

# Mehr Dienstleistungen statt Preiskampf

Veränderung der Apothekenrolle wird in der Bevölkerung wahrgenommen



Studie im Auftrag der pharmaSuisse

## Projektteam

**Lukas Golder** Politik- und Medienwissenschaftler

**Cloé Jans** Politikwissenschaftlerin

**Martina Mousson** Politikwissenschaftlerin

**Stephan Tschöpe** Politikwissenschaftler

**Aaron Venetz** Politikwissenschaftler

**Noah Herzog** Sekretariat und Administration

Bern, 14. März 2018  
Copyright by gfs.bern

## Ziel und Datenbasis der Studie

Der Stellenwert der Schweizer Apotheken im gesamten Gesundheitssystem wurde mit der Revision des Heilmittelgesetzes und jener des Medizinalberufgesetzes gestärkt. Weitere zentrale Weichenstellungen erfolgen nun im Hinblick auf das neue Verordnungsrecht, welches in Folge des revidierten Heilmittelgesetzes ebenfalls angepasst werden muss. Einzelne Bestimmungen daraus wurden bereits Anfang 2018 in Kraft gesetzt. Für weitere Neuerungen, die ab 2019 gelten sollen, hatte der Bundesrat bis Ende Oktober 2017 eine Vernehmlassung angesetzt. Dabei geht es auch darum, welche (rezeptpflichtigen) Medikamente in Zukunft von Apotheken abgegeben werden können. Die Apothekenlandschaft ist aber auch unabhängig von den Neuerungen im Verordnungsrecht stark in Bewegung: Einerseits wird das Angebot an Services und Dienstleistungen stark ausgebaut. Andererseits sind strukturelle Umbrüche im Marktumfeld der Apotheken zu beobachten, nicht zuletzt ausgelöst durch das schnelle Aufkommen von Online-Shops und Anbietern.

Vor diesem dynamischen Hintergrund wird mit dem Apothekenmonitor das Ziel einer Bestandsaufnahme der Wahrnehmung von Apotheken in der Schweizer Bevölkerung verfolgt.

Konkret wurden 2018 folgende Aspekte untersucht:

- Erstanlaufstellen bei Gesundheitsproblemen
- Vertrauen in Apotheken im Vergleich mit anderen Gesundheitsfachpersonen und -instanzen
- Analyse der Themenlage und Issues, die mit Apotheken in Zusammenhang gebracht werden
- Aussagen zu Eigenschaften und Dienstleistungsangeboten in Apotheken
- Servicequalität, Preis-Leistungsverhältnis
- Akzeptanz von neuen Möglichkeiten und Dienstleistungen

Nebst der aktuellen Analyse ist die Beobachtung der obigen Aspekte im Zeitverlauf nach mittlerweile fünf Befragungswellen auf solider Basis möglich.

Der Fragebogen wurde in Zusammenarbeit mit pharmaSuisse erarbeitet. 2017 wurde er um rund die Hälfte der Fragen gekürzt und die Stichprobe wurde von ursprünglich rund 1200 auf nunmehr 1004 Einwohnerinnen und Einwohner verkleinert. Die im letzten Jahr gestrichenen Fragen wurden 2018 erneut aufgenommen. Die Befragung erfolgte telefonisch auf Basis eines (im Durchschnitt) rund 18-minütigen Interviews. Weiterführende Informationen zur Datengrundlage der Studie finden sich in der untenstehenden Tabelle zusammengefasst.

**Tabelle 1**

### Technischer Kurzbericht Apothekenmonitor

<b>Auftraggeber</b>	pharmaSuisse
<b>Durchführendes Institut</b>	Forschungsinstitut gfs.bern
<b>Grundgesamtheit</b>	Einwohner ab 18 Jahren der Schweiz, die einer der drei Hauptsprachen mächtig sind
<b>Stichprobengrösse</b>	Total Befragte N = 1000
<b>Erhebungsart</b>	CATI
<b>Auswahlverfahren</b>	at random für Telefonnummern und Haushaltszusammensetzung
<b>Befragungsdauer</b>	24.01. bis 08.02.2018
<b>Mittlerer Befragungstag</b>	31.01.2018
<b>Mittlere Befragungsdauer</b>	18 Minuten, Standardabweichung 3.7 Minuten
<b>Theoretischer Stichprobenfehler</b>	± 3.2 Prozent bei 50/50 und 95-prozentiger Wahrscheinlichkeit

