

Arznei-Versandhandel: Status Quo

Stand: August 09

1. Einleitung

Der Arzneimittelversandhandel ist seit mehr als fünf Jahren in Deutschland zugelassen. Die Verbraucher haben den Arzneiversandhandel angenommen und ihn als Teil des Arznei-Versorgungs-Systems in Deutschland akzeptiert.

Vorliegende Materialsammlung gibt einen stichpunktartigen Überblick über die aktuelle Diskussion zum Thema.

2. Der Apothekenmarkt in Zahlen

- Umsatz in deutschen Apotheken 2008 41,8 Mrd.
Euro
- Davon verschreibungspflichtige Arzneimittel 70 Prozent
- Davon nicht verschreibungspflichtige Arzneimittel 30 Prozent
- Der geschätzte maximale Marktanteil der Versandapotheken liegt bei acht bis zehn Prozent des Arzneimittelumsatzes. Nach eigenen Angaben der Branche liegt der Marktanteil aktuell bei ca. 8-9 Prozent bei rezeptfreien und etwa 1-2 Prozent bei rezeptpflichtigen Arzneimitteln.
- Der IMS HEALTH Versandhandels Bericht zeigt eine Steigerung des Versandhandelsanteils am Umsatz im OTC-Markt von 8 % auf 9 %.
- Zum Vergleich: In der Schweiz und den USA beträgt der Marktanteil aktuell vier beziehungsweise 15 Prozent.
- Schätzungsweise zwei Prozent der rund 2.200 Apotheker, die eine Zulassung zum Versandhandel beantragt haben, betreiben den Arzneimittelversand im marktanteilrelevanten Volumen und sind in der Lage > 1.000 Aussendungen am Tag zu realisieren. Einige dieser Anbieter sind auf der Website des Verbandes unter „Wir über uns“ gelistet.
- In regelmäßig durchgeführten Untersuchungen in den Preissuch- und Internetsuchmaschinen sowie bei den ebay-Zulassungen zeigen hierbei Internetaktivitäten von ca. 300-500 Apotheken. Stand Juli 2008 (Basis: IMS ad hoc Analyse Ende Juni 2008).
 - Ca 300 bei ebay registrierte Apotheken
 - 130 – 180 Apotheken sind bei Preissuchmaschinen zu finden
 - Weitere 100 Apotheken können über sonstige Suchmaschinen bzw. Internetpräsenz identifiziert werden

3. Versandapotheken: Mittelständische Apotheken

Die Zahlen sprechen für sich. Von den in Deutschland zugelassenen 22.000 öffentlichen Apotheken haben inzwischen über 2.200 die Zulassung als Versandapotheke beantragt und erhalten, dies entspricht ca. 10 Prozent der deutschen Apotheken. Etwa 20 davon entwickeln Strukturen mittelständischer Unternehmen, sodass man sie besser als „industrielle Apotheke“ bezeichnet.

Solche prozesskostenoptimierten, industriellen Apotheken sind öffentliche Apotheken mit:

- der behördlichen Erlaubnis zum Versand apothekenpflichtigen Arzneimitteln
- einer Aussendekapazität von über 1.000 just in time Bestellungen am Tag
- einer extensiven IT- und Logistik-Infrastruktur
- einem erfahrenen Management-Team
- einem pharmazeutischen Call-Center
- hinreichender Kapitalausstattung.

Parallel hierzu sind zukunftsweisende Tendenzen feststellbar:

- Es sind Apothekenkooperationen entstanden, welche die Apothekenketten faktisch vorwegnehmen und den Markt flexibler und schneller bedienen.
- Innerhalb der Versandapotheken entstehen Spezialisten, die sich auf die Versorgung und Betreuung einzelner Patientengruppen konzentrieren (Indikationsspezifische Versandapotheken).
- Patientenbezogene Verpackung (Verblisterung) von Arzneimitteln durch industrielle Anbieter für Patienten in Wohn- und Pflegeheimen.
- Es bilden sich Kooperationen zwischen Krankenkassen und Apotheken, die eine bessere Versorgung der Versicherten und längerfristig auch die Senkung der Arzneimittelpreise zum Ziel haben. Erste gesetzliche Krankenkassen (z.B. Gmünder Ersatzkasse (GEK)) haben bereits heute einen Versandhandelsanteil von ca. 8 Prozent.

