

DAP Networks

Das Kompetenznetzwerk



DAP APOTHEKENUMFRAGE



DAP Meinungs- monitor 2024



Wie können Pharmaanbieter die Apotheken unterstützen?

Kerngeschäft der Apotheken ist neben der Rezeptbelieferung der Verkauf von OTC-Präparaten und immer ist dabei eine fachkundige Kundenberatung gefragt. Dahinter stehen jedoch auch viele strategische Entscheidungen, z. B. wann welche Präparate an Lager genommen oder in der Frei- und Sichtwahl platziert werden. Zudem nehmen andere Services wie z. B. Impfungen oder pharmazeutische Dienstleistungen (pDL) an Bedeutung zu.

In vielen Punkten ist die Pharmaindustrie ein wichtiger Partner der Apotheken. Doch wie können die Hersteller das Apothekenteam am besten unterstützen? Welche Informationen brauchen bzw. wünschen sich die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und wie möchten sie diese am liebsten erhalten? Diesen Fragen ging der DAP Meinungsmonitor 2024 auf den Grund.

Laufzeit: 22.07.2024–04.08.2024

Teilnehmer/-innen: 1.984

Das Wichtigste in Kürze

- ❖ 19 Fragen, einige inkl. Freitext-Antwortmöglichkeiten
- ❖ Fast 2.000 Teilnehmer/-innen
- ❖ U. a. Erkenntnisse über Wünsche und Erwartungen an die Pharmaindustrie und über Kriterien für die Aufnahme von Produkten in das Sortiment
- ❖ Auf Wunsch Auswertung nach verschiedenen Berufsgruppen

1. Wie würden Sie die aktuelle Situation Ihrer Apotheke beschreiben?

- ❖ Sehr gut, das Geschäft läuft bestens.
- ❖ Insgesamt gut, wir können uns nicht beklagen.
- ❖ Nicht so gut, es lief schon mal besser.
- ❖ Gar nicht gut, das Geschäft läuft erheblich schlechter als früher.
- ❖ Das kann ich nicht beurteilen.

2. Was sind bei Ihnen in der Apotheke derzeit die größten Probleme, Herausforderungen oder Ärgernisse?

- ❖ Konkurrenz durch Versandapotheken, Amazon, Drogerien und Co.
- ❖ Mangel an qualifizierten Arbeitskräften / Probleme, Personal zu finden
- ❖ Lieferengpässe
- ❖ Gesetzesänderung zu Cannabis
- ❖ Einführung des E-Rezeptes
- ❖ Zunehmende Digitalisierung
- ❖ Retaxationen
- ❖ Umsetzung der vertraglichen Abgabevorschriften, v. a. des Rahmenvertrags
- ❖ Hilfsmittelversorgung
- ❖ Fehlerhaft oder unvollständig ausgestellte Rezepte, die eine ärztliche Rücksprache erfordern
- ❖ Zunehmender Umgang mit hochpreisigen Arzneimitteln
- ❖ Diskussionen mit den Patientinnen und Patienten bei Arzneimittelumstellungen
- ❖ Diskussionen mit den Patientinnen und Patienten wegen Zuzahlungen
- ❖ Zu geringe Vergütung von Leistungen
- ❖ Unklare Vorgaben für die Abrechnung von Leistungen
- ❖ Einschnitte durch politische Entscheidungen
- ❖ Bürokratie allgemein
- ❖ Sonstiges: (Freitext)

3a. Was sind speziell beim Thema Lieferengpässe die größten Probleme oder Ärgernisse?

- ❖ Recherche nach Abgabealternativen
- ❖ Erforderliche Rücksprachen mit den verordnenden Personen
- ❖ Zusätzlicher Zeitaufwand für das Patientengespräch
- ❖ Verärgerung von Patientinnen und Patienten, für die dadurch Zuzahlungen anfallen
- ❖ Zusätzlicher Zeitaufwand für Dokumentationen, Lageranpassungen etc.
- ❖ Sonstiges: (Freitext)

3b. Wie könnten die betreffenden Anbieter die Apotheken besser unterstützen, sofern sie an der Situation als solcher, also dem jeweiligen Lieferengpass, nichts ändern können? Was würden Sie sich wünschen?