## Die Service-Apotheke der Zukunft

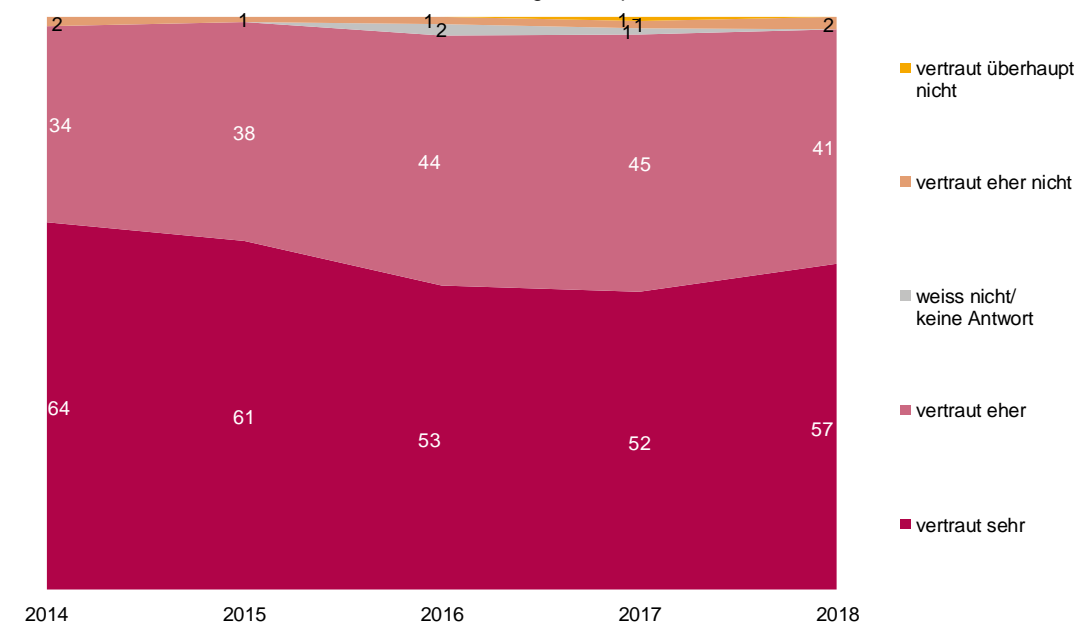
Um erfolgreich am Markt zu bestehen, muss die Apotheke der Zukunft vermehrt auf Dienstleistungen und Services setzen. Apothekerinnen und Apotheker sind immer weniger Verkäuferinnen und Verkäufer von (OTC-) Medikamenten und werden immer mehr zu ganzheitlichen Anlaufstellen zur möglichst schnellen Problemlösung für Patientinnen und Patienten. In der Wahrnehmung der Bevölkerung bleibt die Apotheke heute die wichtigste Vertrauensperson bei leichten Gesundheitsstörungen, die Ärzteschaft hingegen geniesst das grösste Vertrauen bei chronischen Krankheiten.

Das Vertrauen in Apotheken ist traditionell flächendeckend vorhanden. In den letzten Jahren ist jedoch insbesondere der Anteil Einwohnerinnen und Einwohner, die Apotheken sehr vertrauen, gesunken. Dieses Jahr macht sich nun eine mögliche Trendwende bemerkbar. Der Anteil mit sehr grossem Vertrauen in Apotheken steigt um 5 Prozentpunkte.

Grafik 1

### Trend Filter Vertrauen in Apotheke

"Wie hoch ist das Vertrauen in diese Apotheke – vertrauen Sie ihr sehr, eher, eher nicht oder überhaupt nicht?"  
in % EinwohnerInnen ab 18 Jahren, die meistens die gleiche Apotheke besuchen



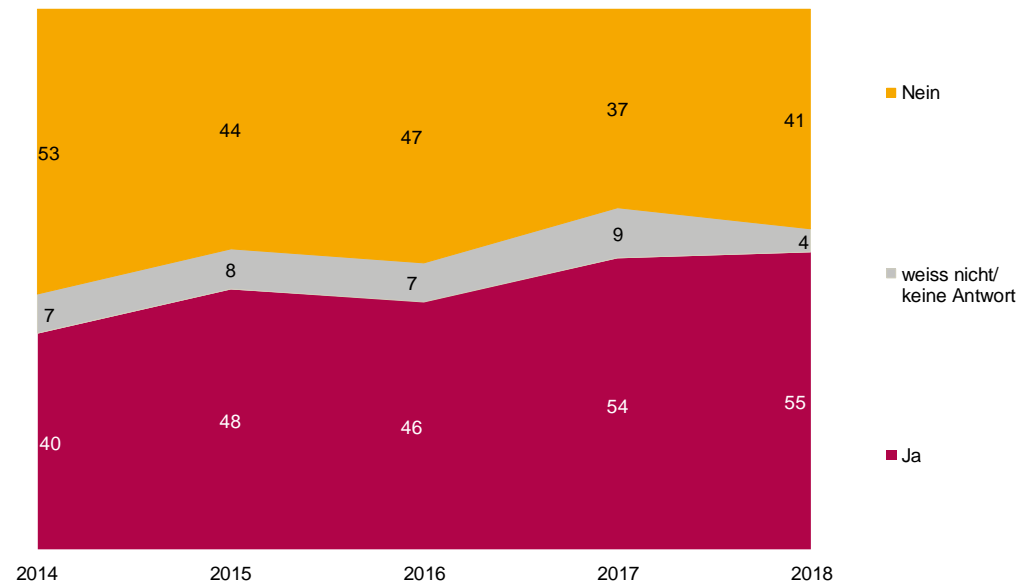
© gfs.bern, pharmaSuisse Apotheken-Monitor 2018, Jan./Feb. 2018 (n<sub>ab 2017</sub> jeweils ca. 770, n<sub>bis 2016</sub> jeweils ca. 950)

