Juni | 2025

apotheken markt

Bild: kohlpharma GmbH/Adobe Firefly

Vor-Ort und online
Die zunehmende Bedeutung eines modernen professionellen Websiteauftritts

KI in der Apotheke
Wie Künstliche Intelligenz die Versorgung neu definieren kann

Who is who!

Gesundheitspolitische Köpfe der Regierungskoalition

Insiderwissen im Gesundheitswesen

KOHL MEDICAL AG

Vielen Dank

Im Rahmen der 15. Umfrage zur „Coop-Study“ 2025 zur Zufriedenheit mit und der Leistung von den relevanten Partnern der Apotheke haben Sie kohlpharma erneut auf Platz 1 und damit zum „Besten Arzneimittelimporteur“ gewählt.

Wir bedanken uns bei Ihnen für diesen erneuten Vertrauensbeweis!

Auch in Zukunft werden wir uns für Ihre wirtschaftlichen Interessen, eine kostenbewusste Arzneimittelversorgung und das Wohl Ihrer Patienten einsetzen.

kohlpharma

Einfach MehrWert.

Editorial

Liebe Leserin, lieber Leser,

zum Erscheinungstermin unserer letzten Ausgabe Ende April war die Tinte unter dem Koalitionsvertrag gerade trocken. Die Apotheken durften sich über eine ungewohnt detaillierte und zudem positive Beachtung freuen.

Die Packungspauschale soll einmalig auf 9,50€ angehoben und ab 2026 jährlich neu zwischen dem DAV und dem GKV-Spitzenverband ausgehandelt werden, was die lang ersehnte Rückkehr zur Dynamisierung bedeuten würde. Das Skonto soll gesetzlich neu und eindeutig im Sinne der Apotheken geregelt werden und die Null-Retaxation aus formalen Gründen soll bald der Vergangenheit angehören. Ebenso wie die ungleichen Regeln bezüglich der Einhaltung der Kühlkette zwischen Vor-Ort-Apotheke und dem Versandhandel aus dem EU-Ausland.

Die Weiterentwicklung des Heilberufes Apotheker ist ein weiterer noch unbestimmter Schritt in die Richtung einer stärkeren Einbindung in die Gesundheitsversorgung. Ob dieser gefühlte Bedeutungsgewinn sich auch faktisch ökonomisch auswirkt, wird die Diskussion und die gesetzgeberische Ausgestaltung nach der Sommerpause zeigen.

Was auch immer sich Regierungen mit ihrem Koalitionsvertrag quasi ins Lastenheft schreiben, in der Umsetzung kommt es nicht unwesentlich auf den Gestaltungswillen, die Gestaltungskraft und die Durchsetzungsfähigkeit Einzelner an, die die jeweiligen Themen in Amt und Mandat verantworten. In den letzten Wochen drehte sich das Personalkarussell. Nachdem der Koalitionsvertrag bei den jeweiligen Partnern CDU, CSU und SPD die verschiedenen Gremien erfolgreich durchlaufen hatte, gaben die Parteien nach und nach ihr Spitzenpersonal für die Regierungsämter bekannt.

Neben Ministern und Staatssekretären gab es auch im Parlament nach seiner Konstituierung viele Veränderungen. Die Fraktionen besetzten anteilig die Fachausschüsse und bestimmten die verschiedenen Funktionen wie Ausschussvorsitzende, fachpolitische Sprecher, Obleute und Berichterstatter. Die Strukturen und Abläufe im Politikbetrieb, die Rollen und Verantwortlichkeiten der Funktionsträger sind durchaus komplex.

Unser Titelbeitrag möchte Ihnen das „Who is who“ der wichtigsten Personen für den Apothekenmarkt vorstellen. Aus Platzgründen mussten wir uns zunächst auf die Regierungsämter und die die Regierung bildenden Koalitionspartner CDU/CSU und SPD beschränken.

Herzlichst
Ihr

Edwin Kohl

Inhalt

04 Who is who!
Gesundheitspolitische Köpfe der Regierungskoalition
von Karsten Wurzer

08 Vor-Ort und online
Die zunehmende Bedeutung eines modernen professionellen Websiteauftritts
von Marc Kirch

11 KI in der Apotheke
Wie Künstliche Intelligenz die Versorgung neu definieren kann

12 E-Rezept in Apotheken
Trotz Umsetzungshürden positive Resonanz

13 kurz und bündig

14 Leben mit Stil

Who is who!

Gesundheitspolitische Köpfe der Regierungskoalition

Von Karsten Wurzer

Der Bruch der Ampel-Koalition und die in der Folge vorgezogene Neuwahl zum 21. Deutschen Bundestag führte zu einer neuerlichen Bildung einer schwarz-roten Koalition mit einer abgestraften SPD auf Platz drei gemessen an der Zahl der gewonnenen Mandate. Insbesondere in Apothekerkreisen war man dann gewissermaßen erleichtert, als nach den Koalitionsverhandlungen die künftigen Regierungsparteien die Ressorts untereinander aufteilten und Gesundheit bei der CDU landete. Zu groß war die Befürchtung, dass die SPD wieder mit Karl Lauterbach das Thema besetzen könnte, der „gerne weitergemacht hätte". Neben der ausgetauschten ministeriellen Spitze findet man auch im Gesundheitsausschuss einige neue Gesichter bzw. neue Verantwortliche in Schlüsselpositionen. Das folgende who is who will Ihnen die wesentlichen Positionen und Personen der Regierungskoalition vorstellen.

Bild: kohlpharma GmbH/Adobe Firefly

Nina Warken – die Überraschungsministerin!?

Bis zuletzt stand Nina Warken auf so gut wie keinem Zettel der gesundheitspolitischen Beobachter in Berlin. Wie mit dem Digitalminister aus der freien Wirtschaft hat auch hier Kanzler Merz selbst große Teile in den eigenen Reihen überrascht. Immerhin ist sie parteintern keine Unbekannte und hat sich in den letzten 25 Jahren ihrer CDU-Mitgliedschaft über viele andere Verwendungen eine starke Position erarbeitet. Die gebürtige Bad Mergentheimerin hat Jura in Heidelberg studiert und war seit 2006 bis zu ihrer Ernennung zur Gesundheitsministerin als Anwältin in der Familienkanzlei ihres Schwiegervaters im Saarland tätig.

Es liest sich wie die klassische Parteikarriere, die in der Jungen Union begann. Stadträtin, Kreistag daneben Kreisvorsitz, stellvertretende Bezirksvorsitzende und stellvertretende Bundesvorsitzende der Jungen Union. Ihr Weg in der Frauen-Union führte sie vom Kreisvorsitz bis zur neuen Bundesvorsitzenden, zu der sie kurz nach der Ministerernennung gewählt wurde. Parteiintern ist die Frauenunion ein nicht unerheblicher Machtfaktor.

