

PRESSEMITTEILUNG

Studie: Apothekenkooperationen 2013

Gute Preise, aber Beratungsmängel – Testsieger ist Guten Tag Apotheken vor Doc Morris und Partner Apotheken

Hamburg, 11.11.2013 – Niesen, Schnupfen, Halsschmerzen – der Beginn der kalten Jahreszeit beschert den Apotheken einen regen Zulauf. Aber wem fällt am Schaufenster schon das kleine Logo auf, mit dem sich viele Apotheken als Mitglied einer Kooperation zu erkennen geben? Diese Apotheken-Zusammenschlüsse sollen für günstige Medikamentenpreise sorgen und damit der Konkurrenz der Online-Apotheken Paroli bieten. Doch sind die Produkte wirklich preiswert? Und punkten die Filialen auch mit einem kompetenten Service und zuverlässigen Auskünften zu den Medikamenten? Das Deutsche Institut für Service-Qualität hat den Test gemacht und insgesamt 13 Apothekenkooperationen untersucht.

Die Servicequalität der Branche verbesserte sich gegenüber dem Vorjahr leicht, kam insgesamt aber nicht über ein befriedigendes Niveau hinaus. Das Apothekenpersonal in den Filialen war zwar freundlich und hilfsbereit, allerdings war es mit der Beratungskompetenz nicht immer zum Besten bestellt. Die Kunden erhielten häufig unvollständige und teilweise sogar falsche Auskünfte. Zudem erfragten die Angestellten zu oberflächlich Beschwerden oder Vorerkrankungen. Pluspunkte sammelten viele Kooperationen dagegen durch ansprechend und übersichtlich gestaltete Filialen. Die telefonische Beratung fiel insgesamt gut aus. Die Gespräche wurden zumeist schnell angenommen, jedoch informierten die Mitarbeiter auch hier die Interessenten nicht immer richtig und umfassend.

Beim Preis-Check zeigte sich, dass alle analysierten Kooperationen im Durchschnitt um sieben Prozent preiswerter waren als der Apothekenverkaufspreis, der als unverbindliche Preisempfehlung für nicht-verschreibungspflichtige Medikamente gilt. Die Vergleichspreise im Internet fielen erwartungsgemäß aber noch niedriger aus. Auffällig waren auch die deutlichen Unterschiede zwischen den Kooperationen. „Vergleichen lohnt sich“, betont Markus Hamer, Geschäftsführer des Deutschen Instituts für Service-Qualität. „Die getesteten Produkte kosteten beim günstigsten Anbieter insgesamt gut 17 Prozent weniger als beim teuersten“, so der Marktforschungsexperte.

Testsieger wurde Guten Tag Apotheken. Die Kooperation überzeugte vor Ort durch die kompetentesten Angestellten und überdurchschnittlich günstige Preise. Ansprechend gestaltete Verkaufsräume und Zusatzangebote wie eine Beratung zu Reiseimpfungen waren in sämtlichen Filialen Standard. Den zweiten Rang belegte Doc Morris. Die Verbundgruppe profilierte sich vor allem durch preiswerte Medikamente. Der Preis für den vorab festgelegten Warenkorb lag im Schnitt um 19 Prozent unter dem entsprechenden Apothekenverkaufspreis (AVP). Auf dem dritten Rang positionierte sich Partner Apotheken. Die Stärke der Kooperation lag in der vergleichsweise kompetenten Beratung. Die kurzen Wartezeiten waren ein weiterer Pluspunkt.

Geschäftsführung:
Bianca Möller, Markus Hamer
Beirat:
Gunnar Uldall (Vors.), Jochen Dietrich,
Johann C. Lindenberg
Ust.-Id.-Nr. DE249603922
Amtsgericht Hamburg HRA 104009
Persönlich haftende Gesellschafterin:
buscha Verwaltungsgesellschaft mbH,
Amtsgericht Hamburg HRB 97297

Das Deutsche Institut für Service-Qualität analysierte insgesamt 13 Apothekenkooperationen. Die Qualität von Service und Beratung wurde im Rahmen von je 15 verdeckten Filialbesuchen vor Ort sowie durch jeweils 15 Testanrufe untersucht. Insgesamt flossen 390 Servicekontakte in die Analyse ein. Zentrale Untersuchungskriterien waren vor allem die Kompetenz, aber auch die Freundlichkeit der Angestellten, die Öffnungs- und Wartezeiten sowie die Gestaltung und Sauberkeit der Filialen. Außerdem flossen Zusatzservices wie etwa eine Ernährungsberatung oder ein Gesundheits-Check-up in die Analyse ein. Darüber hinaus erfolgte für sämtliche Verbundgruppen ein Preis-Check. Hierfür wurden in fünf Filialen jeder Kooperation die Preise für vielverkaufte Produkte erhoben. Zusätzlich fand ein Vergleich mit den Preisen unterschiedlicher Online-Apotheken mit Stand 3. September 2013 statt.

Veröffentlichung nur unter Nennung der Quelle:
Deutsches Institut für Service-Qualität

Ansprechpartner:

Markus Hamer
Fon: +49 (0)40 / 27 88 91 48 - 11
Mobil: +49 (0)176 / 64 03 21 40
E-Mail: m.hamer@disq.de
www.disq.de

Das Deutsche Institut für Service-Qualität (DISQ) verfolgt das Ziel, die Servicequalität in Deutschland zu verbessern. Das Marktforschungsinstitut mit Sitz in Hamburg führt zu diesem Zweck unabhängige Wettbewerbsanalysen, B2B-Studien und Kundenbefragungen durch. Rund 1.500 geschulte Tester sind in ganz Deutschland im Einsatz. Die Leitung der Forschungsprojekte, bei denen wissenschaftlich anerkannte Methoden und Service-Messverfahren zum Einsatz kommen, obliegt einem Team aus Soziologen, Ökonomen und Psychologen. Dem Verbraucher liefert das Institut wichtige Anhaltspunkte für seine Kaufentscheidungen. Unternehmen gewinnen wertvolle Informationen für das eigene Qualitätsmanagement. Das Deutsche Institut für Service-Qualität arbeitet im Auftrag von renommierten Print-Medien und TV-Sendern; Studien für Unternehmen gehören nicht zum Leistungsspektrum des DISQ.