



Ein Erfahrungsbericht aus der Versandapotheken-Branche

Der Markt

Der Onlinehandel im Pharmabereich boomt, der Handel mit gefälschten Arzneimitteln leider auch. Die Weltgesundheitsorganisation (WHO) schätzt, dass es sich bei beinahe jedem zweiten im Internet gekauften Medikament um eine Fälschung handelt, was einem jährlichen finanziellen Schaden von ca. 75 Milliarden Dollar für die Pharmaindustrie entspricht (GENIOS BranchenWissen Nr. 10, 20.10.2011). Über das Internet ist beinahe alles zu bekommen, was der Arzneimittelmarkt hergibt.

„Medikamente zu fälschen ist nicht nur technisch einfacher als illegale Drogen herzustellen, es ist auch lukrativer, wenn man bedenkt, dass zum Beispiel 1 Kilogramm Viagra auf dem Schwarzmarkt etwa 90 000 Euro bringt, dieselbe Menge Heroin dagegen nur 50 000 Euro.“

Quelle: Astrid Kaunzinger, „Wirkstoffgehalt Glückssache“, PZ online, 34/2011

Ergebnis Preiseck Studie Online-Apotheken 2013		
Unternehmen	Punkte*	Rang
Medikamente-per-klick.de	75,6	1
Juvalis	79,5	2
Shop-Apotheke.com	83,7	3
EU-Versandapotheke	83,9	4
Besamex	84,4	5
Apo-Rot	84,6	6
Apotal.de	85,5	7
Apotheke.de	86,7	8
Apodiscounter.de	87,3	9
Europa Apotheek Venlo	87,4	10
Apotheke Zur Rose	90,7	11
Deutsche Internet Apotheke	91,5	12
Mediherz.de	91,5	13
Medpex	91,5	14
Versandapo.de	93,1	15
Sanicare-Apotheke	93,6	16
Mycare	93,7	17
Doc Morris	94,0	18
Aponeo	94,6	19
Euro-Apotheke Eurapon	95,0	20
Vitalsana	97,0	21

* Durchschnittspreis in Euro für einen Warenkorb bestehend aus 14 häufig nachgefragten Produkten. Unterschiedlich Ränge trotz gleichen Preises werden durch Unterschiede auf der zweiten Nachkommastelle verursacht.

Ob Schlaf- Kopfschmerz- oder Allergietabletten, Krebs- oder HIV-Medikamente, Anabolika oder Nasenspray, ob rezeptpflichtig oder nicht. Das Internet bietet viele Schlupflöcher und so wundert es nicht, dass das Bundeskriminalamt bereits 2009 insgesamt 72 Websites abgeschaltet hat, die in Deutschland gefälschte Medikamente verkauft haben (Evolution Health, zitiert auf pfizer.de, „Arzneimittelfälschungen: Zahlen und Fakten“). „Wenn wir die eine Seite zumachen, nutzen sie eben eine der zwanzig anderen, die sie parallel aufgebaut haben“, wird ein Zollfahnder auf Spiegel Online zitiert. „Sie tragen Namen wie ´gesunde-superapotheke24.net´ in allen Schreibweisen, mit und ohne Bindestrich. In allen Länderendungen. Der Phantasie sind keine Grenzen gesetzt“, ergänzt die Autorin Nicola Kuhrt. (spiegel.de, „Lebensgefahr per Mausclick“, 09.07.2012). Im Internet ist demnach Vorsicht geboten. Wer auf Nummer sicher gehen will, wirft einen Blick in das Versandapothekenregister des Dimdi (Deutsches Institut für Medizinische Dokumentation und Information), einer nachgeordneten Behörde des Bundesministeriums für Gesundheit. 2013 ist ein Pilotversuch zur Fälschungsabwehr der Initiative securPharm gestartet. Danach werden zunächst ausgewählte rezeptpflichti-

ge Arzneimittel mit einem Matrix-Code ausgestattet, der eine packungsindividuelle Seriennummer enthält, die datenbanktechnisch erfasst wird und jede Packung einzigartig macht. Damit ist zumindest die legale Vertriebskette gesichert, der Online-Versandhandel nicht. Auf EU-Ebene wird an weiteren standardisierten Richtlinien gegen die Fälscher gearbeitet. Wenn auch Vorsicht geboten ist, den Preis als alleiniges Kaufkriterium heranzuziehen – für verschreibungspflichtige Medikamente sind seit 2012 Rabatte ohnehin untersagt –, Vergleiche lohnen sich für die Verbraucher in jedem Fall.