Eine Ausweitung des Kompetenzbereichs der Apotheken wird von der Bevölkerung begrüsst. Der Kulturwandel hin zu einer wichtigeren Rolle der Apotheken geschieht langsam, ist aber dennoch klar erkennbar. Heute kann sich eine klare Mehrheit der Bevölkerung vorstellen, ein Krankenkassenmodell zu wählen, das bei gesundheitlichen Problemen einer Erstabklärung in einer Apotheke beinhaltet (55%). Das war vor wenigen Jahren noch nicht der Fall.

## Trend Filter Einschätzung Erstabklärung in Apotheke

"Könnten Sie sich vorstellen, bei Ihrer Krankenkasse ein Spar-Versicherungsmodell zu wählen, das bei gesundheitlichen Problemen eine Erstabklärung in dieser Apotheke beinhaltet?"

in % EinwohnerInnen ab 18 Jahren, die meistens die gleiche Apotheke besuchen



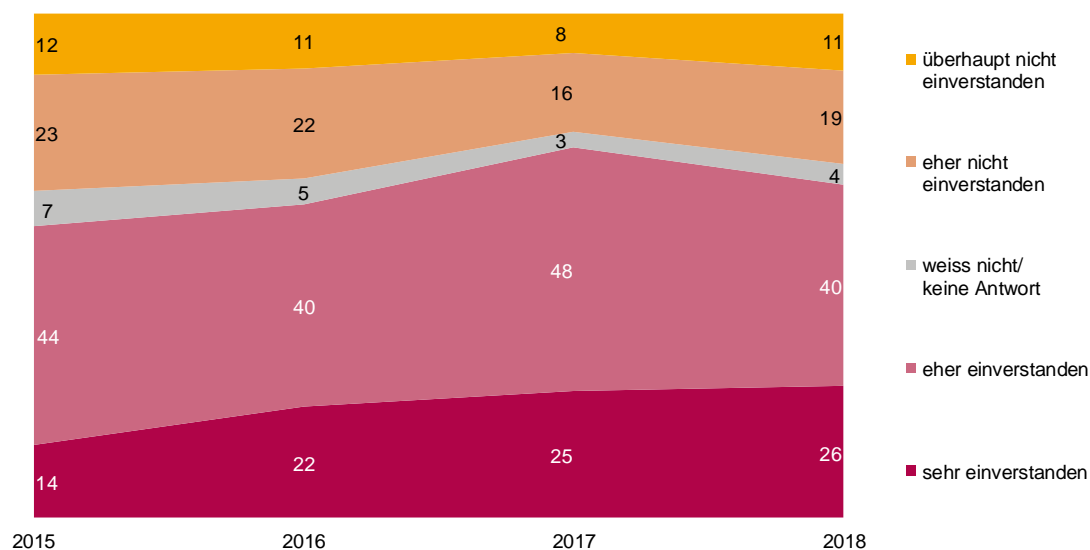
© gfs.bern, pharmaSuisse Apotheken-Monitor 2018, Jan./Feb. 2018 (n ab 2017 jeweils ca. 770, n bis 2016 jeweils ca. 950)

Der Anteil Einwohnerinnen und Einwohner, der zudem sehr einverstanden ist damit, dass nicht mehr nur die Ärzteschaft, sondern auch Apotheken verschreibungspflichtige Medikamente abgeben dürfen, nimmt seit 2015 ebenfalls langsam, aber stetig zu. Insgesamt sind heute 66 Prozent der Befragten mit dieser Systemanpassung einverstanden. Lediglich 30 Prozent bleiben diesbezüglich skeptisch.

## Trend Abgabe verschreibungspflichtiger Medikamente durch Apotheken

"Das Parlament hat beschlossen, dass Apotheker künftig selbst verschreibungspflichtige Medikamente abgeben können. Sind Sie damit sehr einverstanden, eher einverstanden, eher nicht einverstanden oder überhaupt nicht einverstanden?"

in % EinwohnerInnen ab 18 Jahren



© gfs.bern, pharmaSuisse Apotheken-Monitor 2018, Jan./Feb. 2018 (N ab 2017 jeweils ca. 1'000, N bis 2016 jeweils ca. 1'200)

