

Das Jobwunder von Erfstadt

Mit der Deutschen Internet Apotheke schufen das Apothekerehepaar Christine und Philipp Heift in einem schwierigen Marktumfeld mehr als 120 Arbeitsplätze.



Bild: Deutsche Internet Apotheke

Unüberschbar auf dem Vormarsch: Medikamente aus dem Internet.

von Susanne Widrat

Wo bis zum Frühjahr 2006 noch Autos repariert wurden, stehen heute Paletten mit Prospekten beziehungsweise Kartons. Dahinter große Plastiksäcke mit Füllmaterial. Nebenan wird gepackt: Eine Mitarbeiterin fährt mit einer Wanne die Regale entlang. Ein Blick auf den Bestellzettel, ein zweiter auf die Beschriftung der Regale, der zielstrebige Griff nach dem bestellten Artikel – weiter geht's. Rechts daneben prüfen mehrere Kollegen, ob Wanneninhalte und Bestellzettel übereinstimmen. Anschließend wird eingepackt, zugleibt, etikettiert und das Paket auf den Postwagen gelegt. Mehr als

1000 Bestellungen arbeitet das Unternehmen von Christine und Philipp Heift auf diese Weise täglich ab. Der Inhalt der zahlreichen Päckchen: Medikamente.

Liberalisierungschance genutzt

Mit seiner Deutschen Internet Apotheke hat der 51-Jährige aus Erfstadt bei Köln den großen Coup gelandet. „Ich war zur richtigen Zeit am richtigen Ort und alle Rahmenbedingungen haben gestimmt“, erklärt Heift bescheiden. Vor al-

lem die seit 2004 geltende Liberalisierung der Apotheken-Branche kam dem New-Economy-Unternehmer sehr entgegen. Erst seitdem ist nämlich der Versandhandel mit Apothekenprodukten erlaubt. Gleichzeitig schaffte Gesundheitsministerin Ulla Schmidt die Preisbindung für jene Medikamente ab, die nicht verschreibungspflichtig sind.

Neues Logistikzentrum

Doch während seine Kollegen zauderten und gegen die neue Online-Konkurrenz Stimmung machten, griff Heift zu: „Das niederländische Unternehmen Doc Morris hatte doch schon vier Jahre lang gezeigt, wie viel Potenzial auch im deutschen Markt steckt“, begründet er seinen Schritt. Die notwendige rechtliche Basis des neuen Internet-Vertriebs stellt Ehefrau Christine mit der öffentlichen Martinus-Apotheke im Stadtteil Kierdorf. „Wir haben in den Kellerräumen der Apotheke angefangen – mit maximal acht Paketen am Tag“, erinnert sich Heift schmunzelnd. Gerade mal drei Jahre später, sind die beiden Chef von mehr als 120 Mitarbeitern. Erst vor einem dreiviertel Jahr ist die Deutsche Internet Apotheke in das neue Logistikzentrum umgezogen. Knapp 1.800 Quadratmeter groß – genug Raum für weiteres Wachstum. „Es ist

eigentlich das erste Mal, dass wir nicht auf die dynamische Marktentwicklung reagieren, sondern vorausschauend geplant haben“, meint Heift.

Reagiert hat der gebürtige Süddeutsche bisher sehr gut: Um künftig auch die Generation 50plus günstig per Versandhandel mit rezeptfreien Medikamenten versorgen zu können, hat Heift einen Katalog mit den 250 meistverkauften Produkten drucken lassen. „In dieser Zielgruppe gibt es natürlich auch viele, die weder einen PC, geschweige denn einen Internet-Anschluss haben“, so der erfolgreiche Unternehmer. Die Bestellannahme erfolgt nun also auch telefonisch. Und auch die vor knapp einem Jahr abgeschlossenen Kooperation mit der Drogeriekette Rossmann, stärkte seine Position enorm.

Und während zum Beispiel die Bundesvereinigung Deutscher Apothekenverbände dem Online-Versandhandel weiteres Wachstum nahezu abspricht, hat es die Deutsche Internet Apotheke auf immerhin 15 Millionen Euro Umsatz im Jahr gebracht. Zudem sammelt das Unternehmen Auszeichnungen wie die „Website des Jahres 2006“ oder das „TÜV-Service-Zertifikat“. Und: „Von Beginn an haben wir schwarze Zahlen geschrieben“, sagt Heift – nun doch mit berechtigtem Stolz.

Interview mit Philipp Heift,
Gründer der deutschen Internet Apotheke

„Eine innovative Idee werde ich nicht ablehnen“

Die Voraussetzungen nach der Liberalisierung 2004 waren für alle Apotheken gleich. Doch warum haben Sie die Chance des Online-Handels erkannt – und andere Kollegen glauben noch heute nicht an den Vertriebsweg Internet?

Zunächst einmal ging diesem Schritt eine grundsätzliche Entscheidung voraus: Soll die Martinus-Apotheke expandieren oder sind wir mit dem erreichten Status quo zufrieden? Wir wollten eben mehr.

Aber wollen das nicht alle Unternehmer?

Es ist meiner Meinung nach auch eine Frage der Mentalität. Viele wollen zunächst einmal ihren Besitzstand wahren und sammeln zum Beispiel gegen die Öffnung ihrer Märkte Unterschriften. Sie sind nicht bereit, immer wieder Neues zu lernen, weitere Risiken einzugehen. Im Unterschied dazu, bin ich ständig auf der Suche nach einer neuen Herausforderung, nach Innovationen.

Was unterscheidet die Präsenzapotheke von der Online-Variante?

Zunächst einmal nicht viel: Die verkauften Produkte und auch der Kundenkreis sind nahezu identisch. Wirklich neu war die logistische Herausforderung. Wer täglich Hunderte von Paketen verschickt, braucht mehr Lagerraum, mehr Mitarbeiter, mehr Verpackungsmaterial, mehr Kapazitäten in der Buchhaltung. Um in diesem dynamischen Markt alles im

Blick zu behalten, muss man viel Zeit investieren und den Blick für das Wesentliche schärfen.

Löst das Internet den herkömmlichen Verkauf in Zukunft ab?

Auf keinen Fall. Wer schnell ein Medikament benötigt ist bei der Apotheke vor Ort besser aufgehoben. Der Online-Vertrieb ist lediglich eine notwendige Ergänzung, die von der heutigen Zeit eben eingefordert wird.

NEUN
sight

Nach Ihren Erfahrungen in den letzten zwei Jahren: Würden Sie die Herausforderung heute noch einmal annehmen?

Ich glaube, der Markt ist aufgeteilt. Wer jetzt noch groß auftrumpfen will, muss viel investieren – eine Million Euro und mehr. Als Online-Apotheker der ersten Stunden hatte ich es eindeutig leichter. Aber wenn ich auf eine andere innovative Idee stoße, werde ich wohl nicht ablehnen. ■



Philipp Heift, Gründer der Deutschen Internet Apotheke.