

## **Apothekenzahl in Deutschland sinkt erstmals seit 2003**

### **Ludwig Erhards freie Marktwirtschaft - oder wie Apotheken erfolgreich sein können**

**Karlsruhe, 18. März 2010 - Erstmals seit 2003 ist die Zahl der Apotheken in Deutschland zurückgegangen. Damit stellt sich natürlich die Frage, welche Ursachen zu dieser Verringerung der Apothekenzahl geführt haben und wie ihnen begegnet werden kann. Ist sie ausschließlich auf brancheninterne Rahmenbedingungen zurückzuführen oder spielen auch gesamtwirtschaftliche Faktoren wie die Finanzkrise eine Rolle?**

Die Bildzeitung hatte die Schlagzeile als erste veröffentlicht, sie wurde kurz darauf auch von den Berechnungen der ABDA – der Bundesvereinigung der Apothekerverbände - bestätigt: Ende 2009 gab es 21.548 öffentliche Apotheken im Bundesgebiet – das sind 54 weniger als ein Jahr zuvor. Seit Ende 2003 war die Zahl der Apotheken von 21.305 fünf Jahre lang hintereinander leicht angestiegen. Damals hatte sich die Anzahl um 160 verringert. Einen wesentlichen Grund für den Rückgang der Apothekenzahl sieht die ABDA in dem intensiven Wettbewerb zwischen den Apotheken. So sei 2004 beispielsweise die Preisbildung für Arzneimittel der Selbstmedikation freigegeben worden und seit 2007 entstehe in den Apotheken ein erhöhter Personal- und Sachaufwand durch die Umsetzung der Rabattverträge für die Kassen. Beides sicher Faktoren, die direkten Einfluss auf die Wettbewerbsfähigkeit der Apotheken haben.

Ein erhöhter Wettbewerb durch weitere marktwirtschaftliche Öffnungen des Arzneimittelmarktes und durch die - unter anderem über das Internet agierenden - Versandapotheken wird auch die Zukunft bestimmen. Damit sind Apotheken immer weniger unter der Schutzhaube eines wettbewerbsfreien Raumes, sondern spüren

neben der Konkurrenz anderer Apotheken künftig auch die Auswirkungen der gesamtwirtschaftlichen Situation wesentlich stärker.

### **Mehrwertfaktoren der Apotheken stärken**

Wie kann ein Apotheker in dieser Situation sein Geschäft stärken? Primär durch die Optimierung von apothekenspezifischen Faktoren, die laut ABDA einen Mehrwert für sein Geschäft ausmachen können. Die Domäne des Apothekers ist in erster Linie das Arzneimittel, denn da ist er der Fachmann. Deshalb steht an erster Stelle die pharmazeutische Beratung und die Kommunikationsleistung des Apothekers. Das Wissen nicht nur in der Medizin, sondern auch in anderen Wissenschaften verdoppelt sich schätzungsweise alle zehn Jahre. Diese wissenschaftlichen Erkenntnisse und neuen pharmakologischen Zusammenhänge müssen in einer auch dem Verbraucher verständlichen Form weitergegeben werden. Dabei spielen auch die Medien eine beachtliche Rolle, die das Thema Gesundheit ausführlich behandeln und damit den Bedarf an fachgerechter Aufklärungsberatung erhöhen, der verstärkt die Apotheken als erste Anlaufstelle erreicht. Das heißt, der Apotheker muss sein Wissen immer auf dem neuesten Stand halten, um adäquat Auskunft geben zu können. Davon profitiert nicht nur der Kunde, auch die Krankenkassen ziehen daraus Nutzen durch z.B. eine Verringerung der Krankheitsfolgekosten.

Das Wissen des Apothekers ist besonders auch bei der steigenden Selbstmedikation gefragt (heute jede dritte Arzneimittelabgabe), um die Eigendiagnose des Patienten als Arzneimittelfachkraft hinterfragen zu können. Der mündige Patient verlangt darüber hinaus immer mehr Beratung bei Präparaten, die seine Lebensqualität verbessern und seine Gesundheit nachhaltig sichern. Diese Mittel zur Nahrungsergänzung haben in der modernen Gesundheitsvorsorge mittlerweile einen festen Stellenwert. Ein weiterer Bereich, in dem das Know-How des Apothekers gefragt bleibt, ist die Rezepturherstellung. Neben den industriell gefertigten Arzneimitteln spielen die jeweils individuell auf die Bedürfnisse des Patienten abgestimmten Rezepturen nach Expertenmeinung künftig eine wachsende Rolle. In 2009 beliefen sie sich laut Deutschem Arzneiprüfungsinstitut e.V. (DAPI) auf etwa 16 Mill. verschriebene Rezepturen (ohne Privatversicherte und Selbstmedikation) und befanden sich damit „auf einem seit Jahren unverändert hohem Niveau“.

