

Pressegespräche – 7. Großhandelstag am 20. Mai 2015 in Berlin

Statement: Wie entwickelt sich der vollversorgende Großhandel?

In der Presse wird immer wieder darüber spekuliert, wie oder wohin sich der pharmazeutische Großhandel entwickelt. Durch Wechsel in der Eigentümerposition werden solche Überlegungen weiter beflügelt. Deswegen möchte ich gleich als erstes festhalten, dass sich alle PHAGRO-Mitglieder dem Prinzip der herstellernerutralen Vollversorgung verpflichtet fühlen. Inhaltlich gibt es hier keine Neupositionierung, unabhängig davon, welcher Nationalität die Eigentümer sind, oder in welchen Ländern man sonst tätig ist.

Auch der europäische pharmazeutische Großhandelsverband GIRP vertritt in seinen erneuerten Statuten nach wie vor die klassische Großhandelsdistribution des vollversorgenden Großhandels.

Das ist ganz leicht nachzuvollziehen. Als Dienstleister tut man gut daran, sich an den Bedürfnissen seiner Kunden auszurichten.

Auch sind die Märkte im Arzneimittelbereich weitgehend national geregelt. Allerdings muss man sehen, dass im Bereich der EU Harmonisierungsbestrebungen nicht zu verkennen sind.

Es ist überhaupt weltweit ein interessanter Veränderungsprozess zu beobachten. Bei der Industrie haben in letzter Zeit mehrere große Übernahmen stattgefunden, und auch im pharmazeutischen Großhandel hat es die gegeben.

Die Frage danach, wie sich der vollversorgende pharmazeutische Großhandel in Zukunft positioniert, stellt sich also zu recht.

Alle Entwicklungen im Großhandel sind davon geprägt, dass über 80 Prozent des Großhandelsumsatzes mit rezeptpflichtigen Arzneimitteln getätigt werden. Die Großhandlungen können sich in dem Bereich nur marginal in ihren Leistungen unterscheiden. Es gibt selbstverständlich eine fortwährende Entwicklung aufgrund neuer Techniken und Logistikmethoden, aber eigene Alleinstellungsmerkmale dauerhaft zu erreichen ist schwierig. Der Wettbewerb schläft schließlich nicht.

Die restlichen 20 Prozent freiverkäufliches Sortiment reichen jedenfalls nicht aus um tatsächlich Wettbewerbsvorteile zu erlangen. Die Reduzierung auf einen reinen Preiskampf kann aber kein Zukunftsmodell sein.

Veränderungen sind daher in der Erweiterung der Wertschöpfungskette zu erkennen. In der Arzneimitteldistribution spricht man von folgenden fünf Schritten: der Produktion, dem Pre-Wholesaling, dem Großhandel, der Apotheke und dem Patienten. Es ist logisch, dass der Großhandel versucht, neue Geschäftsfelder zu besetzen und sich gegenüber seinen direkten Partnern noch besser zu profilieren.

Den entscheidenden Anstoß für die Erkenntnis, dass auch bei Herstellern ein Bedarf an speziellem Großhandels know how besteht, hat letztendlich der nicht erfolgreiche Versuch der Einführung des DTP-Modells (Direkt-to-Pharmacy) gegeben. Die Reduzierung der Großhandelsfunktion auf die reine Logistik hat PHAGRO verhindert. Nur die Handlungsfunktion des Großhandels als unabdingbare Voraussetzung der Herstellerneutralität und damit der Vollversorgung trägt den Anforderungen der Apotheken genügend Rechnung. Nur so kann sichergestellt werden, dass Patienten mit allen nachgefragten Arzneimitteln schnell, sicher und bedarfsgerecht versorgt werden. Das hat der Gesetzgeber – jedenfalls in Deutschland und Frankreich – erkannt. In diesen beiden Ländern gibt es deshalb einen gesetzlichen Belieferungsanspruch für vollversorgende pharmazeutische Großhandlungen, was einer Umsetzung des DTP-Modells entgegensteht.

Richtung Apotheken besteht in Deutschland das Fremdbesitzverbot. Zudem haben Erfahrungen mit Apothekenketten in den Ländern der EU, wo es kein Fremdbesitzverbot gibt (und das sind die meisten), keine signifikanten Vorteile von Ketten gegenüber inhabergeführten Apotheken gezeigt. Auch die Befürworter, die sich von der „Liberalisierung“ gewisse Spareffekte erhoffen, sind bis jetzt die Beweise dafür schuldig geblieben, dass Ketten wirtschaftlicher als Einzelunternehmen arbeiten.

Es soll an dieser Stelle aber nicht verschwiegen werden, dass sich der Großhandel neu positionieren müsste, sollte das Fremdbesitzverbot eines Tages fallen.