Ihre bundespolitische Karriere begann 2013. Seitdem ist sie mit kurzer Unterbrechung Abgeordnete des Deutschen Bundestages. In der vergangenen Legislatur übernahm sie zusätzlich die Funktion der Parlamentarischen Geschäftsführerin ihrer Fraktion. Das bedeutet viel Arbeit hinter den Kulissen. Abstimmungen mit den Kolleginnen und Kollegen der anderen Fraktionen sowie dem Ältestenrat für einen funktionierenden Parlamentsbetrieb. Nicht zuletzt halten die parlamentarischen Geschäftsführer gemeinsam mit dem Fraktionsvorsitz die eigenen Truppen zusammen. Warken weiß also, wie der Politikbetrieb parteiintern und fraktionsübergreifend und hinter den Kulissen funktioniert und wen sie innerhalb der Koalition mitnehmen muss, um als Ministerin erfolgreich gestalten zu können

Ihr bisheriger Schwerpunkt war die Innen- und Rechtspolitik, u.a. als Berichterstatterin der Unionsfraktion für Asylrecht, Zivil- und Katastrophenschutz sowie Ehrenamt. Einige sehen in ihrer fehlenden gesundheitspolitischen Expertise einen Malus. Andere wiederum setzen in diese „Unabhängigkeit"

ihre Hoffnung, dass sie das große Ganze über die Partikularinteressen der zahlreichen Player im Gesundheitswesen nicht aus den Augen verliert. Immerhin will die Koalition strukturelle Reformen liefern und nicht weiter an Symptomen „herumdoktorn“.

Als Politikerin aus dem ländlichen Raum setzt sie auf Dialog und Zusammenarbeit mit den Beteiligten im Gesundheitswesen und sieht die Priorität bei einer stabilen Arzneimittelversorgung durch die Stärkung der Vor-Ort-Apotheken. Für Warken sind die Apotheken eine tragende Säule in der Arzneimittelversorgung und sie erkennt den erheblichen wirtschaftlichen Druck, verursacht durch die Inflation sowie gestiegene Personal- und Energiekosten und bürokratische Auflagen. Auch auf ihrer Agenda: die Förderung der Gesundheitswirtschaft und der Pharmaindustrie.

Tino Sorge – erfahrener Gesundheitspolitiker

Der Adenauer-Stipendiat und Volljurist Tino Sorge kam über die Ministerialbürokratie in seiner Heimat Sachsen-Anhalt in die Politik. Sein Name war einer der ersten, die in Berlin für das Ministeramt gehandelt wurden, als das Ressort auf die CDU fiel. Erfahren und trotzdem noch jung und aus dem Osten – so die schnelle Analyse vieler Beobachter. Immerhin ist er seit 2013 Bundestagsabgeordneter und geht in seine vierte Periode.

Wie seine Ministerin ist Sorge ein Parteigewächs aus dem Lehrbuch: Junge Union, politische Arbeit auf Kreisebene, u. a. in der Mittelstands- und Wirtschaftsunion. In seinen ersten Jahren lag einer seiner Schwerpunkte auf Themen der Digitalisierung u.a. der Telematik-Infrastruktur und der elektronischen Patientenakte. Als langjähriges Mitglied im Ausschuss für Gesundheit und in der letzten Legislatur auch als Vorsitzender der Arbeitsgruppe Gesundheit und als gesundheitspolitischer Sprecher der CDU/CSU-Bundestagsfraktion bringt Sorge als Parlamentarischer Staatssekretär die gesundheitspolitische Expertise mit, auf die sich die Ministerin sicher abstützen kann.

Mit Sorge kümmert sich ein erklärter Freund um die Belange der Apotheken. Zwar befürwortet er den Versandhandel, aber nicht auf Kosten der Vor-Ort-Apotheken. Zudem setzte er sich für gleiche Bedingungen bei Lagerung und Transport von Arzneimitteln für Versandhändler und Präsenzapotheken ein. Schon als gesundheitspolitischer Sprecher unterstützte er Maßnahmen zur Stärkung der Apotheken vor Ort, insbesondere durch Bürokratieabbau und wirtschaftliche Förderung. Die für die Apotheken erfreulichen Ergebnisse des Koalitionsvertrages sind nicht unmaßgeblich von Tino Sorge mitverhandelt worden.

Dr. Georg Kippels – der Netzwerker

Der dritte Volljurist im Dreigestirn des BMG ist Dr. Georg Kippels. Wie sein Staatssekretärskollege Tino Sorge ist er seit 2013 Mitglied des Deutschen Bundestages, holte dabei stets das Direktmandat und blickt zu diesem Zeitpunkt bereits auf eine lange Karriere als selbstständiger Rechtsanwalt und Lokalpolitiker zurück. 2015 wechselte er von mehr wirtschaftspolitischen Themen zur Gesundheitspolitik. Der mitten im Dreieck Köln-Düsseldorf-Aachen geborene Rheinländer mit Studium in Köln und Düsseldorf ist das, was man landläufig eine Frohnatur nennt.

Wer die Liste seiner zahlreichen Mitgliedschaften und Ehrenämter auf lokaler und internationaler Bühne liest, versteht sofort, dass Dr. Kippels ein geborener Netzwerker ist. Mit seiner Ernennung zum Staatssekretär hat Ministerin Warken eine weitere gesundheitspolitisch erfahrene Hand, die die strukturellen Reformen mit anpacken soll.

Auch Kippels ist kein grundlegender Gegner des Versandhandels, befürwortet aber faire und ausgewogene Regelungen zwischen Versandhandel und Vor-Ort-Apotheken, die er ebenfalls als unverzichtbarer Akteur in der Arzneimittelversorgung insbesondere in der Fläche stärken will.

Bis zum Redaktionsschluss (17.06.) war noch kein offizielles neues Organigramm des BMG bekannt. In den berühmten, wohl informierten Kreisen war jedoch zu vernehmen und vereinzelt berichtet, dass die Abteilung 1 mit den Unterabteilungen Arzneimittel und Apotheken in der Zuständigkeit zwischen den beiden Staatssekretären aufgeteilt werden soll. Den Bereich Arzneimittel soll demnach Sorge übernehmen, der auch die Bereiche Digitalisierung, Innovation sowie GKV und PKV bekommt. Wohingegen Kippels für die Apothekenpolitik zuständig wäre sowie für Medizinprodukte, Betäubungsmittel , aber auch Berufsrecht, Pflege und Öffentlicher Gesundheitsdienst/Prävention und Globale Gesundheitspolitik. ➤

Ausschuss für Gesundheit

Neben der politischen Spitze des Gesundheitsministeriums als Teil der Exekutive der Bundesregierung spielt natürlich der Gesetzgeber eine entscheidende Rolle im politischen Gestaltungs- und Willensbildungsprozess. Die Fachausschüsse bilden aufgrund ihrer Struktur und der anteiligen Besetzung ihrer Mitglieder quasi ein Mini-Parlament für ein spezielles Thema. Hier vollzieht sich die Detailarbeit, werden Gesetzesentwürfe beraten, Sachverständige angehört und letztlich die Beschlussempfehlung für die finale und formale Abstimmung im gesamten Plenum vorbereitet. Traditionell besetzt die Partei, die den jeweiligen Minister stellt, nicht den Ausschussvorsitz. Die Verteilung regeln die Fraktionen im Ältestenrat oder im Falle der Nichteinigung nach einem bestimmten mathematischen Verfahren, das die Stimmenverhältnisse in „Ziehungsrechte“ gewissermaßen umrechnet. Der Vorsitz für den Ausschuss für Gesundheit fiel für diese Legislatur auf die SPD.

