

DISCOUNTAPOTHEKE

Von der Apotheke zum Gesundheitsmarkt

Die easyApotheke will in diesem und dem nächsten Jahr 60 Discountapotheken vorwiegend in Fachmärkten und City-Randlagen eröffnen. Die ersten 30 sollen bis Jahresende am Markt sein. Mit rund 400 m² Gesamtfläche ist der Flächenbedarf wesentlich größer als bei den meisten anderen Betreibern.

Als die Gründer der easyApotheke vor einhalb Jahren auf der Bildfläche erschienen, taten sie das, was DocMorris heute tut. Sie widmeten gewöhnliche Apotheken in easyApotheken um, die neben dem roten A mit der Äskulaplatte das grüne Pillenlogo als Erkennungszeichen tragen. Mittlerweile haben Oliver Blume und Jörg Paulmann das Konzept zu einer echten Discountapotheke weiterentwickelt, durch die der Kunde mit einem Korb wie durch einen Drogeriemarkt streift und sich weitgehend selbst bedient.

Lediglich die rezeptpflichtigen Medikamente erhält der Kunde an einem Beratungstresen, wie er ihn aus der traditionellen Apotheke kennt. „Damit sich das pharmazeutische Personal ganz auf die Beratung konzentrieren kann, ist jede easyApotheke mit einem Kommissionierautomaten ausgestattet“, erläutert Blume. Dabei bedient eine Art Roboter das rückwärtige Medikamentenlager und lässt das Medikament in das Auswurfgefäß fallen, von wo es der Apotheker dem Kunden überreicht. „Das hat den Vorteil, dass der Apotheker immer vorne beim Kunden bleiben kann.“ Bezahlt wird erst am

Ausgang beim Kassierer, der schließlich kein examinierter Apotheker sein muss. „Durch diese effektiven Prozesse können wir Personal und Kosten einsparen“, sagt Blume.

Zum Discountkonzept passt auch, dass easy für seine Standorte an Einfallstraßen, City-Randlagen oder in Fachmarktzentren nur um die 15 Euro/m² Miete zahlen will. Wettbewerber Avie legt nach eigenen Angaben für frequenzstarke Standorte in den Ia- und Ib-Lagen zwischen 50 und 70 Euro auf den Tisch. Daneben beansprucht easy auch die Preisführerschaft im Apothekenladenausbau. Während dieser normalerweise für eine 160 m² große Apotheke schlüsselfertig 270.000 Euro koste, schaffe easy den Ladenbau für 200.000 Euro – weil durch den Kommissioniervollautomaten die teuren Apothekenschränke überflüssig werden.

70% Umsatz mit Rezeptfreiem

Was die easyApotheke von DocMorris oder Avie unterscheidet, ist nicht nur das großflächigere Einzelhandelskonzept im Stil eines Gesundheitsmarkts, das nur noch in Neubauprojekten realisiert wird. Es ist auch die Zusammensetzung des Sortiments. Normalerweise machen Apotheken nach Angaben von Blume 70% bis 90% ihrer Umsätze mit rezeptpflichtigen Medikamenten, weshalb viele konventionelle Apotheken auch horrend hohe Mietpreise im Erdgeschoss von Ärztehäusern akzeptierten. Bei der easyApotheke ist es umgekehrt: Mit einem Anteil von 70% machen rezeptfreie Medikamente den Löwenanteil beim Umsatz aus – weshalb das Konzept auch fernab der verschreibenden Zunft im Fachmarkt oder Shoppingcenter funktioniert.

Gerne mietet die easyApotheke in der Nachbarschaft von Supermärkten, wo die Waren des täglichen Bedarfs gekauft werden oder neben anderen preisaggressiven Konzepten wie Textildiscountern oder Drogeriemarkten. Bei Letzteren gebe es Synergieeffekte, von denen die easyApotheke profitiere, weil ein Standort mit mehreren Anbietern aus einem Segment interessanter werde. „Schließlich vergleicht der Kunde gerne Preise und profitiert von dem ausgedehnten Angebot, das bei der easyApotheke auch in den Sortimentsbereich von Sanitätshäusern hineinreicht“, so Blume. „Außerdem grenzt sich unser Konzept klar zum Drogeriemarkt ab, weil wir beratendes Personal haben.“

