

Den Geldeingang im Griff behalten

Zahlungsausfälle gehören zu den alltäglichen Risiken im Versandhandel. Davon können auch Apotheken ein Lied singen. Den besten Schutz bietet – bis zu einem gewissen Grad – ein professionelles Forderungsmanagement.

Nur rund 25 Prozent aller Unternehmen prüfen regelmäßig die Bonität ihrer Kunden, obwohl 70 Prozent der Schadensfälle aus dem Bestandskundengeschäft resultieren. „Dies betrifft auch Versandapotheken, die sich zunehmend mit dem Problem des Forderungsmanagements auseinandersetzen

müssen“, erklärte der Schweizer Unternehmensberater Andres Kropf bei einer Veranstaltung des Bundesverbands Deutscher Versandapotheken in Frankfurt. „Ein anfänglicher Barzahlungsverkauf ist keine Garantie für die Bonität eines Neukunden“, so Kropf. Nicht zuletzt die jüngste Wirtschaftskrise habe Zahlungsausfälle in

die Höhe schnellen lassen. Zwar würde Gesundheit auch bei knappen finanziellen Mitteln höher gewichtet und Kunden seien eher bereit, schnell zu zahlen als bei anderen Gütern. Dennoch sollten auch Versandapotheken das Forderungsmanagement professionalisieren. Häufig gingen die diese in Vorleistung und lieferten Ware unter Angabe eines Zahlungsziels. Zahle der Kunde nicht pünktlich, nehme die Wahrscheinlichkeit einer Zahlung ab dem Zeitpunkt der Fälligkeit massiv ab.

Berater Kropf: „Je länger der Unternehmer tatenlos wartet, desto unwahrscheinlich ist es, dass der Kunde überhaupt bezahlt“. Daher sollten

die Verantwortlichen für Finanzen und diejenigen für den Vertrieb enger zusammenarbeiten. Denn Forderungsmanagement sei eine gemeinsame, permanente Führungsaufgabe. Regelmäßig müssten die offenen Posten besprochen und Maßnahmen schneller eingeleitet werden.

Eine einfach gehaltene Kreditrichtlinie unterstütze diesen Prozess. Eine solche Richtlinie beinhalte beispielsweise die Voraussetzungen für Lieferungen auf Rechnung, die Bonitätsprüfung, Zahlungsziele, Maßnahmen bei Zahlungsverzögerungen und Kreditlinien.

Zentrales Element der Prävention von Zahlungsausfällen sei die Boni-

tätsprüfung. Pro Kundensegment sollte mindestens eine Kreditlinie festgelegt werden, besser jedoch zwei. Bei Überschreiten der ersten Linie wäre bereits zu reagieren, beispielsweise durch aktives Beobachten des säumigen Kunden. Wird die zweite Linie überschritten, ist unverzüglich ein Lieferstopp zu verhängen. Selbst Stammkunden müssten immer wieder auf ihre Bonität hin überprüft werden.

Ein weiteres wichtiges Element der Prävention ist die Datenpflege. Stammdaten würden häufig nicht sauber gepflegt; Mehrfachführungen, ungültige oder veraltete Rechnungsadressen seien weit verbreitet. (eb)

Lagerwertverluste: Industrie ist der falsche Adressat

BERLIN (cw). Für Lagerwertverluste, die durch die Einführung des Großhandelsrabattes von 0,85 Prozent zu Beginn dieses Jahres entstehen, sind die Pharmahersteller „nicht der richtige Ansprechpartner“, teilt der Bundesverband der Pharmazeutischen Industrie mit.

Derzeit würden die Unternehmen „massenhaft mit Anfragen von Apotheken nach Lagerwertverlustausgleich konfrontiert“, so der Verband weiter. Zwar hätten die Hersteller „Verständnis dafür, dass Apotheken einen Ausgleich für ihre Lagerwertverluste verlangen“. Jedoch entstünden diese Verluste erst im Zwischenhandel. Der Apothekeneinkaufspreis wird durch den Großhandelsrabatt gesenkt, der auf diese Weise an die Kassen durchgereicht wird. Dagegen bleibe der Herstellerabgabepreis durch den neuen Zwangsabschlag unverändert.

Branchenexperten schätzen die durch den Großhandelsrabatt verursachten Verluste im Lager einer mittelgroßen Apotheke auf durchschnittlich rund 800 Euro.

Versandapotheken gewinnen auch 2010 OTC-Marktanteile

FRANKFURT/M (cw). Wie bereits in den Vorjahren hat sich auch 2010 die Selbstmedikation weiter zugunsten des Absatzkanals Apothekenversand verschoben: Während das OTC-Geschäft in den Offizinen um 2,2 Prozent auf 7,4 Milliarden Euro zurückging, konnten Versandapotheken mit rezeptfreien Produkten ein Umsatzplus von 10,3 Prozent auf 892 Millionen Euro erzielen. Die Zahlen stammen vom Frankfurter Marktforscher IMS Health und beziehen sich auf den 12-Monatszeitraum per Ende November 2010.

Insgesamt entwickelte sich der bundesdeutsche Apothekenmarkt im Berichtszeitraum mit einem Plus von 2,3 Prozent (auf 42,4 Milliarden Euro) erneut moderat. Mit verschreibungspflichtigen Produkten konnten die Apotheken knapp 35 Milliarden Euro Erlösen (+3,3 Prozent). Nach wie vor kommt das Rx-Geschäft der hiesigen Versender nicht auf die Beine: Der im Versand erzielte Gesamtumsatz von 302 Millionen Euro entspricht einem Rückgang um 2,4 Prozent.

IMS Health erfasst die Versandhandelsumsätze anhand eines Panels von 30 Apotheken, das eine sichere Marktabbildung ermöglicht, versichert der Marktforscher.



Medizinische Chlorhexidin-Pflege

bei akuten Zahnfleischproblemen:

Kurzzeitpflege — 0,12% — CHX

GUM® Paroex® 0,12% zur besonderen Pflege bei Zahnfleischproblemen

- ▶ sehr empfehlenswert vor und nach chirurgischen Eingriffen, Zahnextraktionen und Implantatsetzungen
- ▶ Mundspülung und darauf abgestimmtes Zahngel schützen und pflegen das Zahnfleisch
- ▶ schaumstofffreies Zahngel schont und regeneriert die irritierte Mundschleimhaut
- ▶ reduziert bakteriellen Zahnbelag und hemmt dessen Neubildung

als antibakterieller Langzeit-Schutz:

Tägliche Pflege — 0,06% — CHX

GUM® Paroex® 0,06% fördert den längerfristigen Schutz vor Zahnfleischproblemen

- ▶ empfehlenswert zur Unterstützung der parodontalen Gesundheit bei Zahnspangen, Brücken, Implantaten und Teilprothesen
- ▶ Zahnpasta und darauf abgestimmte Mundspülung zur täglichen Pflege und Remineralisation
- ▶ schaumstofffreie Zahnpasta, daher keine Einschränkung der antibakteriellen Pflegesubstanzen
- ▶ mit zweifach aktivem antibakteriellem Effekt: Chlorhexidin und Cetylpyridiniumchlorid

PZN 0024012 Zahngel, 75 ml

PZN 1553876 alkoholfreie Mundspülung, 300 ml



PZN 0195883 alkoholfreie Mundspülung, 500 ml

PZN 0196285 Zahnpasta, 75 ml



Exklusiv in der Apotheke

SUNSTAR

Sunstar Deutschland GmbH · Gutenbergstr. 5 · 65830 Kriftel
Tel. 06192 9510833 · Fax 06192 9510844 · www.sunstargum.de