Dr. Tanja Machalet

Die neue Vorsitzende hat viele Jahre lokal- und landespolitische Erfahrung – darunter gut zehn Jahre im rheinland-pfälzischen Landtag. Als Direktkandidatin ihres Wahlkreises Montabaur zog sie 2021 in den Bundestag ein und engagierte sich im Ausschuss für Arbeit und Soziales und als stellvertretendes Mitglied im Gesundheitsausschuss. Neben dem Ausschussvorsitz hat sie die Rolle als Berichterstatterin der SPD-Fraktion zu Apothekenthemen sowie Heil- und Hilfsmittelversorgung und Impfen übernommen. Die gelernte Bankkauffrau und promovierte Volkswirtin aus dem Westerwald kennt die Sorgen und Nöte des ländlichen Raums nicht nur in Bezug auf die Gesundheitsversorgung. Dabei betont sie die wichtige Rolle der Apotheken und will sich für deren Stärkung über die Verbesserung der wirtschaftlichen Bedingungen einsetzen.

Neben der Ausschussvorsitzenden, die die Sitzungsarbeit vorbereitet und leitet, spielen die gesundheitspolitischen Sprecher der Fraktionen eine wichtige Rolle. Wie der Name schon sagt, sind diese quasi die Stimme (und das Gesicht) ihrer Fraktion zu allen übergeordneten Fragen im Bereich Gesundheit. In der Regel sind sie auch die Vorsitzenden des jeweiligen Arbeitskreises der Fraktion und damit maßgeblich an der gesundheitspolitischen Strategie und Positionierung sowie der internen Meinungsbildung beteiligt.

Gesundheitspolitische Sprecher

Simone Borchardt

Die CDU berief mit Simone Borchardt eine erfahrene Gesundheitspolitikerin zu ihrer Sprecherin. Die studierte Pädagogin hat zusätzlich einen Master in Gesundheitsmanagement absolviert und arbeitete viele Jahre in verschiedenen Positionen bei der BARMER. Borchardt zog 2021 in den Bundestag ein und ist seitdem Mitglied im Gesundheitsausschuss. Auch sie setzt sich für faire Rahmenbedingungen zwischen Versandhandel und Präsenzapotheken ein und will die Vor-Ort-Apotheke gestärkt wissen, weshalb sie die Anhebung des Fixums sowie den Bürokratieabbau in der Apotheke befürwortet.

Dr. Christos Pantazis

Borchardts Pendant des Koalitionspartners SPD ist ebenfalls 2021 erstmals in den Bundestag eingezogen und vertritt als Direktkandidat seitdem den Wahlkreis Braunschweig. Der Humanmediziner aus Niedersachsen kennt natürlich den Krankenhausalltag und war bereits viele Jahre als Landtagsabgeordneter aktiv, bevor er in die Bundespolitik wechselte. Schon in der letzten Legislaturperiode übernahm er bereits als stellvertretender gesundheitspolitischer Sprecher und Berichterstatter für stationäre Versorgung sowie für die Finanzierung und Wettbewerb in der GKV schnell Verantwortung. Das Thema GKV-Finanzen begleitet er als Berichterstatter auch die nächsten vier Jahre.

Pantazis befürwortete früh die Einführung des eRezepts zur Verbesserung der Arzneimittelversorgung und unterstützt Maßnahmen zur Bekämpfung von Arzneimittel-Lieferengpässen. Mehrfach betonte er die Bedeutung der Apotheken für die Gesundheitsversorgung. Er hat zudem die Notwendigkeit hervorgehoben, Apotheken mehr Versorgungskompetenzen zu geben und die Rahmenbedingungen für ihre Arbeit zu verbessern. Er hat sich klar für die Erhöhung des Apothekenfixums auf 9,50 Euro ausgesprochen und darauf gedrungen, dass diese Erhöhung im Koalitionsvertrag festgeschrieben wird.

Obleute

Vertreten die Sprecher die gesundheitspolitische Strategie ihrer Fraktion, wird es bei den Obleuten schon deutlich operativer. Sie haben eine herausgehobene Stellung unter den Ausschussmitgliedern, weil sie den Überblick über den Stand der Detailarbeit im Ausschuss haben. Sie sind daher die Hauptansprechpartner für die Fraktionsführung und die Sprecher in allen Ausschussangelegenheiten und koordinieren den Kurs der Fraktion. Zusammen mit dem Ausschussvorsitz stimmen sie die Tagesordnung der Sitzungen ab und bereiten Beschlüsse vor.

Emmi Zeulner

Die Oberfränkin Zeulner ist Gesundheits- und Krankenpflegerin und brach 2013 ihr VWL-Studium zugunsten der Bundestagskandidatur im Wahlkreis des zwei Jahre zuvor zurückgetretenen Karl-Theodor zu Guttenberg ab. Seit 2013 ist sie direkt gewählte Abgeordnete und genauso lange bereits im Gesundheitsausschuss. Der Schwerpunkt ihrer Arbeit lag dabei auf Pflegethemen.

Die CSU-Politikerin hat sich mehrfach für die Bedeutung der Apotheken vor Ort ausgesprochen und betont, dass diese unverzichtbare Ansprechpartner und Berater in der Gesundheitsversorgung sind, besonders in ländlichen Gebieten. Sie gehörte auch zu den vehementesten Kritikern der Idee der „Gesundheitskioske“ des ehemaligen Gesundheitsministers Lauterbach. Stattdessen forderte sie mehr Unterstützung und Förderung der Vor-Ort-Apotheken.

Matthias Mieves

Seit 2021 ist Matthias Mieves als direkt gewählter Abgeordneter des Wahlkreises Kaiserslautern auch gesundheitspolitisch aktiv. Bereits zuvor hat der Diplom-Kaufmann Mieves als Mitgründer und Miteigentümer der sanabene GmbH für ambulante Intensivpflege berufliche Erfahrung in der Branche gesammelt. Mieves ist digitalaffin, was er nicht nur als Leiter Geschäftsentwicklung SmartHome bei der Telekom einige Jahre unter Beweis gestellt hat. Als Mitglied in den Ausschüssen für Digitales und Gesundheit ist es sein erklärtes Ziel, die beiden Welten miteinander zu verbinden. Als Berichterstatter für E-Health, Arzneimittel, Lieferketten und Versorgungssicherheit verantwortet er ein weites Spektrum. Zudem ist er als Berichterstatter für die AMNOG-Reform und die Begleitung der Pharmastrategie der Bundesregierung zuständig. Gleichzeitig ist er einer der stellvertretenden gesundheitspolitischen Sprecher der SPD-Fraktion.