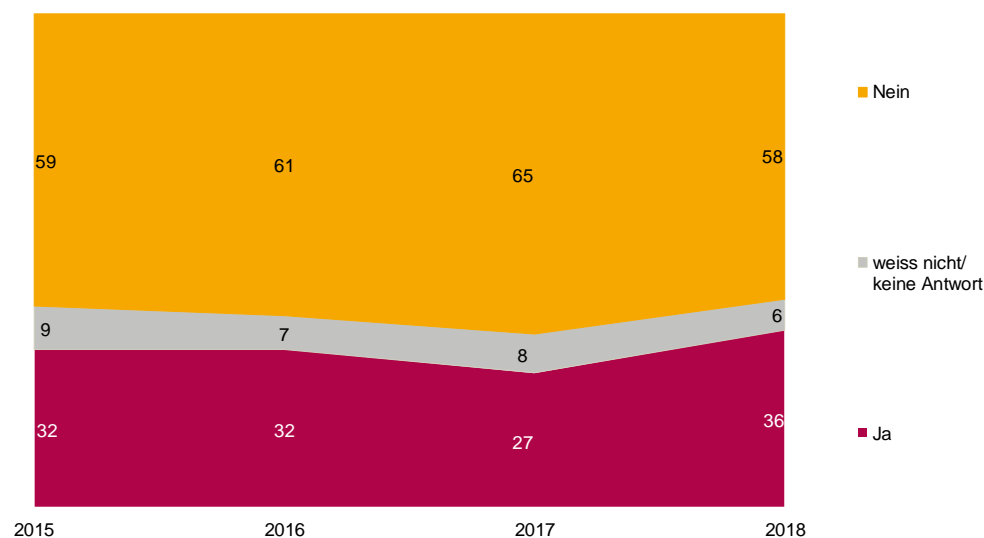
Obwohl die Einwohnerinnen und Einwohner bezüglich Medikamenten-Preise weiterhin sehr sensitiv reagieren, ist ein wachsender Anteil Befragter bereit, für zusätzlichen Service auch etwas zu bezahlen. In den letzten drei Jahren nahm die Zustimmung zur Aussage, dass der Beratungszuschlag von Apotheken für verschriebene Medikamente Abzockerei sei, stetig ab (heute 47% sehr/eher einverstanden, vgl. Schlussbericht). Mit 36 Prozent sind zudem 2018 so viele wie in den Vorjahren nie einverstanden mit der Aussage, dass Apotheken für Beratungsleistungen zu verschreibungspflichtigen Medikamenten auch einen Aufpreis verlangen dürfen.

Grafik 4

## Trend Aufpreis bei Beratung verschreibungspflichtiger Medikamente durch Apotheken

"Wenn der Apotheker Beratungsleistungen für verschreibungspflichtige Medikamente macht, soll er dafür einen Aufpreis auf das Medikament verlangen dürfen?"

in % EinwohnerInnen ab 18 Jahren



© gfs.bern, pharmaSuisse Apotheken-Monitor 2018, Jan./Feb. 2018 (N<sub>ab 2017</sub> jeweils ca. 1'000, N<sub>bis 2016</sub> jeweils ca. 1'200)

## Umstrukturierungen polarisieren

Zwischen den Zusatzdienstleistungen wie einer Beratung und den Medikamenten-Preisen selbst wird aber weiterhin klar unterschieden. Innerhalb der Neuigkeiten, die den Befragten zu Apotheken in Erinnerung bleiben, gibt es eine klare Dichotomie: Die Medikamente-Preise werden sehr klar negativ beurteilt. Im Gegensatz dazu werden die restlichen Neuigkeiten klar positiv beurteilt. Das gilt insbesondere für die Themen Grippeimpfungen und -epidemie, die Aufhebung der Rezeptpflicht sowie Dienstleistungen von Apotheken im Allgemeinen. Im Bezug auf die Erweiterung von Dienstleistungen kann die Bevölkerung mit durchaus breitem Wissen aufwarten:

*"dass man bei Apotheken bei Schnittwunden vorbeigehen kann", "dass man die Impfungen in der Apotheke machen kann", "dass sie für die Beratung auch etwas verlangen möchten", "man sollte schneller zur Apotheke gehen als zum Notfall" oder "dass die Kompetenz der Apotheken erweitert wird", sind einige Beispiele von konkreten Wortmeldungen zum Thema.*

Im Zusammenhang mit der sich verändernden Struktur der Apothekenlandschaft ist der Umbruch in den Regionen ein kleines Thema. Häufiger genannt wurde die Verschiebung in den Online-Handel und ganz besonders wahrgenommen wurde die Ausbreitung der Apotheke zur Rose und deren Zusammenspannen mit der