4. Entwicklung seit 2005

Besonders deutlich wird der Anstieg der Käufer von Arzneimitteln im Internet, wenn man die Zahlen aus den Vorjahren zum Vergleich heranzieht. So wurde 2005 das Internet zum Kauf von Medikamenten von 6 Prozent der Befragten benutzt, im Jahr 2006 bereits von 11 Prozent. Die vollständige Studie finden Sie: http://www.forschungsgruppe.de/Studien/Internet-Strukturdaten/web_IV_07.pdf (Quelle: Forschungsgruppe Wahlen Online GmbH)

5. Versandhandel in Zahlen

- Eine repräsentative Verbraucherumfrage des Forschungsinstituts TNS-Infratest ergab, dass die Deutschen im Jahr 2007 rund 10,9 Mrd. Euro im Internet für Waren ausgaben, dies ist eine Steigerung zum Vorjahr um neun Prozent
- 55 % der männlichen Internetnutzer und 50 % der weiblichen Internetnutzer kaufen online.

Eine Präsentation des bvh der auf den Daten der genannten Studie beruht, finden sie hier: http://www.versandhandel.org/uploads/media/2008-07-08__bvh-Jahres-PK_Charts.pdf

6. Online-Kauf rezeptfreier Medikamente

- Der Kauf rezeptfreier Arzneimittel hat in den vergangenen Jahren stetig zugenommen: Im 4. Quartal 2007 nutzten 9 Prozent aller Deutschen ab 18 Jahre das Internet zum Kauf rezeptfreier Medikamente.
- Jeder 5. Internetnutzer über 60 Jahre hatte bereits online Medikamente gekauft.

Auf die Frage „Zu welchem Zweck nutzen Sie das Internet?“ antworteten

- 80 Prozent der Befragten „für Preisvergleiche“,
- 67 Prozent „zum Einkaufen“,
- 53 Prozent „Online-Banking“,
- 14 Prozent „zum Kauf von Medikamenten“ und
- 10 Prozent für „Brokerage“.

7. Typische Kunden

- Der überwiegende Teil der Kunden sind Menschen mit einem planbaren Arzneimittelbedarf, also chronisch Kranke.
- Laut einer Studie der Postbank kaufen neun Prozent der deutschen Online-Shopper ihre Arzneimittel über das Internet. Dabei sind gut verdienende Frauen und Senioren über sechzig Jahre führend.
- Laut Quelle setzt sich die Altersstruktur bei Versandhandelskunden im wie folgt zusammen (1. Quartal 2007):
 - 66 % der Käufer befinden sich in der Altersgruppe der 25- bis 44- jährigen
 - 32 % der Käufer sind über 65 Jahre (Quelle)
- Mehr als zwei Drittel der Internetbesteller geben pro Bestellung bis zu 50 Euro aus, jeder fünfte 51 bis 100 Euro, bei Befragten über 45 Jahren sind es sogar 25 Prozent, die einen Bestellwert von 51 bis 100 Euro erreichen. (Quellen: Analyst reports, Allensbach Institut, IPSOS)
- Als wichtigste Kaufmotivation werden von den Verbrauchern Preisvorteile, Bequemlichkeit und Anonymität genannt.

- Besonders stark nachgefragte rezeptfreie Produkte sind durchblutungsfördernde Mittel, Immunstimulantien gegen Erkältungen, sowie Muskel- und Gelenkschmerzmittel.
(Quelle: IMS Health, Frankfurt, Statusbericht Versandhandel Apotheken).

8. Einfluss des Versandhandels auf die Entwicklung innovativer Strukturen im Gesundheitswesen

Der Arzneimittelversandhandel hat in den Apothekenmarkt neue Dynamik und Wettbewerb gebracht: Mit günstigen Preisen, Gutscheinen, Bonusmodellen und Rabattsystemen bieten Versandapotheker ihren Kunden zuvor nicht da gewesene Vorteile an. Individuelle Versorgungsverträge werden mit den gesetzlichen Krankenkassen geschlossen. Indikationsspezifische Versandapotheken spezialisieren sich auf die kompetente just in time Versorgung chronisch kranker Patienten.

Mit der Zulassung des Arzneimittelversandhandels haben auch die traditionellen Apotheker den aufkommenden Wettbewerb erkannt und handeln danach. Im ganzen Land werden Kundenbindungssysteme entwickelt, Hausapothekenmodelle entworfen, Versicherte intensiver beraten, „Apothekentaler“, Gutscheine und Paybackpunkte verteilt. Insofern ist der Einfluss der Versandapotheken auf die traditionellen Apotheken zu Gunsten des Verbrauchers und Patienten zu begrüßen.

Ein Blick in die Schweiz zeigt die möglichen Einsparungen im Gesundheitswesen. Mit Hilfe der Versandapotheke Zur Rose, Schweiz, konnten am Arzneimittelmarkt 13 Mio. Euro eingespart werden. Im weitaus größeren deutschen Markt ist das Potential um ein Vielfaches höher.