Mieves gilt als grundsätzlicher Unterstützer der Apotheken und war gleichzeitig Unterstützer der Lauterbachschen Apothekenreform, die es bis zum Bruch der Koalition nicht mehr durch den Bundestag schaffte. Wirtschaftlich betont er die Notwendigkeit der jährlichen Verhandlung des Apothekenhonorars, um die flexible Anpassung an die allgemeine Kostensteigerung zu ermöglichen.

Berichterstatter

Als Fachleute für ein oder mehrere Themen in den Arbeitsgruppen ihrer Fraktionen steuern sie die entsprechenden Beratungen zu diesen speziellen Themen und vertreten diese auch als Redner im Plenum. Neben den bereits zuvor genannten Personen, die neben anderen Funktionen auch Berichterstatter für bestimmte Themen sind, fehlt für die Themen Arzneimittel und Apotheke last but not least der Vertreter der CDU/CSU-Fraktion.

Sebastian Schmidt

Der Ostholsteiner Schmidt ist Neuling im Bundestag, kommt aber mit einem Direktmandat. Der Bankkaufmann und Betriebswirt arbeitete für die Sparkasse und war lokalpolitisch u. a. als Stadtverordneter und stellvertretender Bürgermeister aktiv. Gesundheitspolitisch ist er bisher nicht in Erscheinung getreten. In seiner Funktion als Berichterstatter folgt er auf Dr. Kippels, der wie eingangs ausgeführt nun als Parlamentarischer Staatssekretär im Ministerium wirkt. ◆

Bild: kohlpharma GmbH

Karsten Wurzer

Unternehmenskommunikation
KOHL MEDICAL AG

Vor-Ort und online

Die zunehmende Bedeutung eines modernen professionellen Websiteauftritts

Von Marc Kirch

Wachsende Konkurrenz durch Online-Versandapotheken und Drogerieketten gehen einher mit zunehmender Digitalisierung, sich verändernden Kundenbedürfnissen und demografischem Wandel. Hinzu kommen regulatorische Einflüsse auf den Apothekenmarkt.

Zu diesen Einflussfaktoren, mit denen sich Apothekeninhaberinnen und -inhaber konfrontiert sehen, zählt auch die neue gesetzliche Anforderung, welche ab dem 28. Juni 2025 in Kraft tritt: das Barrierefreiheitsstärkungsgesetz (BFSG) verpflichtet Apotheken, ihre digitalen Angebote barrierefrei zu gestalten. Wer dem nicht nachkommt, riskiert Sanktionen.

Vor diesem Hintergrund gewinnt ein professioneller, moderner Webauftritt strategisch und rechtlich an Bedeutung: Er dient nicht nur der Differenzierung im Wettbewerb, sondern wird zur verpflichtenden Voraussetzung für die digitale Teilhabe und gesetzeskonformen Kommunikation mit Patientinnen und Patienten.

Wettbewerbssituation

Der Apothekenmarkt befindet sich im Wandel. Trotz gestiegener durchschnittlicher Umsätze aufgrund weniger Apotheken im ersten Quartal 2025 arbeiteten laut dem DAV-Wirtschaftsbericht ein Viertel der Apotheken im Jahr 2024 im „wirtschaftlich kritischen Bereich", 7% sogar defizitär. In den ersten drei Monaten 2025 ist die Gesamtzahl der deutschen Apotheken mit 16.908 erstmals unter die Marke von 17.000 gefallen. Im ersten Quartal 2025 wurden über 241 Millionen Packungen rezeptfreie Arzneimittel über Apotheken und den Versandhandel abgegeben, was einem Anstieg von 2,9 % gegenüber dem Vorjahreszeitraum entspricht. Alleine im Versandhandel wurden davon 77 Mio. Packungen (+4 % zum Vorjahresquartal) im Umsatzwert von 940 Mio. Euro verkauft. So liegt laut Bundesverband Deutscher Versandapotheken die Zahl der in Deutschland registrierten Apotheken mit Versandhandelserlaubnis aktuell bereits bei rund 2.300.

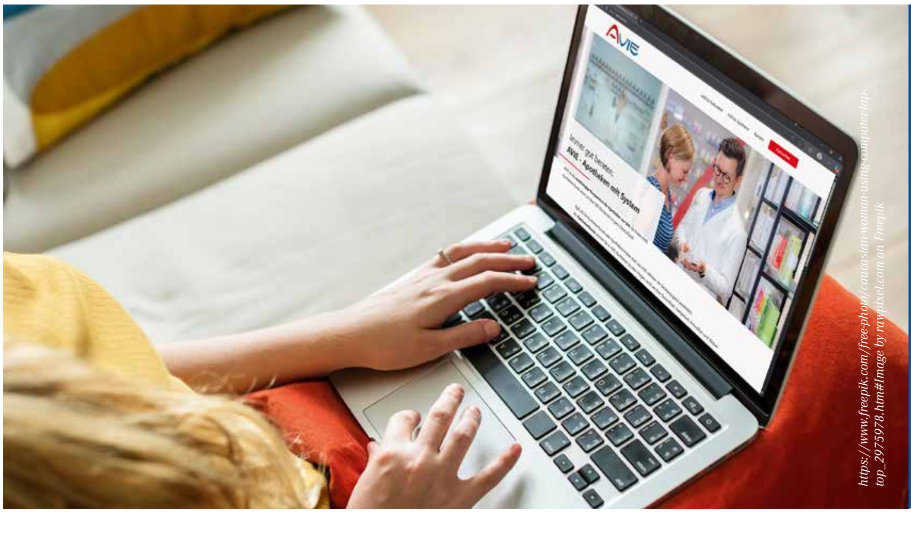
Neben reinen Versandhandelsapotheken drängen auch verstärkt Drogerieketten wie dm oder Rossmann in den Markt ein und bieten ein zunehmendes Spektrum gesundheitsnaher Produkte mit starker Onlinepräsenz und hoher Markenbindung an.

Kunden immer digitaler

Diese Aktivitäten zielen auf das sich verändernde Kaufverhalten der Kundschaft im Zuge der zunehmenden Digitalisierung ab. Denn immer mehr Kundinnen und Kunden nutzen auch digitale Informations- und Bestellwege. Laut Statista und einer Bitkom-Studie nutzen bereits über 70 % der Verbraucherinnen und Verbraucher Onlinekanäle bzw. informieren sich zunächst online bevor sie eine Kaufentscheidung treffen. Besonders jüngere Zielgruppen zwischen 18 und 40 Jahren bevorzugen dabei digitale Kommunikations- und Informationswege. Die Suchmaschine und die Onlinepräsenz werden zu einer bevorzugten Anlaufstelle, um sich auch von unterwegs über die Hausapotheke um die Ecke zu informieren.

Diese Entwicklungen verdeutlichen die Notwendigkeit, im digitalen Raum professionell und sichtbar präsent zu sein, um den Anschluss an die Marktentwicklung nicht zu verlieren und insbesondere die zentrale Rolle der Vor-Ort-Apotheken in der flächendeckenden Gesundheitsversorgung zu behaupten und auszubauen.