Das erfordert – zusammen mit der Individualberatung in der Apotheke - einen hohen personellen Einsatz der Apotheker. Rationalisierungen beim Personal sind deshalb zwar immer ernsthaft zu prüfen, aber will man diesen Wettbewerbsvorteil gegenüber den Versandapotheken nicht verlieren, sind sie zahlen- und qualitätsmäßig nur begrenzt realisierbar. In diesem Zusammenhang interessant: die Versandapotheken legten bei rezeptfreien Medikamenten im letzten Jahr gut 25 Prozent zu, allerdings bei einem Anteilsniveau am OTC-Markt von 9 bis 10 Prozent.

Von besonderer Bedeutung für die Wettbewerbsfähigkeit sind auch die modernen Technologien wie Informationstechnik und Internet. Nicht nur kundenfreundliche Aspekte werden erreicht durch eine eigene Homepage der Apotheke. Und nicht nur Kosteneinsparungen sind der Hintergrund für die in den nächsten Jahren bevorstehende und bereits bei ersten Feldtests geprüfte Einführung der elektronischen Gesundheitskarte und des damit verbundenen eRezeptes, die dann in der letzten Phase bundesweit erfolgen wird. Was heute schon praktiziert wird, ist z.B. eine Arzneimitteldokumentation auf einer im PC-System angelegten Namenskarte des Kunden. Das ermöglicht dem Apotheker eine bessere Beratung bzw. Betreuung und der Kunde profitiert durch einen Rabatt bei seiner Selbstmedikation.

### **Mehr Freiraum für die wichtigen Aufgaben**

Aufgrund der Besonderheiten wie hohe Anforderungen an Personal und auch an verfügbarem Raum sieht das Institut für Handelsforschung (IfH) in Köln nur bedingt die Möglichkeit, Einsparkonzepte anderer Branchen auf die Apotheken zu übertragen. Trotzdem sollten die Apotheker auch angesichts der Marktöffnung den Blick hinaus in andere Bereiche der Wirtschaft nicht scheuen und sich mit den Prinzipien und Gesetzen einer erfolgreichen freien Marktwirtschaft à la Ludwig Erhard vertraut machen. Es muss ja nicht gleich alles eins zu eins übertragbar sein, sicher sind aber wertvolle Denkanstöße zu finden. Zwei kurze Hinweise dazu: das Wittener Institut für Familienunternehmen (WIFU) beschäftigt sich wissenschaftlich mit allen Problemen bei Familienunternehmen. Und die Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Ernst & Young hat in einer Studie ‚Siegerstrategien im deutschen Mittelstand 2010‘ analysiert. Ein Ergebnis: erfolgreiche Mittelständler investieren bei schwieriger Wirtschaftslage gezielt in ihre Wettbewerbsfähigkeit und gehen in die Offensive. Dabei versuchen sie mit ihrer Leidenschaft zum Erfolg auch die Mitarbeiter einzubinden und investieren in deren Qualifikationen.

Wenn man sich diese beispielhaft ausgesuchte Faktenlage anschaut, wird klar, den Apothekern stehen Veränderungen ins Haus, die erstmal bewältigt werden wollen. Da ist es hilfreich, wenn an anderen ‚Fronten‘ wie beispielsweise bei der betrieblichen Gefahrenabsicherung mit einer klar strukturierten und alle Risiken abdeckenden Police aus einer Hand eine sichere und einfach zu handhabende Lösung bereitsteht. Die Allgefahrenversicherungen, wie z.B. die PharmaRisk-Police von ApoRisk ([www.aporisk.de](http://www.aporisk.de)) decken so ziemlich alle Risiken ab und halten dabei die Kosten vergleichsweise niedrig.