- ❖ Frühzeitige Information, wenn es zu Lieferengpässen kommt
- ❖ Bessere Information bezüglich der voraussichtlichen Dauer von Engpässen
- ❖ Mehr Informationen zu den jeweiligen Ursachen eines Engpasses
- ❖ Hilfestellung beim Umgang mit den Lieferengpässen (z. B. Informationen bezüglich Therapiealternativen, Informationsschreiben für Arztpraxen, Patienteninfos)
- ❖ Informationen über alternative Bezugsmöglichkeiten (z. B. Direktbestellung)
- ❖ Sonstiges: (Freitext)

4a. Wie sind Ihre Erfahrungen mit dem Einlösen von E-Rezepten?

- ❖ Gut, wir haben keine oder wenige Probleme.
- ❖ Gemischt, es gibt immer wieder Schwierigkeiten.
- ❖ Schlecht, es gibt dauernd Probleme.

4b. Hat sich der Beratungsaufwand durch die Einführung des E-Rezeptes in Ihrer Apotheke erhöht?

- ❖ Ja, der Großteil unserer Kundschaft ist den Umgang mit E-Rezepten noch nicht gewohnt und hat viele Fragen.
- ❖ Teilweise, hin und wieder besteht erhöhter Informationsbedarf.
- ❖ Nein, der Großteil unserer Kundschaft kommt gut mit dem E-Rezept zurecht.

5. Was ist Ihrer Meinung nach wichtig oder gewinnt zunehmend an Bedeutung, um sich gegen die (potenzielle) Konkurrenz zu behaupten?

- ❖ Differenzierung/Spezialisierung
- ❖ Angebot digitaler Services
- ❖ Durchführung pharmazeutischer Dienstleistungen
- ❖ Impfungen in der Apotheke
- ❖ Sichtbarkeit im Netz
- ❖ Social-Media-Aktivitäten
- ❖ Weitere Kundenbindungsmaßnahmen
- ❖ Lange Öffnungszeiten
- ❖ Botendienst
- ❖ Attraktives Schaufenster
- ❖ Ansprechende Innenarchitektur
- ❖ Freundliches und fachkundiges Personal
- ❖ Günstige Preise (OTC, Kosmetik)
- ❖ Sonstiges: (Freitext)

6. Welche Bedeutung haben pharmazeutische Dienstleistungen (pDL) in Ihrer Apotheke?

- ❖ Eine hohe, wir führen inzwischen regelmäßig verschiedene pDL durch.
- ❖ Eine zunehmende, die Nachfrage steigt und wir erweitern das Angebot nach und nach.
- ❖ Eine geringe, wir führen nur hin und wieder pDL durch.
- ❖ Keine, wir bieten keine pDL an.

7. Welche Erfahrungen haben Sie mit Impfungen in der Apotheke?

- ❖ Das Angebot wird von unserer Kundschaft gut angenommen und wir führen häufig Impfungen durch.
- ❖ Wir führen regelmäßig Impfungen durch, aber die Nachfrage könnte größer sein.
- ❖ Wir bieten Impfungen an, aber die Nachfrage ist sehr gering.
- ❖ Wir führen keine Impfungen durch.

8. Welche Bedeutung hat das OTC-Geschäft in Ihrer Apotheke?

- ❖ Eine sehr große, es trägt schon lange wesentlich zum Erfolg unserer Apotheke bei.
- ❖ Eine zunehmende, es wird für unseren Erfolg immer wichtiger.
- ❖ Eine geringe, das Rx-Geschäft ist von größerer Bedeutung.