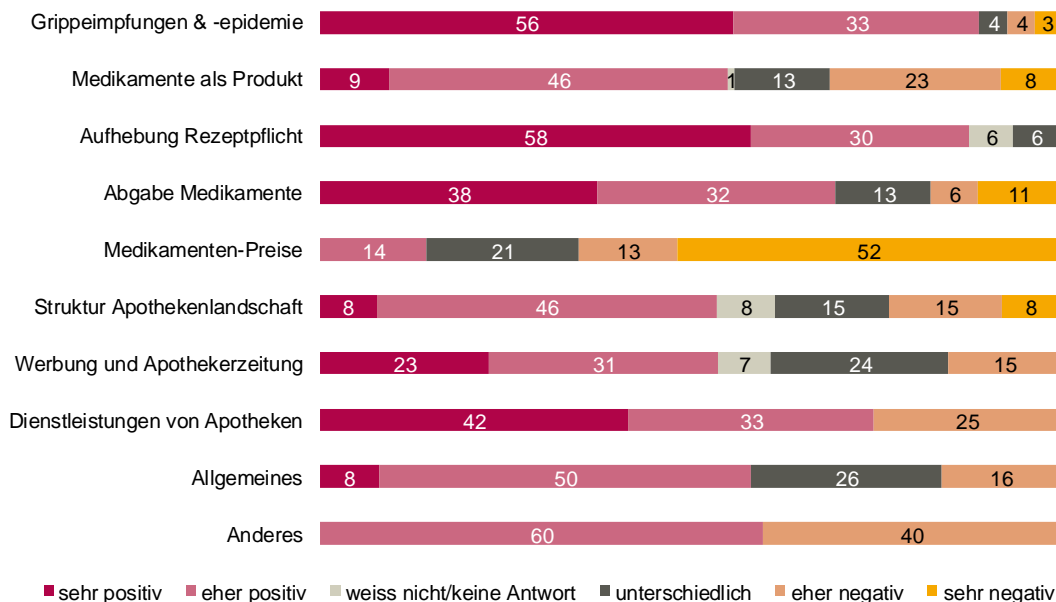
Migros. Die Beurteilung der Strukturellen Entwicklungen fällt ambivalent aus. Ungefähr die Hälfte beurteilt diese als positiv, fast ebenso viele sind aber auch unentschieden oder skeptisch.

Grafik 5

## Filter Beurteilung wichtigstes Thema Neuigkeiten Apotheken

"Ist dieses Thema für Ihr Urteil über die Apotheken sehr positiv, eher positiv, eher negativ oder sehr negativ?"

in % EinwohnerInnen ab 18 Jahren, die etwas gehört, gesehen oder gelesen haben und ein wichtigstes Thema benennen



© gfs.bern, pharmaSuisse Apotheken-Monitor 2018, Januar/Februar 2018 (n = 152)

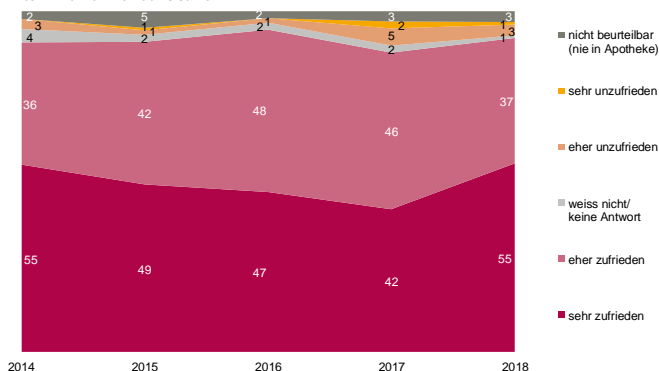
## Verbessertes Preis-Leistungsverhältnis

Im Vergleich zum letzten Jahr ist der Anteil Befragter, der mit dem Service besuchter Apotheken sehr zufrieden ist, insgesamt wieder deutlich angestiegen (von 42% auf 55%). Auch bezüglich der 2017 doch sichtbar eingebrochenen Preis-Leistungszufriedenheit bei Apothekenleistungen ist dieses Jahr eine Verbesserung zu erkennen. Eine sehr klare Mehrheit von 67 Prozent beurteilt diese mindestens als eher gut. Dennoch bleiben auch die aktuellen Werte deutlich hinter jenen von 2016 und früher zurück.

Grafik 6

### Trend Zufriedenheit Service Apotheken

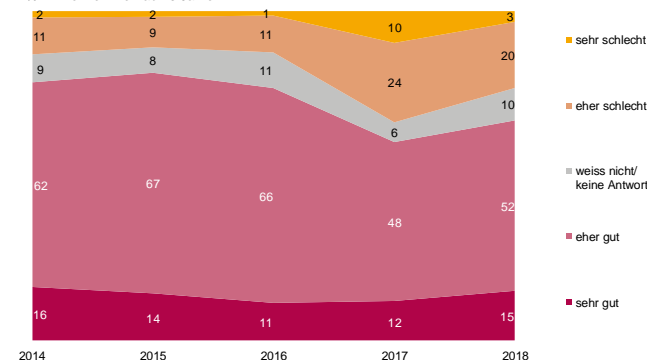
"Unabhängig davon, ob Sie in der letzten Zeit in einer Apotheke waren. Sind Sie mit dem Service der Apotheken sehr zufrieden, eher zufrieden, eher unzufrieden oder sehr unzufrieden?"  
in % EinwohnerInnen ab 18 Jahren



