

NZZ

Walter Oberhänsli, CEO der Versandapotheke Zur Rose

Das Amazon-Modell für Medikamente

Walter Oberhänsli wollte die Apotheke in seiner Heimatgemeinde wiederbeleben. Rückschläge und Hindernisse führten jedoch zur Gründung der Versandapotheke Zur Rose, die heute in Europa führend ist.

von Werner Grundlehner
13.7.2015



Als der Anwalt Oberhänsli 1993 das Metier wechselte, hatte er noch nicht das Amazon-Modell des Arzneimittel-Versandes im Kopf. (Bild: Illustration Christoph Fischer)

Die Ironie, die in seinem Geschäftsmodell steckt, ist Walter Oberhänsli, Gründer und CEO der Versandapotheke Zur Rose, bewusst. Ursprünglich wollte er seiner Heimatgemeinde Steckborn wieder zu einer Apotheke verhelfen; die letzte war in den 1960er Jahren geschlossen worden. Das Geschäft sollte in Oberhänsli's Liegenschaft «zur Rose» beheimatet sein. Da er keinen Mieter fand, begann er den Markt zu studieren. Dies führte zur Gründung einer Online-Apotheke, die heute knapp eine Milliarde umsetzt und Marktführer in Europa ist.

Arzt für Strategie konsultiert

Als der Anwalt Oberhänsli 1993 das Metier wechselte, hatte er noch nicht das Amazon-Modell des Arzneimittel-Versandes im Kopf. Als Erstes diskutierte er mit seinem Hausarzt, u. a. wo er seine Medikamente beziehe. Daraus entstand die Idee, einige Ärzte zu motivieren, sich als Aktionäre zu beteiligen und ihren Bedarf zukünftig über Zur Rose zu decken; sieben Jahre später begann er, Patienten direkt zu beliefern. Heute werden über die Hälfte der Medikamente elektronisch rezeptiert, und Zur Rose hat dazu die Pionierarbeit geleistet; sie war die erste Apotheke in der Schweiz, welche diese sichere und kostensparende Art der Verschreibung anwandte. Mit einem Web-Shop begann Oberhänsli erst 2011.

Die Wachstumstreiber in seiner Branche sind laut Oberhänsli Demografie, Digitalisierung und Liberalisierung des Gesundheitsmarkts. Das Beharrungsvermögen im Gesundheitssektor sei jedoch enorm, sagt er. Wenn man

etwas verändern wolle, brauche es extrem viel Energie. E-Commerce werde aber auch in diesem Wirtschaftszweig Einzug halten; der Markt könne sich nicht abschotten, da der Druck Richtung Telemedizin aus den unterschiedlichsten Richtungen komme.

Ein Glücksfall war für Oberhänsli, dem die Schweiz schon lange zu eng war, der Kauf der deutschen DocMorris 2012. Der Kaufpreis war nach seinen Angaben sehr günstig. Der Besitzer Celesio hatte einen Führungswechsel hinter sich und glaubte nicht mehr an das Distributions-Modell. Der Ostschweizer ist der Meinung, er habe diese Chance verdient, weil er zuvor so viel Zeit in Deutschland investiert hatte. Mit einem neuen Verteilzentrum im niederländischen Heerlen soll nun die Führung in Europa ausgebaut werden.

Sein Hintergrund als Jurist hilft Oberhänsli dabei, denn jeder Markt, der neu ins Auge gefasst wird, ist regulatorisch anspruchsvoll – und auch die Aktivitäten in den bestehenden Märkten sind herausfordernd. In der Schweiz wird kantonal geregelt, ob ein Arzt selbst dispensieren darf, also befugt ist, dem Patienten direkt Medikamente abzugeben, oder nicht. Im Online-Versand braucht es zudem selbst für nicht-verschreibungspflichtige Arzneien ein Rezept, und es existiert ein Höchstpreis-System mit Rabatten. In Deutschland gebe es dagegen Festpreise. Oberhänsli hat durchaus Verständnis, dass sich die Apotheker gegen die Konkurrenz der Web-Dienste wehren.

Weniger nachvollziehen kann er aber gewisse «Schlaumeiereien», wie etwa, dass im Gesetz festgeschrieben werden soll, ärztliche Rezepte müssten auch für rezeptfreie Medikamente bereits vor der Bestellung vorliegen. Bisher war der Ablauf so, dass Zur Rose nach Eingang der Bestellung ein Rezept einholte. Oberhänsli verweist darauf, dass es hier um frei verfügbare Medikamente wie Bepanthen und Ähnliches geht.

Zur Rose beliefert in der Schweiz 3500 selbstdispensierende Ärzte und erzielt so 300 Mio. Fr. Umsatz. Das Versandgeschäft in der Schweiz hat rund 190 000 Kunden und generiert einen Erlös von 100 Mio. Fr. In Deutschland setzte die Firma im vergangenen Jahr mit 1,8 Mio. Kunden 500 Mio. Fr. um.

Gesetzesänderungen in Sicht

Die Chancen stehen gut, dass in Deutschland die Festpreise schon bald fallen; auch die Verschreibungspflicht für OTC-Arzneien in der Schweiz ist nicht in Stein gemeisselt. In den 23 Jahren, in denen er im Apotheken-Geschäft sei, habe sich dieses komplett verändert, sagt der Zur-Rose-CEO. Früher war das Geschäftsmodell: Wir haben ein Lager, ihr könnt bestellen.

Zukünftig werde die Distribution dort beginnen, wo sie jetzt aufhöre, beim Patienten. Die Kluft zwischen den Möglichkeiten der Gesundheitsbranche und dem, was dem Nutzer zugutekommt, ist nach Meinung von Oberhänsli gigantisch. Er betrachtet das «Empowerment» des Patienten als seine Aufgabe; man müsse ihm bei der rechtzeitigen und richtig dosierten Einnahme der Arzneimittel helfen. Dazu dient die sogenannte Verblistering: Das «Medikamenten-Menü» wird für jeden Einnahme-Zeitpunkt individuell abgepackt, dabei wird auch die Interaktion der Heilmittel geprüft. Viel Erfahrung mit derartigen Dienstleistungen hat DocMorris in die Firma eingebracht. Unlängst lancierte die Versandapotheke eine mobile Pharmacy-App. Mit dem Kauf von Blue Care aus Winterthur gewann Oberhänsli jüngst 50 IT-Spezialisten aus dem Gesundheitssektor hinzu.

Die Liebe zum stationären Geschäft hat Oberhänsli trotz seinem virtuellen Gegenmodell nicht verloren. Unlängst erwarb er die Inneneinrichtung einer alten Apotheke. Beim Beschreiben der mit Email-Tafeln beschrifteten Schubladen strahlt er übers ganze Gesicht.