1.000 Kunden am Tag in Essen

Dass die easyApotheke sogar im Gewerbegebiet funktioniert, das für Apotheken von jeher als „absolute Nichtlage“ gilt, haben die Macher per Zufall festgestellt. Im Hildesheimer Bischofskamp 40-42, wo das Unternehmen mit rund 60 Mitarbeitern seinen Sitz hat, richteten die Gründer im Februar eine Verkaufsstelle ein und wunderten sich selbst über den Zulauf – weil die Gegend laut Blume nicht gerade als die beste gilt. „Wir haben im Schnitt zwischen 9



Wegen der Selbstbedienungsbereiche geht unter 300 m² Gesamtfläche nichts. Bild: easyApotheke

und 18 Uhr 500 Kunden bedient, was sonst nur in absoluten Innenstadtlagen zu holen ist“, behauptet Blume. Noch erfolgreicher sei die Eröffnung im Essener Kaufpark Bamerstraße gewesen, wo man im Schnitt im ersten Monat 1.000 Bonkunden am Tag zählte.

Die anfangs von normalen Apotheken auf das easy-Format umgestellten Standorte hat man zum Teil schon wieder abgestoßen und konzentriert sich nur noch auf Neubauprojekte mit 300 bis 600 m² Gesamtfläche. So werden diesen Monat die beiden Flagshipstores in Berlin mit 250 m² Offizin, wie die Verkaufsfläche in der Apotheke im Fachjargon heißt, ihre Türen öffnen. Damit sind es die beiden größten easyApotheken. Das Gros der Märkte, die derzeit entwickelt werden, verfügt über maximal 400 m² Gesamtfläche, wobei das Offizin 130 bis 250 m² groß ist und die Nebenflächen 80 bis 150 m² ausmachen. Langfristig peilen die Hildesheimer jedoch Gesundheitsmärkte an, die mit bis zu 800 m² Gesamtfläche doppelt so groß sind. So viel zu den Plänen.

Fakt ist derzeit, dass unter dem easyApotheken-Banner gerade einmal sechs Apotheken am Markt sind – vier von ihnen an Neubaustandorten. Zwar hat das Unternehmen nach eigenen Angaben bereits Verträge für weitere 60 Standorte unterzeichnet, doch in diesem Jahr werde die Zahl der eröffneten easyApotheken maximal auf 30 steigen. Schließlich steht hinter dem Unternehmen kein finanzstarker Pharmakonzern wie bei der Celesio-Tochter Inten, die für ihre selbstständigen Apotheker die Flächen wie ein Filialist anmietet und bei Vermietern mit ihrer guten Bonität punkten kann.

Aktive Gesellschafter der easyApotheke sind Oliver Blume, Jörg Paulmann und Thomas Stühler. Um die Flächen kümmert man sich im Hause selbst, schließlich hat Blume die Immobilienkompetenz mit ins Geschäft gebracht. Nach Stationen bei Müller International und ITC hat er selbst Fachmarktzentren als Projektentwickler gebaut. Weitere Kontakte zur Fachmarktbranche brachte sein Kollege Thomas Stühler mit, der mit seiner Gastronomie + Tanz Gesellschaft an Fachmarktstandorten 120 Diskotheken in Deutschland gebaut und betrieben hat. (ma)

PORTFOLIOVERKAUF

Rutley kauft 17 Objekte für 108 Mio. Euro

Die Private Equity Gesellschaft von Knight Frank in London, Rutley Capital Partners, hat für den Fonds Rutley European Property 17 Einzelhandelsobjekte in 16 Städten Deutschlands erworben. Der 2005 gegründete Fonds übernimmt die Immobilien mit einer Gesamtfläche von 80.000 m² für 108 Mio. Euro von verschiedenen für Privatanleger aufgelegten geschlossenen Immobilienfonds. Knapp die Hälfte des Flächenvolumens stellen die Objekte in Bad Kreuznach (16.000 m²), Neunkirchen/Saar (12.500 m²) und Oggersheim (10.000 m²). Sämtliche Märkte seien nahezu komplett und auf im Schnitt fünf Jahre vermietet – u.a. an Rewe, Edeka und Kaufland, heißt es. Die Anfangsrendite von Rutley betrage etwa 7,5%. Beratend tätig war Hölters & Elsing.

ANZEIGE

Arbeiten
können Sie
überall.

Erfolgreich
arbeiten
am besten
bei uns!

Come on!line
www.mfi.eu/stellenangebote

Projekt-
entwickler/-in

mfi Immobilien mit Konzept

ANZEIGE