German pharmacy market

Changing the face of the industry

DocMorris
EUROPAS GRÖSSTE VERSANDAPOTHEKE

DocMorris - Europe's largest mail-order pharmacy

A BRIEF INTRODUCTION TO DOCMORRIS

Development

- Founded in 2000
- First mail-order pharmacy in Germany
- Founder prize 2003 ('Visionary' category)
- Entry into local business in 2006

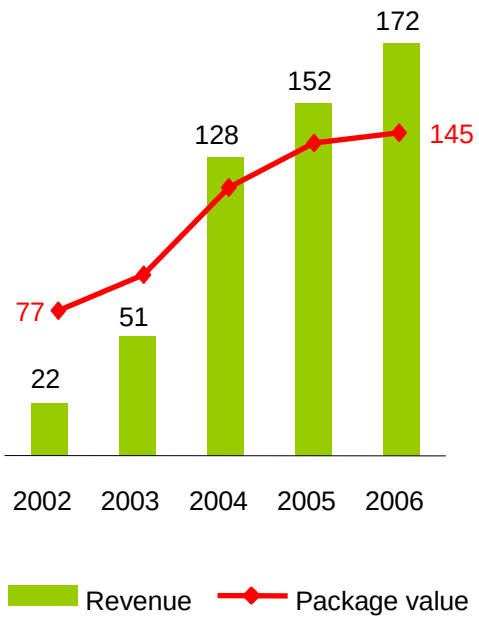
Market position

- Germany's largest mail-order pharmacy
- The only known pharmacy brand
- Owns its own pharmacy in Germany

Business units

- Chronic basic requirement (high-volume business)
- Special products

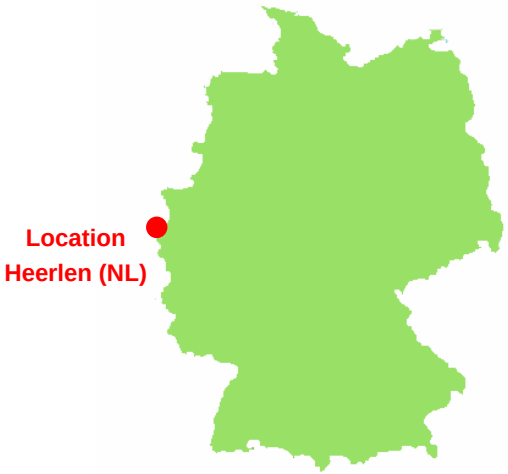
Key figures



Market is structured by traditional restrictions

DOCMORRIS USED LOCATION ABROAD TO AVOID THESE DISADVANTAGES

Market barriers



Mail-order business permitted since 2004, but there are still **market restrictions**

- Drug pricing regulation
- Ban on foreign ownership

➔ **DocMorris takes advantage of its unique situation**

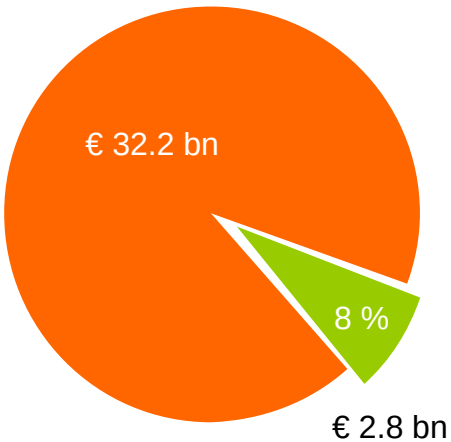
Market structure

Market volume in Germany (2005): € 35 bn

21,500 pharmacies (each approx. € 1.5 m revenue)

Potential trade from mail-order operations: 8 %

The market is extremely fragmented with approx. 3,800 patients per pharmacy



DocMorris - advantages for customers

MORE THAN 1,000,000 CUSTOMERS SINCE THE START IN 2000

Customer discounts

DocMorris has been able to set up an attractive discount programme for customers and health insurance funds via its branch in the Netherlands.

