheke und dadurch seinen Marktanteil auf 13% (OTC-Segment) steigern. Für einige (höherpreisige) Kategorien und Produkte hat der Versandhandel schon einen Marktanteil von über 30% erreicht. Auch für die Zukunft wird dem Versandhandel ein deutlich stärkeres Wachstum im Vergleich zur Offizin-Apotheke prognostiziert: Bis 2020 soll der deutsche OTC-Versandhandel um 7% p.a. wachsen und damit einen Marktanteil von über 20% erreichen. In Großbritannien entwickelt sich der Versandhandel ähnlich positiv: Seine Bedeutung steigt kontinuierlich und mehr als jeder dritte Apothekenkunde plant laut einer SEMPORA-Studie in der Zukunft verstärkt OTC-Produkte im Internet einzukaufen.

ÄHNLICHE GRÜNDE FÜR DEN ONLINEKAUF

Die Gründe für einen Kauf in einer Online-Apotheke sind in Deutschland und Großbritannien ähnlich gelagert: Der Komfort und die Annehmlichkeiten der Onlinebestellung (einkaufen zu jeder Zeit, einfacher Produkt- und Preisvergleich, Lieferung nach Hause etc.) sind wichtige Faktoren. Letztendlich wird der Einkauf im Internet für immer mehr

Menschen zur Gewohnheit und diese Entwicklung setzt sich auch im Apotheken-Versandhandel fort. Der Faktor Preis spielt ebenfalls in beiden Ländern eine wichtige Rolle, wobei die Bedeutung in Deutschland höher ausfällt. In Großbritannien ist das Preisniveau für OTC-Produkte im Allgemeinen sehr kompetitiv; deswegen fällt der Preisunterschied zwischen Offizin und Versandhandel dort kleiner aus als in Deutschland. Auch die genannten Gründe, die gegen einen Einkauf von Medikamenten bei einer Versandhandelsapotheke sprechen, sind in beiden Ländern gleichartig: Die hohe Sensibilität von Medikamenten sowie die fehlende bzw. nicht-ausreichende Beratung sind die entscheidenden Faktoren für einen Kauf in der Offizin-Apotheke.

UNTERSCHIEDLICHE WETTBEWERBSSITUATION

Während also die Entwicklung des Versandhandelssegments sowie die Kaufmotivation der Konsumenten in beiden Ländern eng beieinander liegen, gibt es deutliche Unterschiede in dem jeweiligen Wettbewerbsumfeld. Der britische Apothekenmarkt ist geprägt von großen Apothekenketten (u.a. Boots, Superdrug und LloydsPharmacy) sowie Supermarkt-Apotheken (u.a. Tesco, Sainsbury). Diese Wettbewerber dominieren neben dem stationären Bereich auch den Online-Versandhandel, sodass die Verzahnung zwischen „offline“ und „online“ Geschäft sehr eng ist. Reine Versandapotheken (wie z.B. Pharmacy2u, Chemist Direct) spielen nur eine untergeordnete Rolle. In Deutschland ist

die Wettbewerbskonzentration im Versandhandel im Vergleich zu Großbritannien deutlich geringer: hierzulande gibt es 3.700 zugelassene Versandapotheken, von denen immerhin 163 einen aktiven Online-Apothekenversandhandel betreiben. Betrachtet man nur den OTC-Umsatz (ohne Rx), dann liegen die Top-6 Online-Apotheken (docmorris, Apo-Rot, EAV, Medikamente per Klick, Sanicare und Apotal) eng beieinander und kein Anbieter hat eine dominante Stellung inne.

Die unterschiedlichen Wettbewerbslandschaften führen zu deutlichen Differenzen beim Geschäftsmodell im Online-Versandhandel. In Großbritannien gibt es durch die enge Verzahnung von online und offline ein relevantes Multi-Channel-Angebot. Der Anteil an Online-Bestellungen, die im Geschäft abgeholt werden („Pick-up“) haben ein signifikantes Niveau erreicht (45% bei Boots). In Deutschland hingegen spielen diese Käufe bisher nur eine untergeordnete Rolle: Nur knapp 12% der befragten Konsumenten geben an, dass sie einen solchen Service bereits genutzt haben (z.B. beim Drogeriemarkt dm in Kooperation mit der Versandapotheke Zur Rose). Eine flächendeckende Ausbreitung dieses Services in Deutschland ist momentan aber nicht absehbar.