Ergebnis Serviceanalyse Studie Online-Apotheken 2013			
Unternehmen	Punkte*	Rang	Qualitätsurteil
Mycare	78,9	1	gut
Aponeo	78,6	2	
Medpex	75,4	3	
Deutsche Internet Apotheke	75,4	4	
Versandapo.de	74,8	5	
EU-Versandapotheke	74,7	6	
Euro-Apotheke Eurapon	73,8	7	
Mediherz.de	73,2	8	
Doc Morris	73,1	9	
Apotheke Zur Rose	72,5	10	
Besamex	71,8	11	
Vitalsana	70,0	12	befriedigend
Apotal.de	69,8	13	
Shop-Apotheke.com	69,4	14	
Apotheke.de	68,0	15	
Europa Apotheek Venlo	67,1	16	
Apo-Rot	66,4	17	
Apodiscouter.de	66,2	18	ausreichend
Sanicare-Apotheke	55,8	19	
Juvalis	54,7	20	
Medikamente-per-klick.de	53,7	21	

* Punkte auf einer Skala von 0 bis 100 (100 Punkte sind maximal erreichbar). Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben. Unterschiedliche Ränge trotz gleicher Punktzahl werden durch Unterschiede auf der zweiten oder dritten Nachkommastelle verursacht.

Quelle: Deutsches Institut für Service-Qualität für n-tv, 21.06.2013

Eine Studie des Deutschen Instituts für Service-Qualität hat im Auftrag von n-tv insgesamt 21 Internet-Anbieter im Hinblick auf Preisunterscheide und Servicequalität unter die Lupe genommen. Bei der Preisanalyse hat die Studie einen Warenkorb aus 14 häufig nachgefragten Produkten zugrunde gelegt, der eine Preisersparnis von 22 Prozent zwischen dem teuersten und günstigsten Shop ergeben hat, wobei der günstigste Shop in puncto Servicequalität gleichzeitig auf dem letzten Platz gelandet ist (n.tv.de, „Online-Apotheken im Test“, 21.06.2013).

Dass im Online-Pharmahandel insgesamt noch großes Potential schlummert, belegt auch eine Meldung des Bundesverbandes Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V. (BITKOM). Danach haben bereits mehr als 16 Millionen Bundesbürger (gegenüber 9 Millionen Anfang 2011) frei verkäufliche oder apotheken- und verschreibungspflichtige Arzneimittel bei den rund 3.000 zugelassenen Online-Apotheken bestellt. Das ist fast jeder dritte Internet-Nutzer (BITKOM, Presseinformation, „Online-Medikamentenkauf in Deutschland immer beliebter“, 11.02.2013).

Unser Kunde

Bei unserem Referenzkunden handelt es sich um eine deutsche Internetapotheke mit weit ins vergangene Jahrhundert zurückreichender klassischer Apothekenerfahrung. Das Unternehmen beliefert europaweit Kunden im 5-stelligen Bereich und verfügt über eine durchweg positive Reputation. Besonderer Wert wird überdies auf eine fundierte Beratung der Kunden gelegt.

Fallbeispiel

Im konkreten Fall sahen wir uns der Herausforderung gegenüber, mit dem TPO Data Service zur automatischen Preisbeobachtung rund 1.600 Artikel in 14 Shops zu beobachten und auszuwerten. Herausforderung deshalb, weil uns die Ergebnisse aus der Testphase erneut zu einer Modifizierung des TPO geführt haben. Die üblicherweise über die Pharmazentralnummer (PZN) gesteuerte Suche lieferte bisweilen alle Varianten des jeweiligen Produktes in den Shops (z.B. große, mittlere und kleine Verpackungen), obwohl die PZN die Arzneimittel üblicherweise nach Bezeichnung, Darreichungsform, Wirkstoffstärke und Packungsgröße eindeutig kennzeichnet. Mit einer Filterlösung konnten wir schließlich das Problem lösen und eine Eindeutigkeit bei der Zuordnung erreichen. Ferner konnten wir unseren Kunden auch davon überzeugen, dass es nicht notwendig ist, „hunderte“ von Shops zu beobachten, die unserer Ansicht nach nicht marktrelevant sind und nur wenig Aufschluss über die eigene Preispolitik liefern. Letztlich ist es völlig ausreichend, in den „richtigen“ Shops (die auch von den Kunden gefunden werden) nach den relevanten Preisen zu suchen.

Über uns

tripuls „lebt“ seit 1999 **Internet** und konzentriert sich auf Technik mit echtem Marktwert. Unsere Mitarbeiter denken **einfach** im Sinne von bedienungsfreundlich, verständlich und zielführend. Wir stehen für Projekte, die **erfolgreich** sind und haben Ihren Nutzen stets im Blick. Die tripuls media innovations gmbh ist eine inhabergeführte Full-Service Agentur und rangiert im bundesweiten Agenturranking unter den TOP 200.

Als E-Commerce-Spezialist beschäftigen wir uns seit 2005 mit dem Thema Preisbeobachtung und zählen durch die Markteinführung des TPO Tripuls Price Observers zu den Pionieren der modernen Preisfindung. Der TPO Data as a Service ist in der Kategorie E-Commerce Finalist beim eco Internet Award 2013 gewesen, einer Auszeichnung des Verbands der deutschen Internetwirtschaft e.V. Unser Dienst versorgt Hersteller, Händler und Dienstleister sowohl aus dem stationären als auch aus dem Online-Business mit Preisinformationen aus dem Internet.



Kontakt

Sie haben Anregungen zum Erfahrungsbericht?
Ich freue mich über Ihre Kontaktaufnahme!

Oliver Dietz
Senior Consultant
o.dietz@preismonitoring.de