- 50% additional payments for health insurance fund patients
- Discounts of up to 30% for prescription-free pharmaceuticals

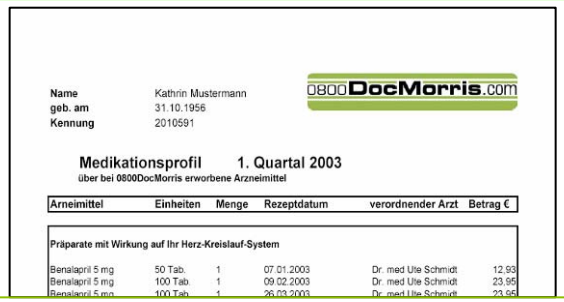
Zuzahlung	Ersparnis bei DocMorris
5,00 Euro	2,50 Euro
10,00 Euro	5,00 Euro

DocMorris health reports

Patients come because of the price and stay because of the good service that has been developed over the years.

Medication profile:
Quarterly overview of all drugs ordered from DocMorris incl. warnings for oversupply or incorrect supply.

Interactions report:
When medication is issued to patients they are informed about interactions.
An additional doctor's note is enclosed with the package being dispatched.



Name Kathrin Mustermann
geb. am 31.10.1956
Kennung 2010591

0800DocMorris.com

Medikationsprofil 1. Quartal 2003
über bei 0800DocMorris erworbene Arzneimittel

Arneimittel	Einheiten	Menge	Rezeptdatum	verordnender Arzt	Betrag €
Präparate mit Wirkung auf Ihr Herz-Kreislauf-System					
Benalapril 5 mg	50 Tab.	1	07.01.2003	Dr. med Ute Schmidt	12,93
Benalapril 5 mg	100 Tab.	1	09.02.2003	Dr. med Ute Schmidt	23,95
Benalapril 5 mg	100 Tab.	1	26.03.2003	Dr. med Ute Schmidt	23,95

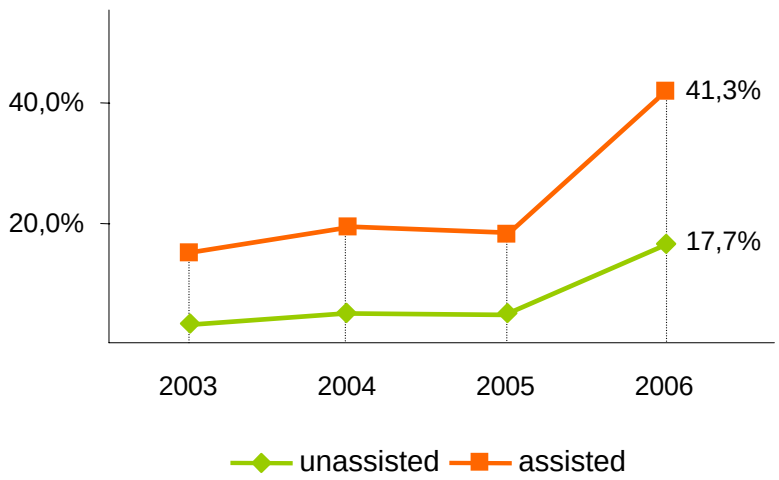
DocMorris stands for cost-effective medication

Brand recognition

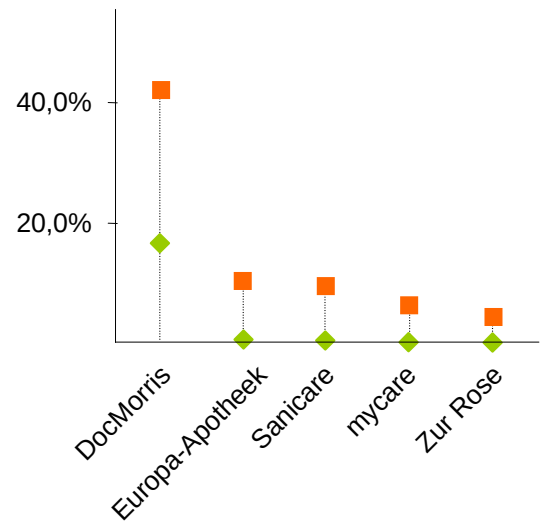
The brand recognition of DocMorris has risen to over 40%.

Image: The customer's friend, against proverbial pharmacy prices

Development of DocMorris



Mail-order pharmacies



The market research company GfK conducts continuous studies on brand recognition for DocMorris.

Methods: Telephone interview
Question 1: Which mail-order pharmacies are you aware of, even if only by name?
Question 2: Are you aware of DocMorris, even if only by name?

Source GfK, survey in October 2006

But: Locations in the Netherlands is still a burden.