© gfs.bern, pharmaSuisse Apotheken-Monitor 2018, Jan./Feb. 2018 (N ab 2017 jeweils ca. 1'000, N bis 2016 jeweils ca. 1'200)

### Trend Einschätzung Preis-/Leistungsverhältnis für Apothekenleistungen

"Finden Sie das Preis-/Leistungsverhältnis für Apothekenleistungen in der Schweiz sehr gut, eher gut, eher schlecht oder sehr schlecht?"  
in % EinwohnerInnen ab 18 Jahren



© gfs.bern, pharmaSuisse Apotheken-Monitor 2018, Jan./Feb. 2018 (N ab 2017 jeweils ca. 1'000, N bis 2016 jeweils ca. 1'200)

## Dienstleistungen im Trend

Der angestrebte Ausbau des Dienstleistungs-Portfolios der Apotheken lässt sich in der Wahrnehmung der Bevölkerung nachzeichnen. Die untenstehende Grafik zeigt wie stark sich die Apotheken in dieser Hinsicht bewegt haben.<sup>1</sup> Abgebildet sind diejenigen zehn Dienstleistungen, bei denen im Vergleich zum ersten Messpunkt die grösste (positive) Veränderung im Angebot zu verzeichnen ist.

Im Bereich der Impfkontrolle und der Impfungen ist der Zuwachs in den wahrgenommenen Angeboten am grössten. Im Vergleich zu 2014 ist hier ein stetiger Anstieg von 20 Prozentpunkten zu verzeichnen. Deutliche Veränderungen sind auch im Bereich verschiedenster Tests zu verzeichnen, namentlich dem Cholesterin-Test, dem Diabetes-Test oder dem Darmkrebs-Test.

Die Entwicklung des Angebots abgeschirmter Beratungszonen oder auch von Netcare ist ebenfalls beträchtlich. Allerdings wurde dort insbesondere zwischen 2016 und 2018 ein Fortschritt erzielt. Ob dies eine nachhaltige Entwicklung ist, wird sich in Zukunft zeigen.

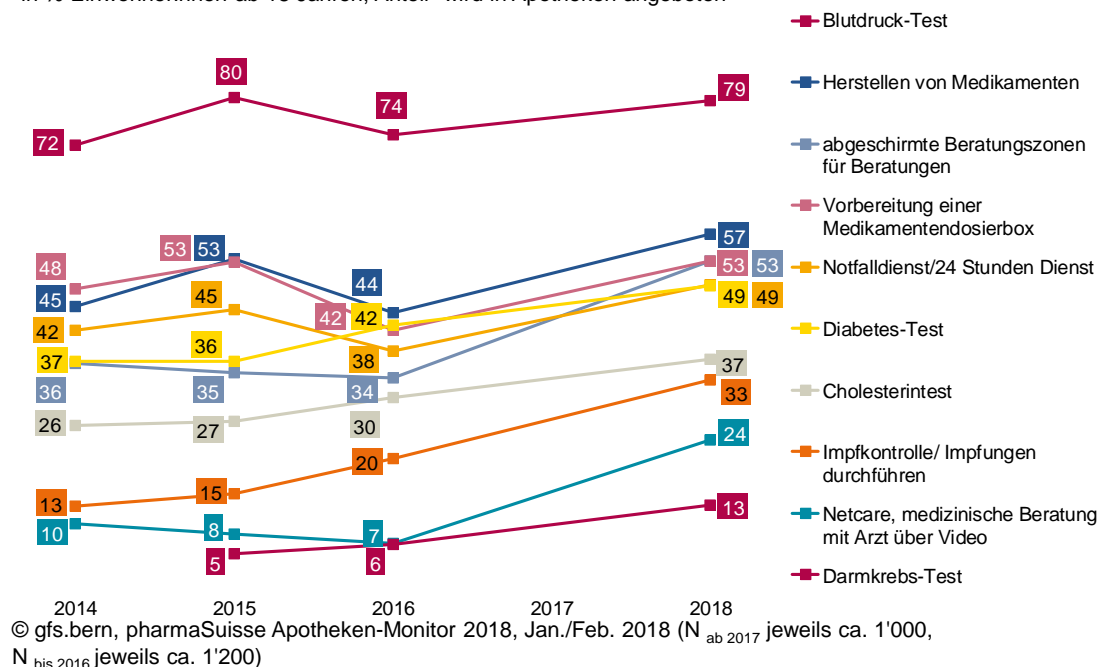
Etwas Zurückhaltung ist auch bei der Interpretation der Zunahme im wahrgenommenen Angebote im Bereich der Blutdruck-Tests, der Medikamentenherstellung, des Notfalldienstes und der Vorbereitung einer Medikamentendosierbox zu wahren. Auch hier geben deutlich mehr Einwohnerinnen und Einwohner als 2014 an, dass dies in ihrer Apotheke angeboten wird, die Entwicklung ist aber nur wenig stetig.