Damit dies gelingt, ist eine starke und kontinuierliche lokale crossmediale Präsenz essenziell, mit einem professionellen Webauftritt als wesentlichem Bestandteil.



https://www.freepik.com/free-photo/caucasian-woman-using-computer-laptop_2975978.htm#Image by rawpixel.com on Freepik

Stärken der Vor-Ort-Apotheken und strategische Nutzung

Vor-Ort-Apotheken verfügen über bedeutende Alleinstellungsmerkmale (USPs), die auch über einen gezielten digitalen Auftritt effektiv kommuniziert werden sollten. Da wäre allen voran die exklusiven pharmazeutischen Dienstleistungen (pDL): Seit 2022 können Apotheken vergütete Leistungen wie Medikationsanalysen oder Blutdruckmessungen anbieten. Diese Leistungen bieten einen konkreten Mehrwert und stärken die Rolle der Apotheke als Gesundheitsdienstleister, die laut dem Koalitionsvertrag weiter ausgebaut werden soll, um die heilberufliche Rolle des Apothekers zu stärken.

Aber auch individuelle und kompetente sowie qualifizierte pharmazeutische Beratung sind zentrale Differenzierungsmerkmale gegenüber algorithmischen Online-Empfehlungen.

Kunden sind insbesondere beim Thema Gesundheit ungeduldig. Die Möglichkeit, Medikamente sofort mitzunehmen, ist ein entscheidender Vorteil gegenüber dem Versandhandel.

Nicht zuletzt geben die persönliche Kundenbindung und die lokale Verankerung ein gutes und sicheres Gefühl. Apotheken sind DIE niedrigschwelligen Gesundheitsakteure mit sozialem Bezug zum Wohnumfeld.

Diese Stärken lassen sich durch eine professionelle Website strategisch sichtbar machen. Erfolgsfaktoren aus dem Einzelhandel können dazu als Blaupause dienen:

- Hybride Vertriebsstrategien: Kombination von digitaler Information und stationärem Service (Click & Collect, Terminvereinbarung).
- Lokale Erlebnisorientierung: Emotionale Ansprache, persönliche Teamvorstellung, regelmäßige Marketingaktionen
- Omnichannel-Marketing: Einheitliche Kommunikation über Website, Live-Chat, Google Business Profile, Social Media und ggf. App.

Solche Ansätze haben sich im Einzelhandel bewährt und können auf Apotheken übertragen werden, um die Kundenbindung zu stärken und neue Zielgruppen zu erreichen sowie bestehende Kundschaft zu binden.

Barrierefrei ist ein Muss

Mit dem Barrierefreiheitsstärkungsgesetz (BFSG) setzt Deutschland die EU-Richtlinie 2019/882 über Anforderungen an die Barrierefreiheit von Produkten und Dienstleistungen um. Ab dem 28. Juni 2025 müssen auch Apothekenwebsites barrierefrei gestaltet sein – das betrifft insbesondere:

- Technische Barrierefreiheit: z.B. Kompatibilität mit Screenreadern, Farbkontraste
- Inhaltliche Barrierefreiheit: z.B. Verständliche Sprache, klare Struktur, Alt-Texte für Bilder
- Zugänglichkeit mobiler Inhalte: z.B. Responsives Design, auch auf mobilen Endgeräten

Die konkreten Anforderungen orientieren sich an der internationalen Norm EN 301 549 und den Web Content Accessibility Guidelines (WCAG 2.1). Für Apotheken bedeutet das, dass alle Informationen und Funktionen der Website auch für Menschen mit Behinderung gleichwertig nutzbar sein müssen. Dabei gilt ein klarer Anspruch auf barrierefreie Nutzung – nicht nur als „nice to have“, sondern als rechtliche Verpflichtung. Die Konsequenzen bei Nichteinhaltung wären Bußgelder bis zu 100.000 €, Abmahnrisiken durch Wettbewerber und nicht zuletzt ein Imageverlust durch negative öffentliche Wahrnehmung.

Technische Anforderungen

Ein professioneller Webauftritt erfüllt nicht nur gesetzliche Vorgaben, sondern orientiert sich auch an Nutzererwartungen und digitalen Best Practices.

Ein zeitgemäßer Webauftritt sollte demnach folgende wesentliche Aspekte berücksichtigen:

- UX/UI-Design: Benutzerfreundliche Gestaltung für eine intuitive Navigation.
- Mobile First: Optimierung für mobile Endgeräte, da bereits ein Großteil der Nutzer über Smartphones auf Websites zugreift, Tendenz steigend.
- Responsives Design: Anpassung der Website an verschiedene Bildschirmgrößen zur optimalen Darstellung auf allen Endgeräten.
- Ladezeitoptimierung: Schnelle Ladezeiten zur Verbesserung der Nutzererfahrung.
- Barrierefreiheit: Einhaltung der gesetzlichen Anforderungen des BFSG (siehe oben).
- Integration digitaler Funktionen: Shopintegration mit Möglichkeit zur Vorbestellung rezeptfreier Produkte, E-Rezept-Einlösung, Live-Chat zum Direktkontakt mit dem Apothekenteam. Online-Terminvereinbarung z. B. für pDL, Impfungen oder Beratungsgespräche.
- Lokales SEO (Search Engine Optimization): Optimierung auf regionale Suchbegriffe, Google Business-Profilpflege, Onpage-Optimierung mit strukturierten Inhalten, passenden Keywords und technischer Sauberkeit. Content-Strategie: Individueller dahingehend optimierten Content (Text und Bild), idealerweise mit regelmäßigen Inhalten zu Gesundheitsthemen / Marketingaktionen ➤

Umsetzungsaufwand

Der technische und organisatorische Aufwand ist erheblich, wenn eine Website nicht bereits barrierefrei konzipiert wurde. Empfohlen ist eine Vorlaufzeit von mindestens 6 bis 12 Monaten für Konzeption, Umsetzung und Qualitätssicherung. Die Zusammenarbeit mit spezialisierten Agenturen kann bei der Umsetzung helfend unterstützen. Je nach Umfang und Anforderungen variieren die Kosten zur Programmierung einer professionellen Website zwischen 5.000 und 15.000 Euro, inklusive Barrierefreiheit und Funktionserweiterung.

Fazit

Vor-Ort-Apotheken sind ein unverzichtbarer Bestandteil der Gesundheitsversorgung. Ein professioneller Webauftritt repräsentiert und stärkt diese Rolle: Apotheken tragen zur wohnortnahen Arzneimittelversorgung bei – diese Verantwortung und der gesetzlich verankerte Versorgungsauftrag muss auch im Netz sichtbar sein. Wer auch online zuverlässig erreichbar ist, erhöht zudem die Resilienz gegenüber Marktveränderungen und sichert seine Zukunft. Nicht zuletzt ermöglicht ein moderner Webauftritt die Anbindung an und Kooperation mit anderen Gesundheitsakteuren wie z.B. mit Ärzten oder Pflegeeinrichtungen.