DOCMOIRRIS STRIVES TO BE CLOSER TO CUSTOMERS

Even after seven years of DocMorris we are still Asked the questions like:

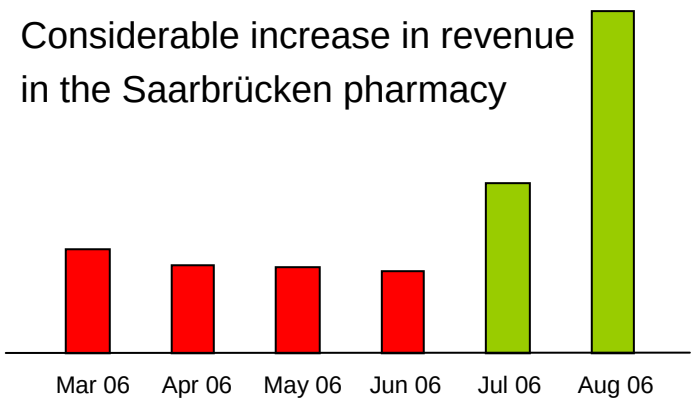
„... Will I really get German medication?“

„... How long will it take my order to be sent from the Netherlands?“

„... Do I have to pay duty on the medication?“

„... Who do I contact if something goes wrong?“

First (and only) foreign owned pharmacy in Saarbrücken (Germany)



European Court of Justice has to decide, if pharmacy license for DocMorris was lawful

The Situation in Europe

2003	European Court of Justice: ban on mail order service for over-the-counter pharmaceuticals violates European law.
2004	European Commission reviews the regulation regarding independent company ownership.
2005	Decision by European Court of Justice for opticians: Greek ban on third party optician ownership is illegal and not necessary for public health protection.
2005	Infringement procedure against **Italy**: ➔ Reason includes ban on third party and multiple ownership.
2006	European Commission takes Italy to the European Court of Justice. Infringement procedure against **Austria** and **Spain**.
2006	The Commission takes Germany to the European Court of Justice for supplying hospitals with pharmaceuticals from non-hospital pharmacies.
2007	Infringement procedure against **France**: ➔ Reason includes ban on third party and multiple ownership.
2008	Infringement procedure against **Germany**: ➔ Reason includes ban on third party and multiple ownership.

The market's reaction to future liberalisation

Market barriers?

In the space of just over four years, the three market barriers have been swept away or have begun to break down.

- Mail-order operations permitted since 2004
- Fixed prices in health care reform 2007 almost dropped
- Foreign ownership ban (still) remains in place

Participants

Pharmacies are right amongst the competition

The new participants:

- Entrepreneurial pharmacies
- Newcomers

Permanent attack on the foreign ownership ban

DocMorris opens the first pharmacy in Saarbrücken

- Process in the hands of the European Court of Justice
- EU Commission threatens with breach of contract proceedings

Drug stores get involved

- dm-Drogeriemarkt comes up with pharma points
- Schlecker opens mail order pharmacy in Netherlands
- REWE supermarket chain announces market entrance

Pharmacy cooperatives put themselves forward

- Linda & Co. establish flagship stores

Franchise plans are drawn up

- AVIE has approx. 40 franchises
- Easy pharmacies on market since 2005
- Brand partnership at DocMorris

