

Das Jobwunder von Erftstadt-Kierdorf

ERSTELLT 18.11.05, 07:13h

In einem alten Supermarkt wächst und gedeiht die „Deutsche Internet Apotheke“.

Erftstadt-Kierdorf - Der Lagerraum des ehemaligen Supermarkts Heller in Erftstadt-Kierdorf ist etwa zwei mal drei Meter groß und bis Kopfhöhe gekachelt. In einem solchen Raum würde man Kartons erwarten. Vielleicht noch Eimer, Besen und etwas Putzzeug. Doch vor den ehemals bestimmten weißen, jetzt leicht beige Kacheln stehen zwei Schreibtische. Darauf je ein Computer mit Flachbildschirm. Es ist das Reich, das Büro des Apothekers Philipp Heift. Er hat in eineinhalb Jahren so etwas wie ein neues deutsches Wirtschaftswunder geschaffen. Heift hat im Januar 2004 mit einem Angestellten eine Online-Apotheke aufgebaut. Jetzt beschäftigt er 40 Mitarbeiter. Alle aus Erftstadt und Umgebung. 39 neue Arbeitsplätze. In Deutschland. In knapp zwei Jahren.

„Ich hatte Glück“

Wie haben sie das geschafft, Herr Heift? „Ich hatte Glück. Ich war zur richtigen Zeit am richtigen Ort. Alle Faktoren haben gestimmt.“ Der wichtigste Faktor war sicherlich Gesundheitsministerin Ulla Schmidt, die ab 2004 das Verbot aufhob, in Deutschland einen Versandhandel für Apothekenartikel zu betreiben. Gleichzeitig wurde die Preisbindung für nichtverschreibungspflichtige Medikamente abgeschafft. Zuvor hatten alle Apotheken die gleichen Preise. Ein Wettbewerb fand damit im Prinzip nicht statt. Heifts Glück bestand darin, dass es lediglich Apothekern mit eigenem öffentlichen Geschäft erlaubt war und ist, Internet-Apotheken zu betreiben. Selbst eine Fremdbeteiligung ist ausgeschlossen, was große Konzerne mit entsprechendem Kapital außen vor lässt. So konnte ein neuer Markt entstehen, der schrittweise wächst und den Anbietern von Medikamenten im Netz die Möglichkeit lässt, behutsam mitzuwachsen.

35 000 Kunden

Im Grunde hatten damals also alle Apotheker die gleichen Voraussetzungen, doch nur wenige haben den Schritt in den verschärften Wettbewerb gewagt. Einer von ihnen war Philipp Heift. „Man muss den nötigen Biss haben, um so

etwas zu machen. Außerdem war es eine Herausforderung“, sagt der 49-Jährige. Die Herausforderung begann in den Räumen der Martinus-Apotheke in Erfstadt-Kierdorf, die seiner Frau gehört. „Fünf, sechs Pakete am Tag haben wir da noch verschickt“, erzählt Heift. Heute packen seine Mitarbeiter im ehemaligen Geschäftsraum des Supermarkts Heller 100 000 im Jahr, die 35 000 Kunden zwei Tage nach ihrer Bestellung erhalten.

Es wirkt wie eine Pointe des Kapitalismus, dass ausgerechnet in den Räumen einer Ikone des herkömmlichen Handels aus der Zeit des deutschen Wirtschaftswunders - des alten, der kleine Supermarkt um die Ecke, ein Ableger des neuen, schnellen aber auch anonymen Internetgeschäfts seine Heimstatt gefunden hat. Das Neue verdrängt das Alte, denkt man. Doch genau diesen Eindruck möchte Heift vermeiden. „Die Online-Apotheken können die öffentlichen nicht ersetzen, nur ergänzen“, sagt Heift. Die Apotheken im Netz seien nicht geeignet, eine umfassende persönliche Beratung bereitzustellen. Wer schnell ein Medikament gegen eine akute Erkrankung braucht, sollte sich besser an eine niedergelassene Apotheke wenden.

