

LÉKÁRENSKÝ TRH V NĚMECKU



MAG. PHARM. RALF HONSELMANN
ISERLOHN (NĚMECKO)

Motto: „Kdo má, bude mu přidáno, kdo nemá, bude mu vzato i to, co má“

S napětím očekávaný rozsudek Evropského soudního dvora ohledně zákazu vlastnictví lékárny nelékárníkem či vlastnění více než jedné lékárny, padl 19. května 2009. Na základě tohoto rozhodnutí zůstává zákaz pro německé lékárny v platnosti. Přesto je třeba počítat s celou řadou změn na německém lékárenském trhu, a to zvláště v případě nových lékáren, kdy na významu nabývají lékárenské organizace, jako např. zásilkové lékárny, franchisové systémy a sdružení vytvořená velkoobchodem. Kromě toho již nyní vznikají sítě lékáren. Provozovatelé franchisových konceptů, známkových podílnictví a sdružení provozovatelů coby vítězové soudních sporů dále strategicky zdokonalují své postavení na trhu. Takovéto silné trendy jsou patrné též ze vzrůstajícího uvádění vlastních značek, etablování center pro blistrování, stejně jako rozšíření produktů původně vyhrazených pro lékárny do drogerií a na masový trh. Na německém lékárenském trhu v současnosti z toho důvodu panuje konkurenční situace typická pro řetězce.

Zhruba 21 500 lékáren se v nadcházejících letech musí zabývat následujícími otázkami:

1. Jaké šance na přežití má do řetězce nezapojená lékárna v tomto prostředí?
2. Musí se lékárník zapojit do sdružení lékáren?
3. A když ano, jaká forma spolupráce je správná?
4. S jakými strategiemi může lékárník obstát na trhu?

Německé zákony zatím lékárny ještě chrání. Lékárenské řetězce jsou dosud zakázány, vyjma „mini-řetězců“ představovaných 2 – 4 lékárnami (1 hlavní lékárna a max. 3 filiální), které vlastní jeden a týž lékárník. Některá lékárenská sdružení však na veřejnosti vystupují tak, jako

by se jednalo o řetězce (např. DocMorris); tyto lékárny jsou ale právně samostatnými provozními jednotkami; po uhrazení licenčního poplatku pouze používají logo DocMorris.

Od filiálních lékáren jsou tedy odlišována tzv. lékárenská sdružení. Tato sdružení sledují v zásadě cíl postupovat společně při reklamní kampani a dosáhnout nákupních výhod. Do sdružení zapojené lékárny ale zůstávají autonomní, právní charakter společenské formy lékárny je nedotčeno. Vedle toho existují snahy rozšířit kompetenci sdružení a podílnictví jako u nemocenských pokladen a lékařů. Příkladem sdružení s celkem asi 7000 členů jsou: „MVDA“ (Marketing Verein Deutscher Apotheker e.V., sám s cca 3600 členy), „vivesco“, „meine apotheke“, „parmapharm“ a mnohé jiné. Další koncepty s ohledem na možné franchisingy jsou nyní v odborných kruzích kriticky diskutovány, protože by mohly zpochybnit svobodu lékárníkovy povolání a jeho současné zdravotně-politické poslání stavět do špatného světla.

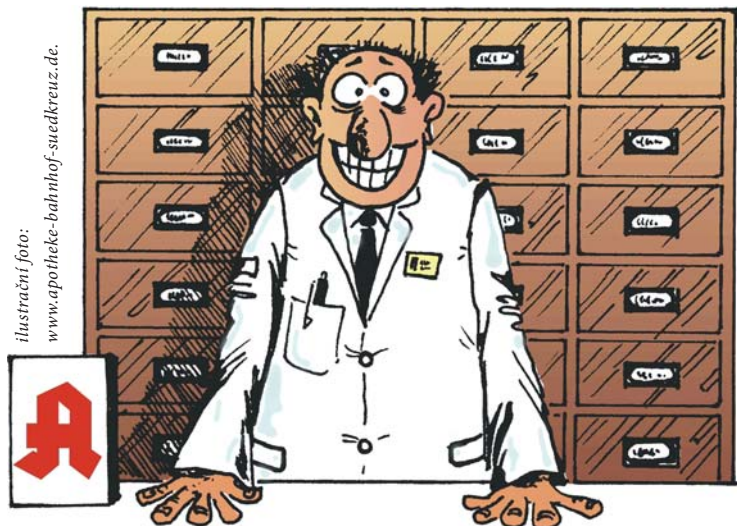
Další důležitou roli na německém lékárenském trhu hrají zásilkové lékárny. Do r. 2003 byl zásilkový prodej léčiv ze zásady zapovězen, od 1. ledna 2004 je přípustný. I když je „kamenný“ lékárenský trh nadále hodnocen jako nejdůležitější distribuční kanál, nabízí se dynamický trh zásilkových lékáren v současnosti jako nejatraktivnější šance na růst. Samotný rozsah oblasti volně prodejných léků narůstá ročně geometrickou řadou.

Počet lékáren je po léta stabilní, avšak němečtí lékárníci musí žít nejen z prodeje Rx léčiv, nýbrž i z prodeje OTC a zdravotnického servisu, a využít nyní všech možností. Lékárny musí ukázat ochotu rozšířit poskytovaný zdravotnický servis, aby mohly obstát v nadcházející stále tvrdší konkurenci.

Německý lékárenský trh v číslech

Počet lékáren v Německu	21 548
Počet všech pracovníků v německých lékárnách	146 848
Průměrný počet pracovníků v 1 lékárně	6,8
Počet obyvatel připadajících na jednu lékárnu	3 796
Počet filiálních lékáren	3 224
Průměrný obrat lékárny	1,5 – 1,75 mil. eur
Průměrný obrat TOP-lékáren	přes 3 mil. eur
Počet lékárenských velkoobchodů	18
Počet sdružení	33
Počet odborných sdružení	12
Počet regionálních sdružení	9

(Z němčiny přeložil Robert Jirásek)



ilustrační foto:
www.apotheke-bahnhof-suedkreuz.de

