

# Götterdämmerung bei Apothekern

## Der Pharmazeut um die Ecke wird von Global Playern bedroht

Von Frank Präse

Berlin/Wiesbaden \* „Der Fall Norwegen“ lautet der Titel des ersten Dossiers des Nachrichten- und Branchenportals „Apotheke Ad-hoc“. Der Achtseiter beschreibt ausführlich die Entwicklung des norwegischen Apotheken- und Pharmamarktes vor, während und nach dessen Liberalisierung im Jahr 2001. Das Ergebnis müsste EU-Richtern Warnung sein, die das deutsche Apothekenrecht kippen wollen. Denn in Norwegen zählen laut Branchendossier knapp 90 Prozent der Apotheken inzwischen zu Tochtergesellschaften der drei international tätigen Pharmakonzerne Celesio, Phoenix und Allicante Boots. Alle drei Konzerne sind zudem auch als Großhändler national tätig und beherrschen den Markt. Gerüchte über Preisabsprachen halten sich hartnäckig, geschürt vom früheren Vizepräsidenten des norwegischen Kartellamts.

Nun unterliegen viele Branchen einem von Internet und Globalisierung forcierten Wandel und die deutschen Apotheker leben diesbezüglich noch auf einer Insel der Glückseligkeit. Zwar gibt es massive Klagen über den zunehmenden Internethandel. „Aber das ist nichts im Vergleich zu dem Gewitter, das sich am Horizont bereits abzeichnet“, prophezeit Thomas Prax, Geschäftsführer der gleichnamigen Unternehmensberatung in Wiesbaden und Kenner der Szene.

Bisher schützt das deutsche Apothekenrecht vehement vor allzu starken Eingriffen in die Branche insbesondere durch das „Mehrbesitzverbot“ – maximal vier Apotheken pro Apotheker – und grundsätzlich auch das „Fremdbesitzverbot“ – nur natürliche Personen dürfen eine Apotheke betreiben, juristische Personen etwa GmbH oder AG sind davon grundsätzlich ausgeschlossen.

Wie ein Damoklesschwert schwebt aber die sich wohl in 2008 abzeichnende Entscheidung des Europäischen Gerichtshofs (EuGH) über den Apothekern, der diese nationalen Verbote kippen dürfte. Prax: „Entsprechend positionieren sich potentielle Konkurrenten und

Finanzinvestoren, um in eine lukrative Branche einzubrechen, deren Tore durch solches EU-Urteil aufgestoßen werden dürften.“

Internetapotheker wie „DocMorris“ treiben bereits die Filialisierung ihres Franchise-Geschäftskonzepts voran. Der Startschuss für den Einstieg von Drogerie-Ketten ist ebenfalls schon gefallen, seit „dm“ den Apothekenmarkt über den Umweg einer Versandapotheke ins Visier nimmt. Da ist es naheliegend, dass alle Drogerie-Ketten auf einen Direkteinstieg warten und entsprechende Pläne in den Schubladen haben“, sagt Experte Prax.

Doch damit nicht genug: Fünf pharmazeutische Großhändler, die die lokalen Apotheken mit Medikamenten versorgen, beherrschen den deutschen Markt weitgehend. Allen werden Ambitionen nachgesagt, auf den lokalen Märkten auch direkt aufzutreten. Der Großhändler Gehe/Celesio ist durch den Kauf von DocMorris in diesem Jahr und dem damit verbundenen Filialisierungskonzept schon einen Schritt weiter gegangen. Mehr als die Hälfte der heute über den Großhandel vertriebenen Pharmazeutika wird mittel- bis langfristig direkt von den Herstellern an die Apotheken vertrieben werden; prophezeit die Unternehmensberatung Booz Allen Hamilton nach einer Befragung von Führungskräften der größten europäischen Pharmakonzerne. „Wenn Apothekenketten ab voraussichtlich 2009 auch in Deutschland möglich sind, können Pharmaunternehmen einfacher flächendeckende Belieferungsverträge abschließen“, so Isabelle Erb-Herrmann, Mitglied der Geschäftsleitung von Booz Allen Hamilton.

Und Prax ahnt noch mehr Ungemach für die Traditionellen Apotheker: „Im Ausland verkünden mehrere Apotheken-Ketten sowie Finanzinvestoren und Private Equity Häuser Wachstumsraten ihres Apothekengeschäfts, das auf den angestammten Heimatmärkten unmöglich zu erzielen ist. Deutschland als bevölkerungsreichstes und finanzstarkes Mitglied der EU wird bei der Erreichung der verkündeten Ziele vorrangiges Operationsgebiet sein.“

Es zeichnet sich also ein Kampf David gegen Goliath ab, wobei die lokalen Apotheker nach dem allgemein erwarteten EU-Urteil gleich von mehreren, finanzstarken, global operierenden Goliaths bedroht werden. Prax: „Das wird Einfluss auf jeden Bundesbürger haben. Schließlich schätzt dieser als Patient die bisher gewohnt schnelle Erreichbarkeit sowie kompetente Beratung seines Apothekers.“

Lässt sich die sich abzeichnende drastische strukturelle Veränderung der gesamten Apothekerbranche – eine rasante Wiederholung des Tankstellen- oder Kino-Sterbens – durch eine kluge strategische Neuausrichtung der lokalen Apotheker noch verhindern? Branchenanalytiker Prax verbreitet mit dem Beispiel der Schweizer Uhrenindustrie Mut. Diese habe unter dem Konglomerat „Swatch“ vorexerziert, wie Angriffe im digitalen Zeitalter erfolgreich pariert werden. Die Apotheker und ihre Kammern müssten eben ihre Strategien hinsichtlich Kundenbindung, eigene Filialisierung, Sortimentserweiterung und Kostensenkung überdenken – „und sich dabei eines versierten Unternehmensberaters bedienen“, meint Prax nicht ganz uneingennützig.