Grafik 7

### Dienstleistungen grösste Zunahme im Angebot (Top 10)

"Ich lese Ihnen im Folgenden mögliche Dienstleistungen von Apotheken vor. Bitte sagen Sie mir zu jeder Aussage, ob diese in Ihrer Apotheke angeboten wird oder nicht."

in % EinwohnerInnen ab 18 Jahren, Anteil "wird in Apotheken angeboten"



<sup>1</sup> Im Jahr 2017 wurde diese Fragebatterie nicht gestellt.



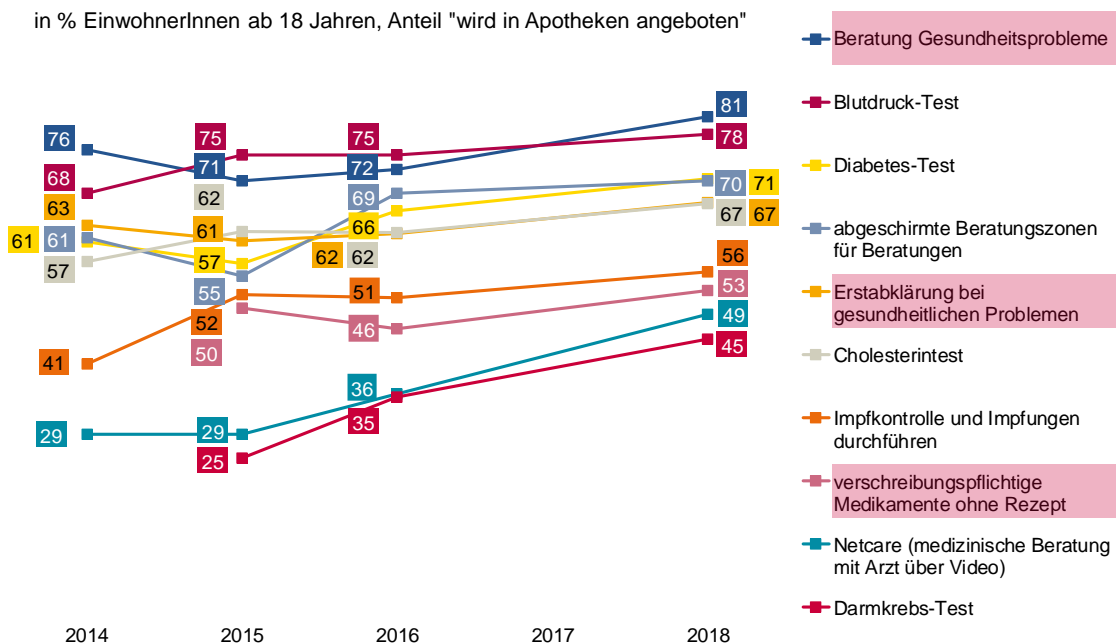
Zunahme ist nicht nur in der Abdeckung des Angebots zu verzeichnen, sondern auch im Interesse der Bevölkerung. Unten abgebildet die Top 10 der Dienstleistungen mit dem grössten Anstieg im Interesse seit Befragungsbeginn. Das Angebot von Darmkrebs-Tests, Netcare oder auch Impfungen sticht hier besonders hervor. Rot hinterlegt sind jene Dienstleistungen, die zwar unter den Top 10 sind, hinsichtlich des gesteigerten Interesses, jedoch nicht wenn es um das breiter wahrgenommene Angebot geht. Im Bereich der Beratung bei Gesundheitsproblemen, bei der Erstabklärung und der Ausgabe von verschreibungspflichtigen Medikamenten stieg das Interesse also stärker als das Angebot.

Grafik 8

## Dienstleistungen grösste Zunahme des Interesses (Top 10)

"Ich lese Ihnen im Folgenden mögliche Dienstleistungen von Apotheken vor. Bitte sagen Sie mir zu jeder Aussage, ob diese in Ihrer Apotheke angeboten wird oder nicht."

in % EinwohnerInnen ab 18 Jahren, Anteil "wird in Apotheken angeboten"



© gfs.bern, pharmaSuisse Apotheken-Monitor 2018, Jan./Feb. 2018 (N ab 2017 jeweils ca. 1'000, N bis 2016 jeweils ca. 1'200)

## Bilanz 2018 und Thesen

Aus den vorangehenden Befunden leiten wir nachfolgende Thesen ab. Gewisse Thesen aus den Vorjahren bestätigen sich dabei und mussten maximal leicht adaptiert werden, andere wurden neu formuliert.

### **These 1 (neu): Positive Trendwende im Vertrauen**

Gerade wenn es um Gesundheit und Behandlung geht, ist hohes Vertrauen in die Anbieter und Fachpersonen unerlässlich. Dieses ist zwar in der Schweiz breit vorhanden, geriet aber in den letzten Jahren zunehmend unter Druck. Nun zeichnet sich eine mögliche Trendwende ab. Das geäußerte grosse Vertrauen nimmt wieder zu. Dies ist ein Zeichen, dass sich die Apotheken in ihrer Transformation hin zu einer neuen Rolle auf dem richtigen Weg befinden.

