

Lotsen verlassen das Boot

Apotheken stehen mit Onlinehandel und Drogerien im harten Konkurrenzkampf. Ihre Pfründe: gute Lage und kluger Service. VON SUSANNE TRÖSSER

Apotheker bezeichnen sich gerne als Lotsen im Gesundheitswesen, die an der Schnittstelle zwischen Arzt und Patient Nebenwirkungen und Dosierungen erklären. Aber immer mehr der Lotsen verlassen das Boot. Im ersten Halbjahr 2012 schlossen laut Apothekerverband ABDA bundesweit jede Woche sechs Geschäfte – Neueröffnungen sind hingegen selten.

Davon betroffen sind vor allem ländliche Regionen, aber auch in den Städten wie Köln können sich viele Apotheker die gestiegenen Mieten in der Innenstadt nicht mehr leisten. So schloss in der Schildergasse Kölns älteste Apotheke. Hier liegen die Quadratmeter-Kaltnieten bei über 200 Euro.

Neben Mietsteigerungen gibt es weitere Ursachen. „Seit neun Jahren blieben die gesetzlich festgelegten Honorare pro Rezept unverändert. Gleichzeitig kletterten unsere Betriebs- und Personalausgaben“, erläutert Martin Katzenbach, Sprecher des Apothekerverbandes Nordrhein.

Entsprechend traten viele die Flucht in das rezeptfreie Sortiment an: Hier können sie mit dem Großhandel Einkaufspreise verhandeln und Preise frei gestalten. In die Regale zogen Kosmetika, Körperpflege- und Drogerieartikel ein. Laut Katzenbach machen diese Waren bei Apothekern 15 bis 22 Prozent aus. Gleichzeitig erweiterten auch die Drogerien ihr Sortiment. Darüber hinaus nagt der Onlinehandel an den Margen rezeptfreier Mittelchen:



Kundenbindung ist bei Apotheken nicht nur wichtig, sondern durch klugen Service auch möglich.

FOTOLIA/CHRISTIAN SCHWIER

57 Prozent soll mittlerweile über den Internethandel laufen.

Für eine stationäre Apotheke ist die gute Auflage entscheidend: dort wo die Menschen ihre Einkäufe des täglichen Bedarfs erledigen. Ferner sei, so Martin Katzenbach, die Nachbarschaft von Arztpraxen sinnvoll. Auch in fast jedem Einkaufszentrum findet sich eine Pharmazie.

In den letzten Jahren öffneten Apotheken vermehrt an Verkehrsknotenpunkten wie Bahnhöfen und Flughäfen. „Hier sind die Mieten aber sehr hoch, deshalb müssen sie einen größeren Umsatzanteil über rezeptfreie Mittel generieren“, so Katzenbach. Hierfür benötigen sie mehr Flächen für Regale im Verkaufsraum sowie mehr Personal, um die längeren Öffnungszeiten

zu gewährleisten. Während traditionelle Apotheken einen Verkaufs- und Lagerraum von insgesamt etwa 200 Quadratmetern benötigen, suchen solche Pharmazeuten Flächen mit mindestens 300 Quadratmetern. Ratsam ist es, mehr Platz für die Beratung einzuplanen, eventuell Trennwände einzuziehen, damit andere Kunden die persönlichen Beratungsgespräche nicht mithören.

Punkten können die Lotsen bei ihren Kunden auch durch Lieferdienste und Serviceleistungen wie die Messung von Blutdruck, Blutzucker oder Cholesterin – wie eine Untersuchung des Instituts für Handelsforschung (IFH) im April 2012 ergab. Ferner können sich 76 Prozent der Befragten vorstellen, dass sich Apotheken

künftig in Abstimmung mit dem Arzt um Rezeptverlängerungen kümmern.

Einen guten Standort und kluge Kundenbetreuung kann für viele Stammkunden sorgen. Laut Studie haben 63 Prozent der Verbraucher eine Stammapotheke, 16 Prozent gehen regelmäßig in mehrere Apotheken, 21 Prozent der Befragten haben keine Bindung an einen bestimmten Betrieb. Die Bindung an ein Geschäft nimmt zu, je älter die Befragten bei der IFH-Studie waren.

DIE EXPERTIN

Susanne Trösser ist Mitgeschäftsführerin des Rheinischen Immobilienservice (RIS) und Vorstandsmitglied des IVD-West.