DAS ELEKTRONISCHE REZEPT WIRD IN UK AUSGEROLLT



Eine wichtige Neuerung ist die Einführung des elektronischen Rezeptes in Großbritannien. Im britischen Electronic Prescription System werden die elektronischen Rezepte direkt vom Arzt an die

vom Patienten bestimmte Apotheke (stationär oder online) verschickt. Für den Apotheken-Versandhandel ist das elektronische Rezept ein bedeutender Trend, da es den Online-Bestellvorgang deutlich beschleunigt und vereinfachen kann. Der Versandhandel wird dementsprechend von

der Einführung des elektronischen Rezeptes profitieren. In Deutschland hingegen steckt das Thema elektronisches Rezept noch in den Kinderschuhen. Pläne, nach denen Rezepte auf der neuen elektronischen Gesundheitskarte (eGK) gespeichert werden, wurden bereits vor Jahren wieder verworfen. Aktuell gibt es hierzulande keine konkreten Pläne zur Einführung eines elektronischen Rezeptes.

FERNDIAGNOSE ALS WEITERER TREND IN UK

Die Ferndiagnose ist ein weiterer (technologischer) Trend, der in Großbritannien bereits Fuß fasst. Schon heute werden in Großbritannien ca. 5% aller Diagnosen der Allgemeinärzte via Telefon getätigt. Das staatliche Gesundheitssystem NHS hat im Jahr 2012 über seine Website mehr als 12 Millionen Online-Anfragen zu Symptomen bearbeitet. Und jeder größere Versandhandelsapotheke bietet einen Online-Doctor-Service an, über den Patienten Rezepte für verschreibungspflichtige Medikamente erhalten können. Diese Services decken momentan vor allem „Tabu-Indikationen“ rund um das Thema Sexualität ab, aber eine Entwicklung weg vom Nischen-Service hin zu einer echten Alternativen zum Besuch eines „stationären“ Arztes scheint mittelfristig vielversprechend. In der Zukunft wird die Ferndiagnose nicht zuletzt durch die Einführung von elektronischen Geräten und mobilen Apps zur Fernmessung und Übertragung von medizinischen Daten (z.B. Blutzuckerspiegel) weiter an Bedeutung gewinnen. Gerade für Patienten mit chronischen Problemen oder in Gebieten mit geringer Arztabdeckung bringt die Ferndiagnose handfeste Vorteile. Darüber hinaus sollten die signifikanten Potentiale zur Kosteneinsparung die Verbreitung der Ferndiagnose weiter unterstützen. Für den Apotheken-Versandhandel ist die Verbreitung der Ferndiagnose ein wichtiger Trend: als dessen „natürlicher Verbündeter“ profitiert er direkt. In Deutschland ist die Ferndiagnose gesetzlich nicht erlaubt; für eine Etablierung ist eine Gesetzesänderung notwendig.

DER KUNDE IM FOKUS

In Großbritannien denken die Händler Multi-Channel und haben so die Kundenbedürfnisse im Fokus. Das elektronische Rezept und die Ferndiagnose sind bereits etabliert und auf Wachstumskurs. Diese Innovationen bieten in der Zukunft große Wachstumsimpulse für den Apotheken-Versandhandel. In Deutschland spielen diese Entwicklungen vor allem aufgrund rechtlicher Rahmenbedingungen noch keine Rolle. Allerdings ist es durchaus wahrscheinlich, dass sich diese Trends mittelfristig auch hierzulande durchsetzen werden. Für die Wettbewerber im deutschen Apothekermarkt lohnt sich der kontinuierliche Blick auf die Entwicklungen in Großbritannien, um eventuelle zukünftige Trends im Heimatmarkt besser antizipieren zu können.

KONTAKT:

Mario Grüttner m.gruettner@sempora.com
..... Telefon: +49 (6172) 453 49-0