9. Arznei-Versandhandel: Risiken und Chancen für den Apotheker

Die erforderlichen Voraussetzungen für den wirtschaftlich sinnvollen Betrieb einer so genannten industriellen Apotheke sind für viele Apotheker eine große Hürde. Will man aber im größeren Volumen tätig sein, sind beispielsweise zwingend große Logistikflächen, ein großer Mitarbeiterstab sowie ein über den klassischen Apothekenbetrieb hinaus gehendes notwendiges Know-how nötig. Das wiederum erfordert Investitionen und Engagement, die nicht jeder Apotheker resp. Marktteilnehmer erbringen kann oder möchte.

Das Risiko liegt vor allem darin, keinen ausreichenden Marktanteil zu gewinnen, um die hohen Investitionen, die bei mehreren Millionen Euro liegen, wieder einzunehmen.

Auf der anderen Seite ist das wesentliche Strukturelement einer Versandapotheke zugleich ihr Vorteil: aus einer einzigen Versandeinheit können große Kundengruppen mit Arzneimitteln versorgt und hierüber Skaleneffekte realisiert werden. Während das Einzugsgebiet einer lokalen Apotheke über ca. 3.500 potenzielle Käufer verfügt, hat die Versandapotheke potenziell ein bundesweites Einzugsgebiet von 82 Millionen Menschen und darüber hinaus Möglichkeiten europaweit im Rahmen gesetzlicher Beschränkungen aktiv zu werden.

10. Arzneimittelsicherheit bei deutschen Versandapotheken – die Diskussion um Arzneifälschungen

Das Risiko der Arzneimittelfälschungen bei zugelassenen deutschen Versandapotheken ist keinesfalls höher als in der traditionellen Vor-Ort-Apotheke: Zugelassene, deutsche Versandapotheken sind Apotheken, die eine gesonderte Versanderlaubnis nach § 11a Apothekengesetz beantragt und erhalten haben. Daher unterliegen sie den gleichen rechtlichen Anforderungen und Kontrollmechanismen wie traditionelle Apotheken. Ihre Aufgaben sind: die qualitative, quantitative und wohnortnahe Arzneimittelversorgung der Bevölkerung, das Vorhalten eines Vollsortiments und eines Notfalldepot, die Beteiligung am Nacht- und Notdienst sowie pharmazeutische Beratung und Betreuung ihrer Kunden.

Versandapotheken sind stets vollwertige Vor-Ort-Apotheken mit einer Versandhandelserlaubnis.

11. Gefahren des unregulierten Arzneimittelvertriebs über das Internet

Ungeachtet der positiven Entwicklung im Inland entwickelt sich neben den gesicherten deutschen Versorgungsstrukturen ein paralleler Arzneimittelmarkt durch ausländische Arzneimittelhändler unterschiedlichster Qualität. Diese senden grenzüberschreitend Arzneimittel an deutsche Endverbraucher, ohne dass diese Aktivitäten durch deutsche Aufsichtsbehörden kontrolliert und ggf. sanktioniert werden könnten. Bei diesen Anbietern besteht die Gefahr, Arzneimittelfälschungen, Arzneimittel ohne Rezept oder nicht zugelassene Arzneimittel zu erhalten.

Anhand der Internetpräsenz kann der Verbraucher die Seriosität des Anbieters feststellen: Seriöse Anbieter geben im Impressum die volle Postanschrift, den Namen des verantwortlichen Apothekers, die zuständige Aufsichtsbehörde sowie die zuständige Apothekerkammer an. Fehlen diese Angaben, sollte der Verbraucher dort keine Medikamente beziehen.

12. Ausblick

Eine Umfrage von IMS Health im April/Mai 2008 bei den Mitgliedern des BVDVA ergab, dass alle Teilnehmer eine zunehmende Bedeutung des Apothekenversandhandels sehen. Bei dem Marktanteil wird hierbei eine Zunahme von heute 5 - 6 Prozent auf mehr als 8 Prozent in 2010 erwartet. Dabei wird von den meisten erwartet, dass der Rx-Anteil bis 2010 zunimmt. Bei einem Fall des Fremd- und Mehrbesitzverbotes wird die Wachstumserwartung jedoch als uneinheitlich und weniger positiv gesehen.

Um das Marktpotenzial von Versandapotheken ausschöpfen zu können, fordert der BVDVA die Aufhebung der Preisbindung für verschreibungspflichtige Arzneimittel und die Einführung von Höchstpreisen.

Kerstin Kilian, August 09