9. Welche Kriterien sind ausschlaggebend für die Entscheidung, welche OTC-Artikel in Ihrer Apotheke im Lager bevorratet werden? U. a.:

- ❖ Häufige gezielte Nachfrage seitens der Kundschaft
- ❖ Häufige Empfehlung von ärztlicher Seite (z. B. Grünes Rezept)
- ❖ Möglichkeit der Direktbestellung
- ❖ Konditionen/Marge/Rohhertrag/Sonderangebote
- ❖ Rasche Retourenbearbeitung
- ❖ Kulanz bei Reklamationen und Retourenvergütung
- ❖ Gute Beziehung zum Außendienst
- ❖ Bekanntheit/Image des Anbieters, der Marke oder des Produkts beim Apothekenteam
- ❖ Eigene Produkterfahrung
- ❖ Nachhaltigkeit (z. B. klimafreundliche Produktion, recyclebare Verpackung etc.)
- ❖ Unterstützung des Anbieters (z. B. Schulungen, Patientenmaterialien)
- ❖ Bei Kosmetika: Ausstattung durch den Hersteller mit Proben für die Kundschaft
- ❖ Vorgaben durch Kooperationen
- ❖ Sonstiges: (Freitext)

10. Welche Kriterien sind ausschlaggebend für die Entscheidung, welche OTC-Artikel in Ihrer Apotheke in die Frei- oder Sichtwahl genommen werden? U. a.:

- ❖ Häufige gezielte Nachfrage seitens der Kundschaft
- ❖ Häufige Empfehlung von ärztlicher Seite (z. B. Grünes Rezept)
- ❖ Bekanntheit/Image des Anbieters, der Marke oder des Produkts beim Apothekenteam
- ❖ Saisonale Sortimentsanpassung
- ❖ Optik/Packungsdesign
- ❖ Konditionen/Marge/Rohertrag/Sonderangebote
- ❖ Gute Beziehung zum Außendienst
- ❖ Eigene Produkterfahrung
- ❖ Nachhaltigkeit (z. B. klimafreundliche Produktion, recyclebare Verpackung etc.)
- ❖ Materialien zur Abverkaufsunterstützung (z. B. Aufsteller, Schaufensterdeko)
- ❖ Weitere Unterstützung des Anbieters (z. B. Schulungen)
- ❖ Evidenzlage
- ❖ Bei Kosmetika: Ausstattung durch den Hersteller mit Proben für die Kundschaft
- ❖ Vorgaben durch Kooperationen
- ❖ Sonstiges: (Freitext)

11. Wer entscheidet bei Ihnen in der Regel, welche Ware wie und wo bestellt wird?

- ❖ Apotheken- bzw. Filialleitung
- ❖ Angestellte Apothekerin / Angestellter Apotheker
- ❖ PTA
- ❖ PKA
- ❖ Das gesamte Team

12. Für die Kundenberatung ist ein umfassendes Indikations- und Produktwissen erforderlich. Werden Sie von den Herstellern insgesamt ausreichend informiert?

- ❖ Ja, sowohl im OTC- als auch im Rx-Bereich.
- ❖ Im OTC-Bereich schon, im Rx-Bereich weniger.
- ❖ Im Rx-Bereich schon, im OTC-Bereich weniger.
- ❖ Nein, da gibt es in beiden Bereichen Optimierungsbedarf.

13. Welche Informationskanäle sind Ihnen am liebsten, um z. B. über neue Produkte und Serviceleistungen eines pharmazeutischen Unternehmens informiert zu werden?

- ❖ Außendienst
- ❖ Firmenwebsites
- ❖ Andere apothekenrelevante Online-Portale (z. B. DeutschesApothekenPortal, DAZ.online, PZ online)
- ❖ Newsletter der Hersteller
- ❖ Andere apothekenrelevante Newsletter (z. B. von DAP, DAZ, PZ)
- ❖ Fachzeitschriften
- ❖ Soziale Medien
- ❖ Faxe
- ❖ Postsendungen
- ❖ Hotline

14. Welche Services bzw. Arbeitsmaterialien wünschen Sie sich von pharmazeutischen Unternehmen, um Sie bei Ihrer Arbeit in der Apotheke zu unterstützen?