### **These 2 (neu): Zahlungsbereitschaft nicht über eine Leiste schlagen**

Während die Frage der Medikamenten-Preise heikel bleibt, differenziert die Bevölkerung in ihrer Zahlungsbereitschaft aber durchaus zwischen Produkten und Leistungen. Die sich verändernde Stellung der Apotheken wird wahrgenommen und die Bereitschaft, für zusätzlichen Service auch zu bezahlen, scheint eher vorhanden als früher.

### **These 3 (neu): Dienstleistungen auf dem Vormarsch**

Über den relativ kurzen Untersuchungszeitraum von vier Jahren, ist im Bereich der Wahrnehmung der Angebote von Apotheken beträchtliche Bewegung zu beobachten. Dies schlägt sich auch in einem erneuten Anstieg in der Zufriedenheit mit dem Preis-Leistungsverhältnis nieder. Das Ziel der Apotheken muss es sein, stärker durch die Service-Brille als durch die Preis-Brille betrachtet zu werden.

### **These 4 (adaptiert): Die Apotheke der Zukunft**

Apotheker konkurrenzieren den Hausarzt als traditionellen Gatekeeper im Gesundheitswesen zunehmend. Die Apotheke der Zukunft wird stärker noch zum Dienstleister, Therapeuten und Diagnostiker. Das breitere Angebot an Services wird wahrgenommen, verschiedene Kampagnen wie beispielsweise im Bereich des Impfens zeigen Wirkung. Nebst der Verfügbarkeit verschiedener Tests empfiehlt sich nun vermehrt Beratungsangebote in den Vordergrund zu stellen.

### **These 5 (adaptiert): Dynamisches Marktumfeld und Politik verändert Geschäftsmodell**

Die Apotheken befinden sich in einem dynamischen Marktumfeld. Konkurrenzsituationen verschärfen sich einerseits durch neue Möglichkeiten (Online-Medikamentenbestellung) und andererseits durch das Auflösen bestehender "Gärtchen". Diese Strukturveränderungen werden von der Bevölkerung stark wahrgenommen und bewertet.

# Anhang

## gfs.bern-Team



LUKAS GOLDER

Co-Leiter, Politik- und Medienwissenschaftler, MAS FH in Communication Management

Schwerpunkte

Integrierte Kommunikations- und Kampagnenanalysen, Image- und Reputationsanalysen, Medienanalysen / Medienwirkungsanalysen, Jugendforschung und gesellschaftlicher Wandel, Abstimmungen, Wahlen, Modernisierung des Staates, gesundheitspolitische Reformen

Publikationen in Sammelbänden, Fachmagazinen, Tagespresse und im Internet



CLOÉ JANS

Junior Projektleiterin, Politikwissenschaftlerin

Schwerpunkte

Image- und Reputationsanalysen, Jugend- und Gesellschaftsforschung, Abstimmungen / Kampagnen / Wahlen, Issue Monitoring / Begleitforschung politische Themen, Medienanalysen, Gesundheitspolitische Reformen und Fragen, Qualitative Methoden



MARTINA MOUSSON

Projektleiterin, Politikwissenschaftlerin

Schwerpunkte

Analyse politischer Themen und Issues, nationale Abstimmungen und Wahlen (SRG-Trend, Vox-Analysen, Wahlbarometer), Image- und Reputationsanalysen, integrierte Kommunikationsanalysen, Medieninhaltsanalysen, qualitative Methoden, Gesellschaftsthemen (Jugendforschung, Rassismus, Familien, Mittelschicht)



STEPHAN TSCHÖPE

Leiter Analyse und Dienste, Politikwissenschaftler

Schwerpunkte

Koordination Dienstleistungen, komplexe statistische Datenanalytik, Programmierung der EDV und der Befragungen, Hochrechnungen, Parteien- und Strukturanalysen mit Aggregatdaten, integrierte Kommunikationsanalysen, Visualisierung



AARON VENETZ

Datenanalytiker, Politikwissenschaftler

Schwerpunkte

Datenmodellierungen, qualitative Methoden, Recherchen, Datenanalyse, Programmierungen, Medienanalysen, Visualisierungen



NOAH HERZOG

Sekretariat und Administration, Kaufmann EFZ

Schwerpunkte

Desktop-Publishing, Visualisierungen, Projektadministration, Vortragsadministration



gfs.bern ag  
Effingerstrasse 14  
Postfach  
CH – 3001 Bern  
Telefon +41 31 311 08 06  
Telefax +41 31 311 08 19  
info@gfsbern.ch  
www.gfsbern.ch

Das Forschungsinstitut gfs.bern ist Mitglied des Verbands Schweizer Markt- und Sozialforschung und garantiert, dass keine Interviews mit offenen oder verdeckten Werbe-, Verkaufs- oder Bestellabsichten durchgeführt werden.

Mehr Infos unter [www.schweizermarktforschung.ch](http://www.schweizermarktforschung.ch)