Auf diese Feststellung legt Heift Wert. Man spürt, dass er es nicht leicht hat in einem Berufsstand, der jahrzehntelang kaum Veränderungen zu spüren bekam und nun erstmals unter ein wenig Wettbewerbsdruck steht. „Medikamente über das Internet zu bestellen, ist für diejenigen interessant, die dauerhaft Medikamente brauchen und wissen, was sie wollen.“ Allerdings können derzeit lediglich nicht verschreibungspflichtige Medikamente frei kalkuliert werden. Alle anderen kosten das Gleiche wie in einer „normalen“ Apotheke.

„Ich rechne damit, dass sich der Markt in den nächsten Jahren weiter öffnen wird“, glaubt Heift. Noch sind die Angebote im Netz überschaubar. Jeden Tag schaut Heift auf die Internetseiten der Konkurrenz. Er sagt, er könne anhand von Fotos sofort erkennen, wie die Konkurrenten organisiert sind. Deshalb erlaubt Heift auch nur Fotos, die lediglich einen kleinen Ausschnitt zeigen. Jeder kleine Wettbewerbsvorteil kann in diesem noch jungen Markt, in dem die beste Strategie noch nicht abzusehen ist, entscheidend sein. Sicher ist nur: „Das Geschäft ist unglaublich dynamisch und schnell. Man muss sofort und flexibel reagieren können.“

Wie schnell erfuhr Heift, als er mit seiner Frau Christine über Karneval 2004 in Holland urlaubte. „Ich habe dort die Bild-Zeitung gelesen, die uns bei vier von zehn getesteten Produkten als billigste aufführte. „Da habe ich zu meiner Frau gesagt: »Ich glaube, wir fahren besser schon einen Tag früher nach Hause.«“ Von da an wuchs das Geschäft beständig.

Heift hat lange überlegt, ob es noch einen Markt gebe, der ähnlich günstige Voraussetzungen bot wie der der Internet-Apotheken. „Aber es gibt keinen.“ Am

ehesten findet man die Beispiele aus den 50er Jahren - den Wirtschaftswunderjahren. „Alle Drogerieketten wie DM, Schlecker oder Rossmann sind Familienunternehmen, die mal mit einem Laden angefangen haben.“ Es klingt fast so, als habe Heift Ähnliches vor. Doch er sagt: „Wir planen von Tag zu Tag. Ich weiß ja nicht, ob ich morgen noch den gleichen Umsatz habe wie gestern.“

Stetiges Wachstum

Zudem erschwere die deutsche Gesetzgebung das Dasein im Internetgeschäft, in dem nur der erfolgreich ist, der schnell reagieren kann. Beispiel Kündigungsschutz: „Ich kann hier niemandem eine Lebensstellung versprechen, wenn ich nicht weiß, ob ich in einem halben Jahr noch zahlungsfähig bin.“ Ein anderes Thema ist die Tatsache, dass ausländische Online-Apotheken rezeptpflichtige Medikament ohne Zuzahlung verkaufen dürfen, deutsche hingegen nicht. „Die deutsche Gesetzgebung fordert den Verbraucher geradezu auf, im Ausland zu bestellen, statt heimische Arbeitsplätze zu unterstützen.“

Der Mann, man hört es, steht unter Druck, aber man sieht es nicht. Seinem Gesicht nach zu urteilen hat er einen langen Urlaub hinter sich. Tatsächlich kann er nicht genau beziffern, wie viel er eigentlich in der Woche arbeitet. Er zählt die Stunden nicht. So einen wie ihn meinen wahrscheinlich die Politiker, wenn sie „einen neuen Gründergeist“ fordern, damit es wieder bergauf geht mit Deutschland. Einen, der gern und viel arbeitet und etwas riskiert.

Sein Geschäft wächst von Tag zu Tag. Ob er will oder nicht. Im Grunde ist er ständig auf der Suche nach neuen Mitarbeitern. „Wir stoßen im alten Supermarkt langsam an die Kapazitätsgrenze“, sagt Heift. Er seufzt. Es klingt, als würde er gerne die momentane Größe beibehalten. Doch er wird den Wachstum nicht verhindern können. Sein Geschäft muss wachsen, um im Internet in Zukunft nicht unterzugehen. Irgendwann wird ihm das Platzangebot des ehemaligen Supermarkts nicht ausreichen. Das „alte“ Wirtschaftswunder hat er dann endgültig hinter sich gelassen.

www.deutscheinternetapotheke.de

(KStA)