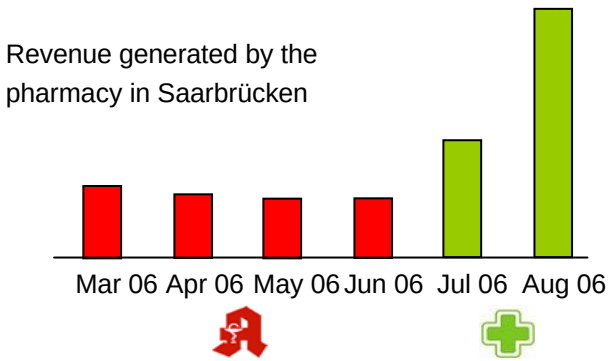
DocMorris partner pharmacies

CHAIN ON THE BASIS OF A PARTNERSHIP AGREEMENT

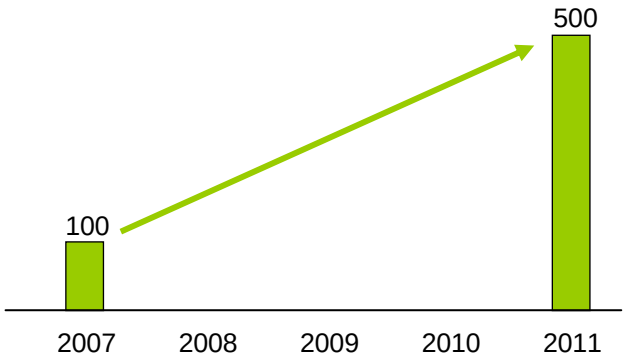
Concept

Advantage partner pharmacy	Increase in revenue through the DocMorris image Better marketing
Advantage DocMorris	Strengthening of the brand License fee
Mutual advantages	Improved purchasing opportunities Better service for health insurance funds

Boost in revenue through DocMorris



Number of partner pharmacies



DocMorris pharmacy in St. Wendel (Saarland)

DocMorris Markenpartner-Apotheke St. Wendel (ehem. Luisen-Apotheke), Bahnhofstr. 18, 66606 St. Wendel

DocMorris pharmacy in Castrop-Rauxel (NRW)

DocMorris Markenpartner-Apotheke Castrop-Rauxel (ehem. Adler-Apotheke), Lange Straße 54, 44579 Castrop-Rauxel

DocMorris pharmacy in Dorsten (NRW)

DocMorris Markenpartner-Apotheke Dorsten (ehem. Markt-Apotheke), Essener Straße 9, 46282 Dorsten

DocMorris pharmacy in Hamburg-Rahlstedt (Hamburg)

DocMorris Markenpartner-Apotheke Rahlstedt (ehem. Pulverhof-Apotheke), Rahlstedter Bahnhofstraße 20, 22143 Hamburg

DocMorris pharmacy in Sundern (NRW)

DocMorris Markenpartner-Apotheke Sundern Inhem. Bahnhofapotheke, Hauptstraße 111, 59846 Sundern

DocMorris Pharmacy in Cologne – own store concept

The press gives extensive coverage of the DocMorris brand partnerships:

Sie eröffnet Deutschlands erste BILLIG-APOTHEKE

...und 400 kommen noch nach

„Konkurrenz belebt das Geschäft"

Marktstart für DocMorris-Apotheke in Flensburg

Von Joachim Welding

Flensburg – Das grün leuchtende DocMorris-Logo an der ehemaligen Delphin-Apotheke lockte die Flensburger gestern in Scharen: Das niederländische Pharma-Versandhaus läutet mit der bundesweit zweiten Filiale eine Art Palastrevolution im Norden ein. Nicht verschreibungspflichtige Medikamente sollen am Südermarkt der Fördestadt bis zu 30 Prozent günstiger sein.

Apotheker Axel Schröder hatte alle Hände voll zu tun, um Stammkunden und Geschäftsfreunde mit Handschlag zu begrüßen – die Neugierigen mussten sich in langen Schlangen vor dem Tresen gedulden. Einhelliger Tenor der dennoch zufriedenen Kundschaft: „Konkurrenz belebt das Geschäft." Der 46-jährige Chef der früheren Delphin-Apotheke gehört zu den Revolutionären in der Branche: Er geht seit gestern eine Markenpartnerschaft mit „Europas größter Versandapotheke Europas" (Werbespruch DocMorris) ein und übernimmt damit deren Geschäftsphilosophie: „Wir setzen auf günstige Preise und auf Qualität – ungefähr so wie Fielmann das im Optikerbereich erfolgreich macht", meint Schröder. Erst eine Apotheke im Saarland war vor dem Flensburger am Marktstart mit dem DocMorris-Logo und musste manche rechtliche Klippe umschiffen.

Axel Schröder startete mit der bundesweit zweiten DocMorris-Apotheke in der Flensburger City. Foto: Welding

Rezeptpflichtige Präparate muss Schröder in seinem denkmalgeschützten Kaufmannshaus von 1490 auch künftig zum einheitlichen Verkaufspreis abgeben. Die Kunden profitieren also nur von den nicht verschreibungspflichtigen Medikamenten. „Deren Anteil liegt bei uns schon bei rund 50 Prozent", erzählt der Apotheker, der sich im Kollegenkreis mit seinen Kampfpreisen nicht gerade Freunde gemacht hat. Denn seit gestern bekommen Dutzende Konkurrenten in Flensburg erstmals den scharfen Wind des Wettbewerbs ins Gesicht – in einer Art „Tante-Emma-Gewerbe", in dem große Handelsstrukturen bisher verboten sind und die „Geiz-ist-geil-Masche" als unlauter angesehen wird.