Ein moderner, professioneller Webauftritt ist für Vor-Ort-Apotheken nicht nur eine Option, sondern eine strategische Notwendigkeit. Er ermöglicht die Einhaltung gesetzlicher Vorgaben, stärkt die Position im Wettbewerb und verbessert die Patientenversorgung.

Apothekeninhaber und Filialleiter seien bei der Umsetzung einer professionellen Website daher folgende Punkte empfohlen

- Erfüllen Sie bei der Umsetzung unbedingt die Anforderungen und Fristen des BFSG, um negativen Konsequenzen zu entgehen.
- Agenturwahl: Wählen Sie erfahrene Dienstleister, die mit den spezifischen Anforderungen von Apotheken vertraut sind und Ihre Website auch kontinuierlich rechtssicher und technisch up-to-date halten, so dass Sie sich auf Ihre Kernkompetenzen konzentrieren können.
- Priorisierung: Fokussieren Sie auf technische, rechtliche und inhaltliche Anforderungen und fokussieren sie Ihren Onlineauftritt auf eine professionelle und rechtlich einwandfrei gepflegte Websitepräsenz. So haben Sie eine repräsentative professionelle Anlaufstelle und nicht mehrere Websiteauftritte, die alle rechtlich und technisch sauber und aktuell gehalten werden müssen. Das bindet unnötige Ressourcen ohne Mehrwert für Sie, bedeutet gleichzeitig Mehraufwand.
- Strategische Integration: Verankern Sie den Webauftritt in Ihrer übergreifenden Apothekenstrategie.
- Differenzierung: Nutzen Sie die Website, um sich im Wettbewerb klar zu positionieren und Ihre Alleinstellungsmerkmale hervorzuheben.

Durch die konsequente Umsetzung dieser Maßnahmen können Vor-Ort-Apotheken ihre Zukunftsfähigkeit sichern und ihre zentrale Rolle in der Gesundheitsversorgung auch im digitalen Zeitalter behaupten. ◆

Bild: AVIE GmbH

Bild: AVIE GmbH

Marc Kirch

Gruppenleiter Marketing
und Werbung AVIE GmbH

KI in der Apotheke

Wie Künstliche Intelligenz die Versorgung neu definieren kann

Die fortschreitende Digitalisierung macht auch vor den Apotheken nicht halt – ein Trend, den die Apothekenteams zunehmend als Chance sehen.

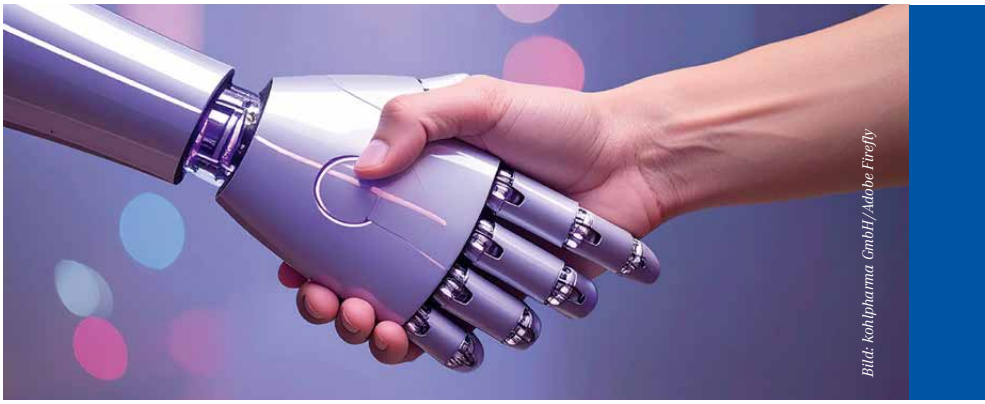


Bild: kohlpharma GmbH/Adobe Firefly

Digitale Services und Künstliche Intelligenz (KI) gewinnen in Apotheken nach der APOkix-Umfrage des IFH KÖLN vom April 2025 zunehmend an Bedeutung. Der Einsatz von KI ist zwar noch am Anfang – birgt aber enormes Potenzial. Nur 13 Prozent nutzen sie derzeit aktiv, obwohl 81 Prozent darin vielversprechende Möglichkeiten sehen – etwa bei der Optimierung von Bestellprozessen (86 %) und in der Arzneimitteltherapieunterstützung (76 %).

Bots für die Patientenkommunikation?

Das ABDA-Positionspapier vom Oktober 2024 unterstreicht, wie KI die Arbeit in Apotheken revolutionieren kann. So können KI-gestützte Bots einfache Fragen beantworten und pharmazeutische Anliegen vorbereiten – selbst außerhalb der Öffnungszeiten. Automatisierte Übersetzungen und multimediale Kanäle können den Zugang für Patienten vereinfachen. Anke Rüdinger, Vize-Vorsitzende des Deutschen Apothekerverbandes, betont die Vorteile: „Durch den Einsatz von KI können Apotheken nicht nur effizienter mit ihren Kunden kommunizieren, sondern auch eine personalisierte, rund um die Uhr verfügbare Betreuung bieten. Dies steigert die Kundenzufriedenheit, stärkt die Kundenbindung und schafft gleichzeitig mehr Raum für die pharmazeutische Tätigkeit."

AMTS verbessern

Besonders spannend: KI kann helfen, die Arzneimitteltherapiesicherheit (AMTS) zu verbessern. Durch die Auswertung großer Mengen an Patientendaten – etwa aus elektronischen Patientenakten oder Forschungsdatenbanken – erkennt KI Muster und potenzielle Risiken frühzeitig. Folglich werden auch Apothekenteams entlastet: „KI befreit die Menschen von Routineaufgaben und schafft dadurch Zeit für anderes, [...] weniger Zeit für Bürokratie und Dokumentation, mehr Zeit für Beratung und pharmazeutische Dienstleistungen", so Rüdinger.

Mehr Liquidität und Rentabilität?

Auch betriebswirtschaftlich kann KI ein Gewinn sein: Verkaufszahlen, Patientendaten und Rezeptabrechnungen liefern wertvolle Einblicke, um Liquidität und Rentabilität zu optimieren. 86 Prozent der Apotheker sehen darin die größten Chancen für KI – von der Bestelloptimierung bis hin zur Erkennung von Schwachstellen im Betrieb. Diese Anwendungen bieten nicht nur individuelle Vorteile für Apotheken, sondern können auch Erkenntnisse für die gesamte Branche liefern.

Lagerwertverluste und Lieferengpässe

Ein weiteres Einsatzfeld ist die Lieferkettenoptimierung. KI kann saisonale Trends und Nachfrageentwicklungen analysieren und so Lagerwertverluste reduzieren. Gleichzeitig hilft sie, Lieferengpässe frühzeitig zu erkennen und Gegenstrategien zu entwickeln – ein entscheidender Faktor in Zeiten zunehmender Versorgungsunsicherheit. Rüdinger mahnt jedoch zur Vorsicht und betont die Wichtigkeit einer sorgfältigen Implementierung: „KI sollte immer als Werkzeug zur Unterstützung gesehen werden, nicht als alleinige Entscheidungskraft."

