

INSIGHT Health-Herbsttagung:

Ausblick auf den Apothekenmarkt 2022 und digitale Chancen

Waldems-Esch, 09.11.2021. Wie entwickelt sich das Versorgungsdreieck von Apotheke, Industrie und PatientInnen Post-Corona? Dieser Frage sind geladene Experten am 27.10.2021 auf unserer hybriden Herbsttagung bei Frankfurt mit über 200 Teilnehmern im Live-Chat und vor Ort nachgegangen.

Torsten Roos (Geschäftsführer INSIGHT Health) führte mit einem Überblick über den Apotheken- und Pharmamarkt in die Veranstaltung ein. Unter seiner Moderation sprachen und diskutierten hochkarätige Gäste über das Thema "Apotheken als breit aufgestellte Versorgungspartner - Wunsch oder Realität?". Ralf König (hih - health innovation hub des Bundesministerium für Gesundheit) thematisierte zunächst die Veränderung der Patient Journey durch eHealth. Hierbei werde das E-Rezept die erste breite digitale Anwendung im Gesundheitsbereich für jeden Bürger sein, die sich 2022 im Markt etablieren werde. Apotheken hätten hier die Chance, zu einem wichtigen Service-Partner der Patienten zu werden und die Prozesse für den Patienten einfacher und mehr „convenient“ zu gestalten. Melanie Dolfen (BezirksApotheke Berlin) betonte, dass Apotheken zwar in bestimmten Bereichen spezialisiert sein können, aber dennoch ein breit aufgestellter Versorgungspartner sind und bleiben müssen. Apotheken hätten mit ihren vielen Kontaktpunkten zum Patienten heute eine sehr gute Ausgangssituation, um auch mit den Mitteln der Digitalisierung ihre Rolle weiter auszubauen. Dies betonte auch Marcel Becker in seiner Rolle als Apothekeninhaber und Verantwortlicher der Apothekenkooperation Apovid. Während der Pandemie hätten viele Apotheken ihr Geschäft bereits verstärkt digital und mit Services (Tests, etc.) ausgebaut. Er erwartet nun einen Digitalisierungsschub nicht nur auf Patientenebene, sondern auch auf B2B-Plattformen zur gemeinsamen Koordinierung von Marketingfragen. Diese Apothekenperspektive unterstütze auch Hauke Kalz (INSIGHT Health). Das E-Rezept sei ein Gamechanger und der Druck für Digitalangebote hoch. Nun gelte es, konsequent Geschäftsprozesse anzupassen, beispielsweise durch die Nutzung eines dynamischen Pricings über Big Data-Services der INSIGHT Health (bzw. der Marke Solvena).

Die zweite Diskussionsrunde widmete sich dem Apothekenmarketing der Zukunft und Änderungen im Industrievertrieb. Thomas Golly (SEMPORA Consulting) sprach über geänderte Kundenanforderungen sowie Trends im OTC-Bereich: Der Versandhandel wirke als OTC-Schrittmacher und Amazon wirft als Gamechanger im Apothekenmarkt seinen Schatten voraus. Hinzu komme der fortlaufende Trend zur Filialisierung sowie eine Vernetzung und Hybridisierung durch Gesundheitsplattformen, die Grenzen zwischen Offizin, Versandhandel und Ärzten aufweichen. Auch werde das Thema Preis

immer wichtiger. Dies sei aktuell von Industrie und Apotheken „undermanaged“, im E-Commerce spiele intelligentes Pricing aber eine entscheidende Rolle.

Christian von Heemskerck (DR. KADE Pharma) betonte die notwendige digitale Vernetzung im Marketing/Vertrieb. Die Industrie müsse sich mit Apotheken digital austauschen, um schneller auf den dynamischen Markt zu reagieren. Alle Industrieteilnehmer benötigten ein hybrides Kontaktmodell mit Apotheken - hierzu brauche es aber gemeinsame Infrastrukturen und Initiativen.

Im dritten Teil stellte Dr. Ralf Kettenbach (INSIGHT Health) das Big Data-Tool „Pharmacy Cube“ vor, mit dem Apotheken wie Industrie regionale Potenziale und Verschiebungen an den einzelnen Apothekenstandorten erkennen können. Dies war der Start zu einer lebhaften Podiumsdiskussion. Die wichtigsten Aussagen: Apotheken gehen gestärkt als Service-Partner aus der Pandemie hervor. Dieser Weg sei nun mit digitalen Services und Tools fortzusetzen. Und: Um dies erfolgreich zu tun, braucht es eine digitale Vernetzung mit Geschäftspartnern und ein datenbasiertes Arbeiten.

Torsten Roos resümiert am Ende: „Auch wenn der Apothekenmarkt vor Herausforderungen steht: Die Digitalisierung bringt zahlreiche Chancen mit sich, dazu gab es heute viel Rückenwind. INSIGHT Health ist als verlässlicher „Digital-Partner“ mit unseren (Daten)-Lösungen gerne dabei - wir freuen uns auf diesen innovativen, gemeinsamen Weg.“

Bei Rückfragen oder Interviewwünschen wenden Sie sich bitte an:

Nadja Annerl
Unternehmenskommunikation INSIGHT Health
+49 6126 955 434
NAnnerl@insight-health.de

INSIGHT Health ist einer der führenden Informationsdienstleister im Gesundheitsmarkt mit Sitz in Waldems-Esch und Niederlassungen in Berlin und Wien. Das Unternehmen bietet aufgrund seiner umfassenden Branchenkenntnisse ein breites Portfolio datenbasierter Dienste zur Markt- und Versorgungsforschung an. Das Plus der INSIGHT Health GmbH & Co. KG liegt in der schnellen und transparenten Bereitstellung von Daten unter Beachtung der gesetzlichen Datenschutzvorschriften sowie in der Ausarbeitung individueller Lösungen für die pharmazeutische Industrie, Krankenversicherungen, Ärzteverbände, Apothekenvereinigungen, wissenschaftliche Institute, Behörden, Politik und andere Entscheider im Gesundheitsmarkt.

Weitere Informationen: www.insight-health.de.