

DAS E-REZEPT UND AMAZONS MARKTMACHT

Neben der Patientensicherheit und medizinischen Qualität spielen auch Faktoren wie die Schnelligkeit beziehungsweise Einfachheit („Convenience“) der Versorgung eine Rolle, wie Amazon in den USA eindrücklich beweist. Dies gilt es hierzulande bei den Regelungen zum E-Rezept zu beachten.

Gesundheitswesen sind komplexe Systeme, die sich nur schrittweise reformieren lassen. Die großen Reformdebatten wie zu Zeiten von Ulla Schmidt oder Philipp Rösler sind abgeebbt. Der letzte große Wurf war die Einführung der frühen Nutzenbewertung. Ein Grund für diese Beharrlichkeit ist der Umstand, dass Patienten als Kunden nur wenig selbst bestimmen konnten. Das allerdings beginnt die digitale Transformation zu ändern, die zunehmend auch im deutschen Gesundheitswesen Einzug hält.

Inzwischen spielen neben der Patientensicherheit und medizinischen Qualität auch Faktoren wie die Schnelligkeit beziehungsweise Einfachheit („Convenience“) der Versorgung eine Rolle. Und wenn es nach den Bedürfnissen von Patienten als Kunden geht, können bereits vergleichsweise kleine regulatorische Eingriffe, wie zum Beispiel die Einführung des E-Rezepts, große systematische Auswirkungen haben. Während das GSAV im Ganzen eher als AMNOG-Kalibrierung gilt, dürften insbesondere Apotheker genau hinschauen, wie die Selbstverwaltung bis Februar 2020 die notwendigen Regelungen für die elektronische Verschreibung von Leistungen nach § 31 SGB V treffen wird.

Die Diskussion um die Sonderstellung der Apotheker in Deutschland in Anbetracht der Konkurrenz von Doc Morris, Sanicare oder anderen Onlineanbietern ist dabei mindestens so alt wie das diesbezügliche Urteil des Europäischen Gerichtshofs aus dem

Jahr 2016. Bekanntlich können Versandapotheken seither auch Rabatte auf die Zuzahlung bei rezeptpflichtigen Arzneimitteln anbieten. Trotzdem bevorzugten noch immer 54 Prozent der Befragten des BKK Gesundheitsberichts eine Präsenzapothek gegenüber dem Versand. Die persönliche Beratung durch den Apotheker scheint einer Mehrheit wichtiger als Preisersparnis.

Wenn das E-Rezept es nun aber Patienten ermöglicht, eine Verschreibung einfach per App oder Browser an eine Onlineapotheke zu schicken, kommen zu Preisvorteilen auch noch eine Vereinfachung des Vorgangs und entsprechend bequeme Zeitersparnis hinzu. Wie weitreichende Auswirkungen der Convenience-Faktor haben kann, hat der Logistikkoloss Amazon unter Beweis gestellt. Mit der Strategie „Marktanteil vor Rendite“ hat der Konzern eine Disruption des Einzelhandels ausgelöst und dabei eine überragende Marktmacht aufgebaut.

Was nun, wenn die Amazon-Convenience auf die in Deutschland gerade beginnende Digitalisierung des Gesundheitswesens trifft? Ein Blick in die USA zeigt, wie weit die Pläne von CEO Jeff Bezos reichen. Dort beherrscht Amazon 50 Prozent des Onlinehandels, während der Anteil des Onlinehandels am Arzneimittelmarkt wiederum 25 Prozent ausmacht. Darüber hinaus besitzt der Konzern Apothekenlizenzen in 50 US-Staaten und vertreibt bereits eigene Medikamente. Auch gibt es angeblich bereits Pläne zur Gründung einer eigenen Krankenkasse.

Vdigg | VERBAND
DIGITALE
GESUNDHEIT

Verband digitale Gesundheit e.V.

c/o ApartHotel, Residenz am Deutschen
Theater, Reinhardtstraße 29, 10117 Berlin

Tel.: +49-(0)30-280 081 811
E-Mail: info@vdigg.de

www.vdigg.de

Gesundheitsminister Jens Spahn muss bei seinen Plänen für das E-Rezept also nicht mehr nur die Frage beantworten, welche Mischung zwischen Präsenzapotheken und Onlineapotheken am besten für die Patientinnen und Patienten ist. Vielmehr geht es auch darum, ob die auf Marktanteile und also Menge ausgelegte Amazon-Strategie im Gesundheitswesen dieselbe Rolle spielen soll, wie einst im Verlagswesen und später im gesamten Einzelhandel.



Dr. Philipp Mauch, Managing Partner at PIVOT regulatory