Selbst der kleinste Betrieb unterliegt der Gefahr, wegen Schadenersatzforderungen in Anspruch genommen zu werden. Träger von Haftpflichtrisiken sind alle Inhaber von Apotheken und jeder Betriebsangehörige. Anspruchsteller können Beschäftigte, Kunden, im Betrieb tätige fremde Personen, Anlieferer und Abholer, Pächter und Mieter, Verpächter und Vermieter sowie Unternehmen und Anwohner in der Nachbarschaft sein. Wegen der unbegrenzten Haftung eines Schädigers aus unerlaubter Handlung können Haftpflichtansprüche die Finanzkraft schnell übersteigen. PharmaRisk deckt nicht nur die Haftungsansprüche Dritter aus z.B. Betriebs-, Produkt-, Privat- oder Umwelthaftpflicht mit einer Deckungssumme von 10 Mill. ab. Versichert sind auch Sachschäden (inkl. Ertragsausfälle wegen Betriebsunterbrechung) durch verschiedene Gefahren wie Feuer, Blitzschlag, Einbruchdiebstahl, Vandalismus oder Sturmschäden. Die heutige hochwertige Technik ist dabei ebenfalls abgesichert. Und mit der zusätzlich in den Tarif integrierten Elektronikversicherung sind auch Schäden durch falsche Bedienung oder Unachtsamkeit abgesichert, wie z.B. die Wiederherstellung von Daten. Allgefahrenversicherung heißt: alle Risiken werden erfasst, die auftreten können, bis auf speziell definierte Ausnahmen (z.B. Kriegsfolgen). Diese umfassende Sicherheit bei Haftung und Risiken gibt dem Apotheker mehr Freiraum für die wichtigen Aufgaben.

**(weiterführende Informationen zur Allgefahrenversicherung unter:**

<http://www.aporisk.de/geschaeftsversicherung-all-Risk-police-die-allgefahren-versicherung-fuer-apotheker-und-apotheken.html> )

## Über die ApoRisk GmbH

Die ApoRisk<sup>®</sup> GmbH ist ein Versicherungsmakler, der sich auf die Bedürfnisse der Apotheker und seiner Mitarbeiter spezialisiert hat. Das Maklerunternehmen arbeitet nach modernem Direktkonzept über ein aufwendig gestaltetes Internetportal ([www.aporisk.de](http://www.aporisk.de)), verbunden mit einem Beratungsservice unter kostenloser Infohotline (Tel.: 0800. 919 0000) und kostenlosem Fax (0800. 919 6666). Das Internetportal bietet nicht nur detaillierte Informationen zu allen Versicherungsfragen, sondern unter ‚Aktuell‘ auch eine Übersicht der wichtigsten Branchenmeldungen aus dem gesamten Gesundheitsbereich.

Der Wegfall aufwendiger Vertriebsstrukturen schont die Kosten und kommt den Policen zugute. Als Makler ist ApoRisk zudem unabhängig von bestimmten Versicherungsunternehmen und kann somit alle Versicherer auf den Prüfstand stellen. Mithilfe ausgefeilter Software wird dann aus allen am Markt verfügbaren Policen ein optimales, individuell auf die Bedürfnisse abgestimmtes Angebot erstellt. Das heißt, die Beratung beschränkt sich nicht nur auf Produkte, sondern hat die tatsächlichen Risiken im Blick.

Das individuelle Angebot kann bei Bedarf alle in der Apotheke auftretenden Geschäfts- und Privatarisiken sowohl für den Apotheker wie für seine Mitarbeiter einbeziehen. Die Allgefahren-Versicherung PharmaRisk ist zum Beispiel ein möglicher Ansatz zu einer umfassenden Geschäftsversicherung, die in einer Police die wichtigsten Risiken des Apothekenbetriebs abdeckt, angefangen von der Betriebshaftpflicht und weiteren Haftungsansprüchen Dritter bis zu Sachsubstanzschäden und Ertragsausfälle infolge Betriebsunterbrechung. Diese Zusammenfassung der Risiken in einem Vertrag spart ebenfalls Zeit und Kosten: eine Versicherung gegen viele Risiken, ein Ansprechpartner und eine einfache Berechnung des Beitrages. Genauso umfangreich ist eine Risikoabdeckung auf der privaten Seite möglich von Gesundheit über Vorsorge und Sicherheit bis zu den Finanzen. Für die Mitglieder des Verbandes Deutscher Pharmazeuten e.V. (VDP) bietet ApoRisk außerdem besondere Leistungen und Tarife an, die nur im Rahmen einer derartigen Solidargemeinschaft der Apotheker möglich sind.

Pressekontakt:

Eduard Rüsing  
Freier Fachjournalist

Redaktionsbüro  
Wasgaustr. 19  
76227 Karlsruhe

Tel.: 0721 40 3000  
Fax: 0322 237 575 78  
Mobil: 0178 90 411 49  
E-Mail: [redaktion\\_ruesing@t-online.de](mailto:redaktion_ruesing@t-online.de)

Weitere Informationen:

ApoRisk GmbH  
Herrn Arslan Günder,  
Geschäftsführer

Ewald-Renz-Str. 1  
76669 Bad Schönborn

Tel.: 07253. 802-1000  
( 0800. 919 00 00 – kostenfrei )  
Fax: 07253. 802-1001  
E-Mail: [info@aporisk.de](mailto:info@aporisk.de)  
Web: [www.aporisk.de](http://www.aporisk.de)  
[www.pharmarisk.de](http://www.pharmarisk.de)