Perspektiven für die Apotheke vor Ort

***Von Daniel Zehnich****, Leiter des Bereichs Gesundheitsmärkte und Gesundheitspolitik   
bei der Deutschen Apotheker- und Ärztebank (apoBank)*

Die von der apoBank in 2018 finanzierten Apothekengründungen nahmen im Vergleich zum Vorjahr zu, doch im Gesamtmarkt sieht die Entwicklung leider anders aus - ein nicht unerheblicher Teil muss schließen: Schätzungsweise rund 40 Prozent der potenziell angebotenen Apotheken finden keinen Nachfolger. Insbesondere Inhaber kleiner Apotheken - die aber nicht nur auf dem Land sondern genauso in Großstädten anzutreffen sind - haben Schwierigkeiten, ihr Lebenswerk weiterzugeben. So wird die Apothekendichte in Deutschland allmählich geringer. Und natürlich zeigen sich die Trends der anderen Heilberufsgruppen, wie z. B. zur Anstellung, auch bei den Apothekern: So steigt hier die Anzahl der Angestellten seit Jahren kontinuierlich, bei gleichzeitig sinkender Zahl der Apothekeninhaber. Welche Perspektiven hat also die Apotheke vor Ort? Welche Rolle spielen dabei die Versandapotheken? Und wie kann man die junge Generation für die Selbständigkeit in einer eigenen Apotheke begeistern?

**Apotheke als zentraler und lokaler Gesundheitsplayer**

Das Umfeld der Apotheken – geprägt durch intensiven Wettbewerb, zunehmende Digitalisierung sowie gesetzliche Regulierungen aus Berlin und Brüssel – wird anspruchsvoller. Auch die Versandapotheken sorgen für Verunsicherung im Markt. Ganz konkret beschäftigt viele Apotheker die Frage, ob es der Politik wirklich gelingt, die Gleichpreisigkeit bei rezeptpflichtigen Arzneimitteln zwischen dem Apothekenversandhandel und den Apotheken vor Ort wiederherzustellen. Spannend wird auch die Einführung des elektronischen Rezeptes: Wie werden die Kunden damit umgehen? Wird der Versandhandel häufiger genutzt? Grundsätzlich wird sich in Zeiten von Online-Sprechstunde, Telemedizin und elektronischem Rezept der Versandhandel nicht aufhalten lassen. Aber gerade die jüngst eingeführten oder geplanten Bestellplattformkonzepte können ein wichtiger Baustein sein, um die Apotheke vor Ort mit zentralen Online-Lösungen zu stärken. Doch die lokalen Kompetenzen wie die fachliche, individuelle Beratung, der direkte empathische Austausch und die spontane Hilfestellung bleiben weiterhin die Alleinstellungsmerkmale der Apotheker. Und gerade in diesem Servicebereich liegen die Stärke und das Zukunftspotenzial der Apothekerschaft.

**Junge Apotheker trauen sich**

Die jüngste apoBank-Analyse zu den Apothekengründungen zeigt, dass der Anteil der jüngeren Gründer stark gestiegen ist. Es stimmt sehr zuversichtlich, dass es trotz aller Unsicherheiten nach wie vor zahlreiche junge Pharmazeuten gibt, für die mit der Niederlassung in der eigenen Apotheke ein Lebenstraum in Erfüllung geht. Und in der Regel ist das auch finanziell schon nach kurzer Zeit ein lohnendes Unterfangen: Unsere Auswertungen belegen, dass die Existenzgründer bereits im ersten Jahr einen Umsatz erzielen, der in etwa dem Durchschnitt der gesamten Apothekerschaft entspricht. Auch das durchschnittlich erzielte Betriebsergebnis von rund 150.000 Euro kann sich durchaus sehen lassen, denn es erreicht nach so kurzer Zeit bereits etwa 95 Prozent des Ergebnisses aller ausgewerteten Apotheken. Um eine solche Benchmark zu erreichen, ist es von Vorteil, wenn der pharmazeutische Nachwuchs auf vorhandene solide Strukturen aufbauen kann.

**Apotheken gut in Schuss halten**

Die Formel für die Nachfolgersuche ist also: Je attraktiver die Ausgangssituation für den Gründer, desto besser die Aussichten auf eine erfolgreiche Abgabe. Deshalb werden im Regelfall Apotheken, die keinen Investitionsstau aufweisen, auf dem neuesten technologischen Stand sind und in der örtlichen Gesundheitsstruktur gut vernetzt sind, zum Zeitpunkt der Übergabe klar im Vorteil sein. Und weil das Angebot an Apotheken wächst – in den nächsten Jahren wird etwa ein Drittel der Apothekeninhaber im Rentenalter sein - ist es ratsam, die Abgabe rechtzeitig vorzubereiten. Bis es soweit ist, sollte die Apotheke immer gut in Schuss gehalten werden - das heißt, immer wieder hinterfragen: Was macht meine Apotheke besonders? Bin ich der Gesundheitsplayer vor Ort? Gibt es Kooperationen, beispielsweise mit Pflegeheimen? Wurde laufend investiert? Welche speziellen Dienstleistungen biete ich an? Gibt es eine Digitalisierungsstrategie? Es gilt also mehr denn je: Bereitschaft und Mut zur Veränderung sind elementar, um auf neue Anforderungen mit neuen Ideen und Lösungen zu reagieren und mit der Zeit zu gehen.

*Die Deutsche Apotheker- und Ärztebank bietet Apothekern Beratung und Unterstützung bei Nachfolgeplanung und bei Vorbereitung der Apothekenabgabe:*[*www.apobank.de/apotheke\_verkaufen.html*](http://www.apobank.de/apotheke_verkaufen.html)