Der Mensch bleibt im Mittelpunkt

Im Ergebnis: Künstliche Intelligenz hat das Potenzial, den Apothekenalltag grundlegend zu verändern. Trotz dieser Chancen betont die ABDA, dass KI niemals die heilberufliche Entscheidungskompetenz der Apotheker ersetzen darf. So bleibt der Mensch im Mittelpunkt – als Berater, Vermittler und Entscheidungsträger. Nur mit klaren rechtlichen Rahmenbedingungen, Datenschutzvorgaben und einer durchdachten Einführung kann KI ihre Vorteile entfalten – und gleichzeitig die Apotheke als verlässliche Anlaufstelle stärken. ◆

E-Rezept in Apotheken

Trotz Umsetzungshürden positive Resonanz

Apothekerinnen und Apotheker sehen das E-Rezept überwiegend positiv: Es schützt vor Rezeptbetrug und reduziert Abgabefehler. Kritisiert werden hingegen der wachsende Wettbewerb mit Versandapotheken und Verzögerungen bei der Bereitstellung.

Seit bald eineinhalb Jahren ist das E-Rezept in allen deutschen Apotheken per Gesetz im Einsatz. Die aktuelle Ausgabe des Apothekenkonjunkturindex (APOkix) untersucht, welche Erfahrungen Apothekeninhaber seit Einführung des E-Rezepts in ihren Apotheken gemacht haben. Das erste Fazit fällt gut aus: Zwei Drittel der Befragten stufen ihre bisherigen Erfahrungen mit dem E-Rezept als positiv ein (65 %). Auch wenn nach Einschätzung der Befragten noch viel Aufklärungsbedarf auf Patientenseite besteht (70 %), wünschen sie sich mehrheitlich, dass das E-Rezept zeitnah auch für Privatversicherte, verpflichtend umgesetzt wird (55%).

Mehrheit löst E-Rezept über elektronischer Gesundheitskarte ein

Das E-Rezept kann vor Ort in der Apotheke auf verschiedene Arten eingelöst werden. Die meisten Kunden verwenden ihre elektronische Gesundheitskarte (eGK) (86 %), etwa jeder Zehnte bringt den gedruckten QR-Code mit in die Apotheke (9 %) – E-Rezept-Apps werden bislang nur sporadisch eingesetzt (5 %). Die Einlösung des Rezepts über eine App funktioniert nach Angaben der Befragten im Vergleich zu den anderen Optionen im Durchschnitt nur befriedigend, während die eGK und der QR-Code durchschnittlich gut funktionieren. Probleme bei der Einlösung des E-Rezepts ergeben sich den Befragten zufolge generell besonders häufig aus einer verzögerten Bereitstellung des E-Rezepts (93 %), durch Ausfüllfehler in den Arztpraxen (47 %) und infolge von Problemen mit der Telematikinfrastruktur (38 %).

E-Rezept steigert Wettbewerb zu Versandapotheken, bietet aber Schutz vor Rezeptbetrug

Neben den überwiegend positiven Erfahrungen mit dem E-Rezept sprechen aus Apothekensicht weitere Punkte für seinen Einsatz. Viele begrüßen den besseren Schutz vor Rezeptbetrug (81 %) und die Vermeidung von Abgabefehlern (77 %). Das E-Rezept stellt die Apothekerschaft aber auch vor Herausforderungen: Neben den diversen Schwierigkeiten bei der Umsetzung beobachten die Befragten einen zunehmenden Wettbewerb mit Versandapotheken, der durch das E-Rezept befeuert wird (93 %), und einen erhöhten Aufwand in puncto Datenschutz (61 %). ◆