- ❖ Online-Schulungen
- ❖ Tutorials (z. B. Video, Animation)
- ❖ Podcasts
- ❖ Live-Webinare
- ❖ Fortbildungs-/Seminarveranstaltungen in der eigenen Apotheke
- ❖ Fortbildungs-/Seminarveranstaltungen an anderem Ort
- ❖ Beratungs- und Abgabehilfen
- ❖ Argumentationshilfen für den Verkauf
- ❖ Wissenschaftliche Materialien/Fachbroschüren
- ❖ Infomaterialien zur Abgabe an die Kundschaft
- ❖ Materialien zur Abverkaufsunterstützung (z. B. HV-Aufsteller, Dekorationsmaterial)
- ❖ Material für Aktionsveranstaltungen für die Kundschaft
- ❖ Kennzahlenanalysen und -auswertungen
- ❖ Sonstiges: (Freitext)

15. Dass sich das Apothekenpersonal regelmäßig fortbildet, ist unerlässlich für die stets fachkundige Kundenberatung. Welchen Stellenwert haben dabei akkreditierte Fortbildungen für Sie bzw. Ihr Team?

- ❖ Einen hohen, akkreditierte Fortbildungen sind inhaltlich meist anspruchsvoll und am besten für eine fachkundige Weiterbildung geeignet. Zudem ist der Erhalt der Fortbildungspunkte wichtig.
- ❖ Einen mittleren, der Erhalt der Fortbildungspunkte ist wichtig, aber zur Wissensauffrischung und -vertiefung sind auch andere Formate gut geeignet.
- ❖ Einen untergeordneten, zur Wissensauffrischung und -vertiefung sind andere Formate ebenso geeignet und auch der Erhalt von Fortbildungspunkten ist nicht so wichtig.

16. Von welchen OTC-Anbietern fühlen Sie sich insgesamt am besten unterstützt? Bitte erstellen Sie Ihr persönliches Top-5-Ranking!

- ❖ Platz 1: (Freitext)
- ❖ Platz 2: (Freitext)
- ❖ Platz 3: (Freitext)
- ❖ Platz 4: (Freitext)
- ❖ Platz 5: (Freitext)

17. Von welchen Rx-Anbietern fühlen Sie sich insgesamt am besten unterstützt? Bitte erstellen Sie Ihr persönliches Top-5-Ranking!

- ❖ Platz 1: (Freitext)
- ❖ Platz 2: (Freitext)
- ❖ Platz 3: (Freitext)
- ❖ Platz 4: (Freitext)
- ❖ Platz 5: (Freitext)

Beispiel-Ergebnis

Frage 3b.

Wie könnten die betreffenden Anbieter die Apotheken besser unterstützen, sofern sie an der Situation als solcher, also dem jeweiligen Lieferengpass, nichts ändern können? Was würden Sie sich wünschen?

Frühzeitige Information, wenn es zu Lieferengpässen kommt (1311)

60,9 %

Bessere Information bezüglich der voraussichtlichen Dauer von Engpässen (1798)

83,6 %

Mehr Informationen zu den jeweiligen Ursachen eines Engpasses (1086)

50,5 %

Hilfestellung beim Umgang mit den Lieferengpässen (z. B. Informationen bezüglich Therapiealternativen, Informationsschreiben für Arztpraxen, Patienteninfos) (1314)

61,1 %

Informationen über alternative Bezugsmöglichkeiten (z. B. Direktbestellung) (1321)

61,4 %

Sonstiges (15)

0,7 %

Haben Sie Interesse an den vollständigen Ergebnissen des DAP Meinungsmonitors 2024?

Als Hersteller können Sie diese zu einem Preis von 2.100 Euro (zzgl. MwSt.) erwerben.

Auf Wunsch können ausgewählte Fragen auch getrennt nach den verschiedenen Berufsgruppen (Apotheker/-innen, PTA etc.) ausgewertet werden.

Schreiben Sie bei Interesse einfach eine Nachricht an info@dap-networks.de!

DeutschesApothekenPortal

DAP Networks GmbH
Agrippinawerft 22
50678 Köln

Telefon: 0221 222 83 - 0

Telefax: 0221 222 83 322

E-Mail: info@dap-networks.de