In Deutschland gibt es jedoch derzeit eine andere Entwicklung: Apothekengruppierungen, die unabhängig von Großhändlern und in unterschiedlicher Ausgestaltung von der reinen Einkaufsgenossenschaft bis hin zur marketingstarken Gruppe mit Außenaustritt, agieren. Dies hat den Großhandel seinerseits veranlasst, sich stärker in von ihm unterstützten Kooperationen zu positionieren. Diese agieren national, in Zukunft ist aber nicht auszuschließen, dass hier Einkaufsmacht auch über die Grenzen hinaus gebündelt werden könnte.

Dienstleister ist der Großhandel aber nicht nur gegenüber seinen Kunden. Zumindest erscheint es für den Großhandel überlegenswert, eine stärkere Bindung zu Herstellern zu suchen, wie z. B. über eine Ausweitung in Richtung Pre-Wholesaling. Aufgrund seiner neutralen Stellung kann der Großhandel mit seiner Marktkenntnis und seinem Marketing know how objektive Lösungen für seine Partner erarbeiten. Sein exzellentes Warenmanagement hilft Herstellern bei der genaueren Planung ihrer Produktionszyklen und das Debitorenmanagement mindert selbst beim Direktvertrieb durch die Einschaltung des pharmazeutischen Großhandels das Inkassorisiko.

Alle diese Dienstleistungen bieten Herstellern, immer in Kombination mit dem klassischen Großhandelsgeschäft, eine attraktive Möglichkeit sich auf Forschung und Produktion zu konzentrieren.

Auch Apotheken können von einer Ausweitung der Großhandelsleistungen profitieren. Warenmanagement, Herstellernähe, Unterstützung durch Verkaufsförderung und Personalschulung und auch Eigenmarken. Am Beispiel der zahlreichen Rabattverträge und der überproportionalen Zunahme von hochpreisigen Produkten (seit 2010 Umsatz 104 Prozent, Absatz 64 Prozent) wird besonders deutlich, dass gerade dem Warenmanagement in der Apotheke eine immer größere Bedeutung zukommt.

Eine stärkere Nutzung des erweiterten Dienstleistungsangebotes durch Apotheken funktioniert jedoch nur, wenn ein entsprechendes Vertrauensverhältnis existiert bzw. aufgebaut wird. Denn wenn die Beratung effektiv sein soll, bedarf es tiefer Einblicke.

Vertrauen ist der zentrale Punkt einer jeden Geschäftsverbindung. Tiefgreifende Skepsis bezüglich der Lauterkeit der Absichten besteht aber auf allen Seiten, so dass die Dinge sich nur sehr langsam entwickeln.

Auch die Unternehmensform des jeweiligen Großhandels spielt bei der zukünftigen Entwicklung eine Rolle. Grob betrachtet haben wir es hier mit drei Typen zu tun, den Publikumsgesellschaften, den Privatunternehmen und den Genossenschaften.

Der Genosse als Teilhaber und in den Gremien als direkt Beeinflussender sieht zunächst einmal sein eigenes Tagesgeschäft vor Ort und weniger eine internationale Großhandelsstrategie. Aber auch die Genossenschaften haben inzwischen angefangen sich international aufzustellen. Es liegt auf der Hand, dass sie sich aufgrund ihrer Eigentümerstruktur vorwiegend der Ausweitung von Dienstleistungen gegenüber den Apotheken widmen.

Die Privatunternehmen stehen meist im Familienbesitz und operieren regional. Um eine stärkere Verhandlungsposition gegenüber Herstellern zu haben, haben sie sich in Deutschland in Pharma Privat zusammengeschlossen und treten auch bei unserem europäischen Dachverband GIRP als ein Unternehmen auf. Hier hat die Internationalisierung also ebenfalls stattgefunden. Angesichts der inhaberdominierten Marktnähe orientieren sie sich in der Erweiterung der Wertschöpfungskette mehr in Richtung Apotheken.

Der internationale Aspekt ist vor allem deswegen nicht zu unterschätzen, weil es im europäischen Ausland nur noch wenige national tätige Gesellschaften gibt. Im Grunde wird das europäische Geschäft von drei Konzernen geprägt. Die Ausweitung der Marktpräsenz auf teilweise mehr als zwanzig Länder haben diese nicht zuletzt mit Hilfe ihrer starken Finanzkraft geschafft.

Zwar haben Hersteller trotz vielfach weltweiter Präsenz aufgrund der weitgehend national geprägten Gesetzgebung bislang ihre nationalen Vertriebsstrukturen aufrechterhalten. Die Internationalisierung des Großhandels eröffnet aber neue Aspekte auf einen möglichen Mehrwert in der Zusammenarbeit über die Ländergrenzen hinweg.

Abschließend möchte ich die Antwort auf die Frage der zukünftigen Positionierung des vollversorgenden Großhandels folgendermaßen präzisieren:

Die vollversorgende Großhandelsbranche wird auch zukünftig dem Prinzip der herstellernerneutralen Vollversorgung treu bleiben und die Dienstleistungen gegenüber Herstellern und Apotheken erweitern. Die einzelnen Unternehmen werden sich darüber hinaus über internationale Aktivitäten definieren.