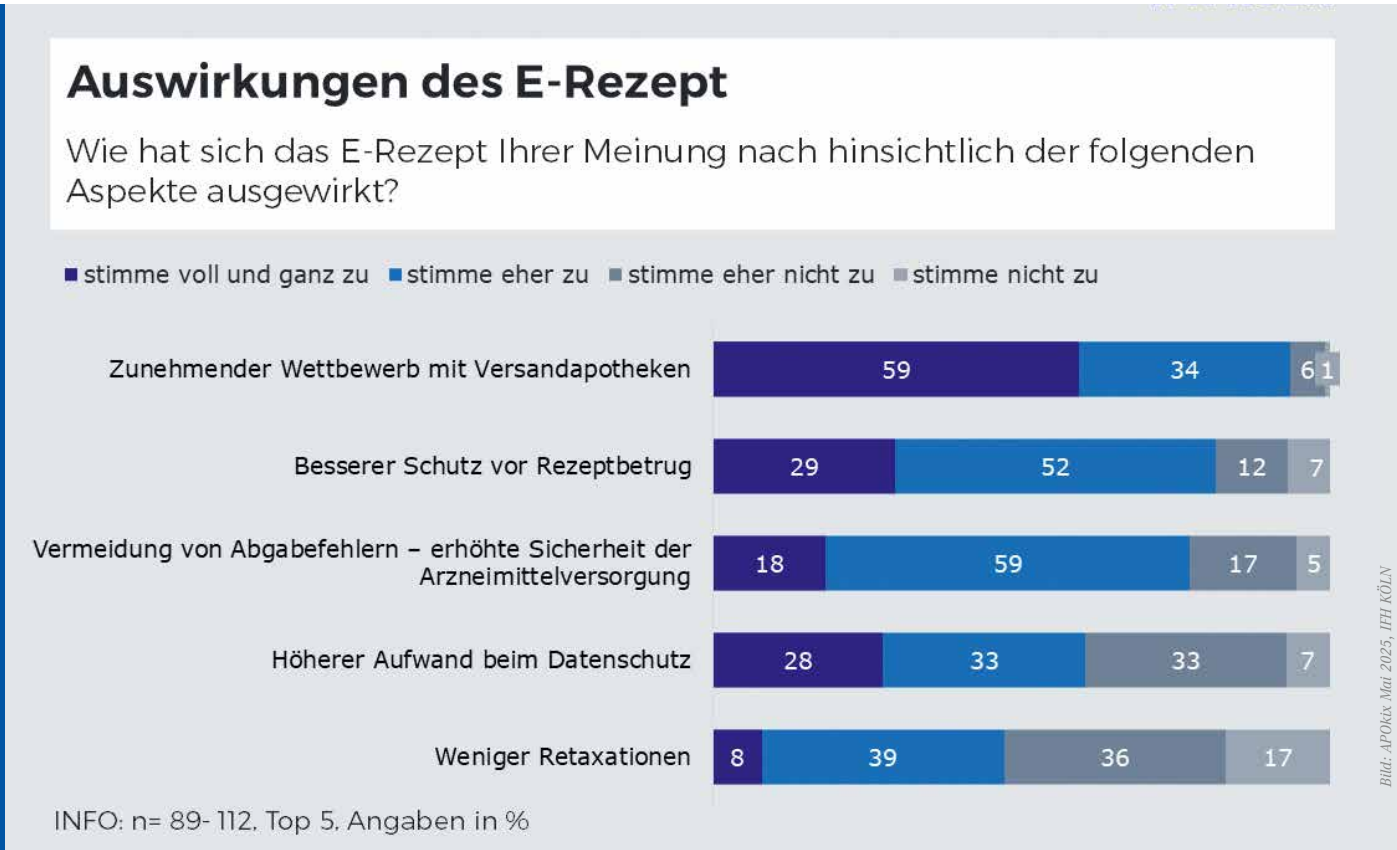


Bild: APOkix Mai 2025, IFH KÖLN

kurz und bündig

Über 300 Apotheken mit 1 Mrd. Umsatz

Kontinuierliches Wachstum bei den Systempartnern

Nach dem stetigen Wachstum der letzten Jahre übersprang die AVIE GmbH in diesem Monat erstmals die Marke von 300 Partner-Apotheken und meldet nunmehr 302 Systempartner.

Während die Gesamtzahl der Apotheken in Deutschland weiter erheblich schrumpft, konnte die AVIE kontinuierlich zulegen. Der neue Höchststand hatte sich mit 282 AVIE Apotheken bereits zum Ende des Jahres 2024 abgezeichnet, welches aus verschiedenen Gründen auch als das bislang erfolgreichste Wirtschaftsjahr gilt. Im Laufe dieses Jahr kamen bis dato 20 weitere Systempartner hinzu.

Nach rund 990 Mio. Euro zu Jahresbeginn überschritt AVIE dann im März beim gesamten Umsatzvolumen aller Partner-Apotheken erstmals die Schwelle von einer Milliarde Euro. Dies entspricht einem jährlichen Durchschnittsumsatz einer AVIE Apotheke von über 3,7 Millionen Euro und kommt dem aktuellen Bundesdurchschnitt gleich.

Auch weitere relevante Kennzahlen wie der Umsatz mit den AVIE Industriepartnern oder das Einkaufsvolumen aller Systempartner bei den Großhandelspartnern der AVIE erreichten neue Höchststände, erzielten deutlich zweistellige Wachstumsraten und lagen damit klar über der Gesamtmarktentwicklung.

„Ebenso wie dieses Jahr hatten wir uns bereits für 2024 ambitionierte Ziele gesetzt und diese in den wesentlichen Parametern nicht nur erreicht, sondern übertroffen. AVIE festigt mit diesem qualitativen und andauernden Wachstum seine Stellung als eine der größten bundesweit tätigen unabhängigen Apothekenkooperationen“, analysiert Geschäftsführer Steen Sinast die sehr gute wirtschaftliche Entwicklung bei AVIE und den Systempartnern. „Die langjährige Verbundenheit bestehender und die Überzeugung und das Vertrauen vieler neuer Partner-Apotheken in den gemeinsamen erfolgreichen Weg mit der AVIE freut uns sehr und ist zugleich Maxime und Verpflichtung unseres künftigen Fortschritts“, so Sinast. ◆

Bild: AVIE GmbH

Leben mit Stil

Bild: torquato.de

Great Escapes Italy. The Hotel Book

Wohl kaum ein Land der Welt übt mit seinen Landschaften, Städten und vor allem seiner Lebensart eine so unbeschreibliche Anziehungskraft wie Italien. Der Bildband Great Escapes Italy weckt diese Sehnsucht und führt zu legendären Hotels und versteckten Refugien in Regionen von Meran bis Sizilien. Atmosphärische Bilder geben lebendige Einblicke. In Gedanken reisen und für den nächsten Urlaub inspirieren lassen auf 360 bildgewaltigen Seiten.

Preis: 50 Euro
www.torquato.de

Bild: torquato.de

Hammann Riesen-Kulturtasche

Eine zeitlos schöne und große Kulturtasche für Menschen, die auch auf Reisen all die Dinge bei sich haben wollen, die sie auch zu Hause benutzen. Der Schließmechanismus funktioniert wie bei einer Arzttasche: eingearbeitete Spangen halten die Tasche für besseren Zugriff und mehr Übersicht breit geöffnet. Die Tasche stammt von der 1864 gegründeten und heute in 5. Generation geführten Offenbacher Feintäschnerei F. Hammann, wo sie aus dickem, robustem Stierleder aus pflanzlicher Gerbung hergestellt wird.

Preis: 295 Euro
www.torquato.de

Reise-Backgammon

Ob im Flieger, im Zug, am Strand oder dem Hotelpool oder auch im heimischen Garten – stilvoller lässt sich dieses Jahrhunderte alte Würfelglücksspiel nicht genießen. Das Spielfeld ist aus weichem, cognacfarbenem Wildleder mit aufgenähten Zungen gearbeitet; die Seitenränder lassen sich mithilfe eingearbeiteter Magneten so aufstellen, dass man wie gewohnt auf dem Spielfeld würfeln kann. Die inkludierten Spielsteine und Würfel finden in der zylinderförmigen Tasche mit Reißverschluss an einer der schmalen Seiten Platz.

Preis: 89 Euro
www.torquato.de

Bild: torquato.de

Impressum: **apothekenmarkt, Ausgabe Juni 2025**
Herausgeber: KOHL MEDICAL AG, Im Holzhau 8, 66663 Merzig
Vorstand: Edwin Kohl, Philipp Kohl, Dipl.-Kfm. Jörg Geller
Ansprechpartner: Karsten Wurzer (v. i. S. d. P.); E-Mail: kwurzer@kohlmedical.com
Redaktion: Karsten Wurzer, KOHL MEDICAL AG
Anzeigen: Karsten Wurzer, KOHL MEDICAL AG
Druck: L.N. Schaffrath GmbH & Co. KG DruckMedien
Redaktions-/Druckunterlagenschluss: 15.04.25

© KOHL MEDICAL AG 2025
Irrtümer, Satz- und Druckfehler vorbehalten.

UNSER PLUS:

Mehr Dienst + Leistung

kohlpharma

Einfach MehrWert.

MTK PHARMA

Vergleichen Sie noch Äpfel mit Birnen?

Wir optimieren Ihre Großhandelskonditionen!

Um die für Sie besten Einkaufskonditionen zu ermitteln, prüfen wir Ihre Großhandelsrechnungen auf Herz und Nieren. Wir schaffen Transparenz bei komplexen Rechnungsstellungen und beraten Sie persönlich, wie aus gefühlt guten, die für Sie besten Konditionen werden.

Vereinbaren Sie jetzt einen Termin zum Erstgespräch. Wir freuen uns auf Sie!

Telefon 06867 920-9800
info@avie.de

Jetzt scannen!
Informieren Sie sich zu den AVIE Leistungsbausteinen und überzeugen Sie sich selbst.

AVIE
Apotheken mit System

AVIE GmbH | Im Holzhau 8 | 66663 Merzig | www.avie.de