„Die Flensburger sind nicht dumm: DocMorris hat doch nur wenige Lockangebote. Ich sehe die neue Konkurrenz gelassen", kontert Apotheker Sebastian Thude, Chef der über 400 Jahre alten Rats-Apotheke in Flensburgs Fußgängerzone. Nein, seine Preise werde er nicht senken. DocMorris könne nur auf Masse setzen, bei der die individuelle Beratung auf der Stecke bleiben müsse.

Ob diese Art von freundlichem Trotz ausreichen wird? „Wir führen in die Apothekenbranche erstmals Wettbewerb ein. Das wird den Markt stark verändern: Die Spreu trennt sich vom Weizen", sagte DocMorris-Chef Ralf Däinghaus unserer Zeitung. Mindestens 100 Partner-Apotheken will der Unternehmer noch in diesem Jahr mit dem grünen Logo versehen. Wo, verrät der findige Wirtschaftsmann allerdings noch nicht. Doch er betont: „Die Apotheker stehen bei uns Schlange."

St. Wendel, image Landesztg.

Flensburg, Dittm.

The press gives extensive coverage of the DocMorris brand partnerships:

Dillinger Apotheke ist zweiter Doc-Morris-Partner an der Saar

Saarbrücken. Nach der Luisen-Apotheke in St. Wendel hat die holländische Versand-Apotheke Doc Morris eine zweite Partnerschaft im Saarland begonnen: Die Dillinger Friedrich-Ebert-Apotheke firmiert seit gestern unter dem grünen Logo des Internet-Händlers. Auch in Flensburg gibt es mittlerweile eine solche Kooperation, bei der die Apotheken in der Hand der deutschen Besitzer bleiben und nur das Recht erwerben, unter dem Namen Doc Morris zu arbeiten. Die Preise für freiverkäufliche Medikamente sollen allerdings günstiger sein, als in anderen Apotheken.

Nach Angaben von Doc Morris hat das im Saarland begonnene Modell großes Interesse an solchen Markenpartnerschaften geweckt. Mehr als 250 Apotheker hätten sich bislang darum beworben, unter dem Namen Doc Morris Medikamente verkaufen zu dürfen, teilte das Unternehmen gestern in Saarbrücken mit. Thomas Schiffer, Doc-Morris-Vorstand für Vertrieb und Marketing, sagte, Ziel der Zusammenarbeit mit deutschen Apotheken sei, die Marke Doc Morris im Apothekenmarkt zu verankern und die Partner im lokalen Wettbewerb zu stärken.

In der Saarbrücker Kaiserstraße betreibt Doc Morris zusätzlich eine eigene Apotheke, gegen die der Saarländische Apothekerverband geklagt hatte. Das Oberverwaltungsgericht in Saarlouis entschied vergangene Woche, dass sie bis zur endgültigen Entscheidung weiter öffnen darf. *dpa/ber*

Im Internet:
www.docmorris.de

Dillingen, Saarbr. Ztg.

Die Apotheke, die allen anderen Apothekern Kopfweh bereitet

Florastraße 44 (Pankow): die DocMorris-Filiale

Erste DocMorris-Filiale in Berlin eröffnet. Wie gut, wie billig ist die Apotheke?

Apotheker Bernd Stange zeigt eine Medikamentenbox

Berlin-Pankow, B.Z.

The press gives extensive coverage of the DocMorris brand partnerships:

DocMorris kommt nach Elmshorn

Die Vita-Apotheke heißt ab Montag Doc-Morris-Apotheke.

Von Marianne Petersen

Elmshorn. In wenigen Tagen wird das grüne Doc-Morris-Kreuz auch an einer Apotheke in Elmshorn das rote A ersetzen: Die Vita-Apotheke am Hermann-Ehlers-Weg wird am Montag, 12. März, als erste Doc-Morris-Apotheke im Kreis Pinneberg eröffnen.

Bis zur Eröffnung haben Inhaberin Cordula Niemeyer und ihr Team noch reichlich zu tun. Das Apothekenschild ist bereits von der Fassade verschwunden, das Neue soll in den kommenden Tagen montiert werden.

