

BVDAK Kooperationsgipfel 2016 - ein Resümee

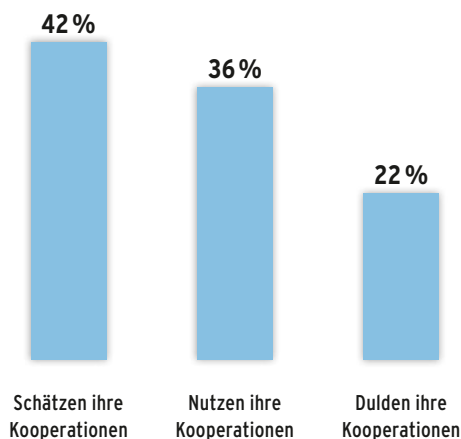
4 00 Teilnehmer, 19 Referenten, 12 Industrieaussteller - das sind die Kennzahlen des 8. Kooperationsgipfels des BVDAK, der am 3. und 4. Februar in München stattfand. Der Gipfel bot auch dieses Jahr wieder eine informative und interaktive Plattform für einen umfangreichen Meinungs- und Erfahrungsaustausch.

Den Einstieg machten Dr. Stefan Hartmann, 1. Vorsitzender des Bundesverbands deutscher Apothekerkooperationen e. V. (BVDAK), und Klaus Hölzel, Geschäftsführer der Redaktion A&K GbR, mit ihrem Vortrag „Updates im Kooperationsmarkt 2016“.

Entgegen den Erwartungen ist die Zahl an Kooperationen stabil geblieben. Aktuell sind rund 86 % aller Apotheken Mitglied mindestens einer Kooperation.

Warum Apotheken in Kooperation vereint sind

Einer Umfrage der Redaktion A&K zufolge schätzen 42 % ihre Kooperation, weil mehr Zeit für heilberufliche Aufgaben bleibt. 36 % der Befragten nutzen ihre Kooperation, weil sie zum wirtschaftlichen Erfolg beiträgt und 22 % dulden die Kooperation, weil sie den „Beziehungsstress“ mit GH/Industrie verringern wollen.



Mehr Information zum BVDAK und zum Kooperationsgipfel 2016 finden Sie auf den Internetseiten www.bvdak.de und www.kooperationsgipfel.de.

Änderungen im Apothekenmarkt

Hartmann geht davon aus, dass Kooperationsapotheker ihr Filialnetz ausbauen werden und wichtige Treiber im Markt bleiben. Als aktuelle Entwicklungen beschreibt er die Zunahme sog. „Clan-Apotheken“ – Apothekerfamilien mit vier und mehr Apotheken – sowie eine Tendenz großer Apotheken hin zum Profitcenter: „Eine Clan-Apotheke, zehn Profitcenter“. Zudem differenziert sich der Markt zunehmend: „Das Spezialistentum nimmt weiter zu. Nicht mehr alle Apotheken erfüllen alle Anforderungen“.

Welche Faktoren für die weitere Entwicklung von Bedeutung sind, wurde von den weiteren Referenten aus unterschiedlichen Blickwinkeln betrachtet. Ein Schwerpunkt lag dabei u. a. auf der zunehmenden Digitalisierung, die laut Frank Weißenfeldt, Senior Manager Supplier Relation der IMS Health GmbH und Co. OHG, auch eine Chance für die niedergelassene Apotheke ist.

„Die Zukunft der Apotheke ist digital ... und lokal“ – so Weißenfeldt. Er zeigte auf, wie sich durch die Nutzung von mobilen Endgeräten, Social Media und Multi-Channel-Konzepten das Informations- und Konsumverhalten der Verbraucher und damit auch der Apothekenkunden verändert hat. Diese nutzen zunehmend das Internet – auch um sich über Arzneimitteltherapien zu informieren. Insbesondere bei akutem Bedarf erfolgt der Kauf aber weiterhin meist in der Apotheke vor Ort. Durch geschicktes Online-Marketing kann demnach der Verkauf gefördert werden. Dann gilt es, die Kundenbindung, z. B. durch Verkaufsaktionen und attraktive Flyer, zu stärken.

Nicht zuletzt war natürlich auch das Antikooperationsgesetz Thema der Veranstaltung. Rechtsanwältin Dr. Fabienne Diekmann gab einen umfassenden Überblick, der letztlich zeigte, dass das Gesetz auf den Alltag der Apotheken nur wenig Auswirkung haben wird.

FAZIT

Ein Besuch des Gipfels lohnt sich nicht nur für Kooperationsapotheker: Er ist eine informative und interaktive Plattform für die gesamte Pharmabranche.