

## GESUNDHEIT &amp; FITNESS



# Attraktiv, dynamisch, digital

Die lukrativen Aussichten in der Gesundheitsbranche wollen sich immer mehr branchenfremde Unternehmen nicht entgehen lassen. Dazu gehören auch Händler wie Douglas, Otto oder dm. Mit Spannung beobachten Experten, wann Amazon in Deutschland mitmischen wird. | Sonia Shinde

Es tut sich was auf dem Gesundheitsmarkt, es tut sich sogar ziemlich viel. Immer mehr Player entdecken das lukrative Segment. Zuletzt machte Douglas-Chefin Tina Müller von sich reden mit dem Kauf der niederländischen Versandapotheke Disapo. Bis zum Sommer will Douglas Disapo anbinden. Kunden können dann zunächst Apothekenkosmetik und Produkte zur Hautpflege online kaufen, sowie rezeptfreie Arzneimittel. Die Bereitschaft der Kundinnen sei groß, neben Parfüms und Cremes auch Medikamente und Nahrungsergänzungsmittel bei Douglas zu kaufen, so Müller. In einem zweiten Schritt plant sie, auch Rezeptpflichtiges anzubieten. Die Managerin hat dabei nicht nur den deutschen Markt im Visier, sondern plant die Expansion in die europäischen Nachbarstaaten Frankreich, Italien, Spanien, Polen, Österreich und die Niederlande.

Auch über Amazon gibt es im Markt Spekulationen. In den USA gilt der Händler als mächtiger Akteur auf

dem Gesundheitsmarkt. Im Sommer 2018 hatte Amazon die US-Versandapotheke Pill Pack übernommen. Ende 2020 wurde sie Teil der neu gegründeten Sparte Amazon Pharmacy. „Es gibt derzeit viele Spekulationen, dass Amazon ebenfalls in Deutschland auf den Gesundheitsmarkt drängen will“, sagt beispielsweise Ulrich Zander, Geschäftsführer und Mitinhaber von Sempora, einer Strategieberatung, die auf den Handel und die diversen Gesundheitsmärkte spezialisiert ist (siehe Interview).

Laut der aktuellen Apothekenmarktstudie von Sempora bringt die Digitalisierung Dynamik in den Apothekenmarkt. Nicht alle stationären Apotheken würden den anstehenden Wandel überleben, so die Autoren. Die befragten Apotheker selbst erwarten einen Rückgang um 2700 Apotheken bis 2027, Hersteller schätzen, dass es sogar 3100 sein werden. Aktuell gibt es deutschlandweit fast 18 500 Apotheken. Ungemütlich dürfte es für sowohl für stationäre als auch für Versandapotheken

werden, wenn Amazon in den Medikamentenversand einsteigt. Denn jeder zweite Verbraucher kann sich laut Studie vorstellen, rezeptfreie Medikamente, so genannte OTC-Produkte, bei Amazon zu bestellen. 44 Prozent würden dies sogar lieber dort tun, als bei anderen Versandapotheken.

Die Studien-Autoren sehen zudem Plattformen im Kommen. Das könnten einerseits Hubs für hunderte Apotheken sein, nach dem Modell Fleurop oder auch virtuelle Gesundheitszentren, eine Art one-stop-shop vom Arzt-Besuch per Videoschle über die elektronische Krankenschreibung, bis zur Einlösung des E-Rezepts in der Online-Apotheke oder dem virtuellen Sanitätshaus.

Doch auch in der analogen Welt drängen neue Player auf den Markt: So kann sich Drogeriemarkt dm durchaus vorstellen, eine größere Rolle als bisher im Gesundheitssegment zu spielen, gab dm-Chef Christoph Werner unlängst der Stuttgarter Zeitung zu Protokoll. Längst hat der Drogerie-

markt auch apothekenexklusive Produkte in den Regalen und verkaufte während Corona auch Schnelltests und Schutzmasken. Kritik übte Werner an einer Überregulierung in Deutschland und forderte eine stärkere Einbindung von Drogerieketten, ähnlich wie in den USA. Experten zweifeln allerdings, ob dies gelingt. „Das werden die Apotheken mit aller Leidenschaft verhindern“, sagt Zander.

Auch Schnelllieferdienste wollen mitverdienen. Bei Quick-Commerce-Anbietern wie First A, Phaster, Mayd oder Kurando bestellen die Kunden per App, wenig später steht der Kurier vor der Tür. Anders als Lebensmittellieferanten mit ähnlichem Geschäftsmodell haben die Startups aber keine eigenen Lager, sondern kooperieren mit Apotheken vor Ort. Manche Apothekerkammer dagegen sieht das Angebot der Newcomer als rechtswidrig und prüft derzeit. Ungeachtet dessen wollen auch Wolt und Knuspr nicht mehr nur Pudding sondern auch Pillen liefern - der Markt ist in Bewegung. lz 19-22

## 26%

der Verbraucher können sich vorstellen, bei Amazon auch verschreibungspflichtige Medikamente zu kaufen.