Das Markenzeichen ändert sich zwar, die Inhaberin und ihr Team bleiben aber dieselben. Cordula Niemeyer ist die erste Apothekerin in Elmshorn, die einen Partnerschaftsvertrag mit Doc-Morris geschlossen hat. Die Elmshorner Apotheke ist damit bundesweit die sechste Apotheke, die unter dem neuen Namen firmiert. „Wir hatten uns schon für eine Partnerschaft mit Doc-Morris interessiert, als es nur den Versandhandel gab. Mit dem Unternehmen haben wir einen starken Kooperationspartner, und die Kunden profitieren natürlich auch davon", sagt Claus Niemeyer.

Bereits in der vergangenen Woche begann Cordula Niemeyer damit, ihre Kunden mittels Handzettel über die Umfirmierung zu informieren. „Bislang haben wir nur positive Resonanz erfahren. Die Kunden sind gespannt, was in der Zukunft passieren wird", so die Pharmazeutin. Als erstes sichtbares Zeichen werden ab Montag alle freiverkäuflichen Arzneimittel zu reduzierten Preisen angeboten.

„Um für das erweiterte Sortiment mehr Platz zu haben, wurde das Hauptgeschäft des Vita-Sanitätshauses, das direkt neben der Apotheke war, in die Marktstraße verlegt. Dort wurde bislang ein Zweitgeschäft betrieben.

Und so funktioniert die Partnerschaft: Die unabhängige Apotheke vor Ort erhält vertraglich das Recht, die Marke und das Fachwissen von Doc-Morris zu nutzen und sich Doc-Morris-Apotheke zu nennen. Dabei wird ihr ein Gebietsschutz garantiert. Ladenlokal, Schaufenster und Geschäftsausstattung werden im Design angepasst. „Da haben wir ein wenig Glück, weil wir ohnehin eine weiße Apotheke haben. So ist der Aufwand innerhalb der Apotheke nicht so groß", sagt Cordula Niemeyer. Inhaberin Cordula Niemeyer ist weiterhin selbstständig und ist bereits die zweite Unternehmerin in Schleswig-Holstein, die sich für für eine Kooperation mit der holländischen Versandapotheke entschieden hat. Zur Eröffnung der umfirmierten Apotheke werden Vertreter aus der Doc-Morris-Zentrale erwartet.

Cordula Niemeyer hat sich für eine Partnerschaft mit Doc-Morris entschieden. Ab Montag eröffnet ihre Apotheke unter dem neuen Namen.

„DocMorris" eröffnet erste Filiale in Castrop-Rauxel - Kunden nehmen weite Anreise in Kauf

Mit dem Zug zur Billigapotheke

Von Britta Schaeck

Castrop-Rauxel. Die Billigapotheke „DocMorris" hat gestern ihre erste Filiale in NRW eröffnet. Der Apothekerverband reagierte gereizt. Die Konkurrenz rüstet sich derweil mit „Happy Hour" Aktionen gegen die Preisdumping.

Die Warteschlange vor der Castrop-Rauxeler Filiale der Versandapotheke „Doc Morris" dauerte bis kurz vor Mittag noch lange an. Der Apothekerverband reagierte gereizt – scharfe Kritik an dem „Dumping Preisen"

HINTERGRUND

500 weitere „DocMorris"-Filialen geplant

- In den nächsten drei Jahren will „DocMorris" (im Jahr bisher 600 weitere „Fun-Apotheken" in Deutschland eröffnen.
- Apotheken, bei denen „DocMorris" Namen und Philosophie der Verkaufsgruppe nutzt, sind als Franchiser aufzufassen.
- Bislang verfügen das „Franchisebilanzverbot" die Betriebsstätte Ein Apotheker darf maximal vier Filialen betreiben.
- „DocMorris" vermarktet seine Medikamente auch über das Internet.
- Zahlreiche Kundenkarten kooperieren mit der niederländischen Online-Apotheke.

Elmshorn, Elmsh. Nachr.

Castrop-Rauxel, Westf. Rundschau

The press gives extensive coverage of the DocMorris brand partnerships:

Kopfschmerzen für Kollegen

Josef Brinkmann eröffnet erste DocMorris-Partnerapotheke in Hamm
Preisoffensive bei verschreibungsfreien Arzneien geht in die nächste Runde

BOCKUM-HÖVEL • Nein. Freunde macht sich Apotheker Josef Brinkmann bei seinen Kollegen mit seiner Entscheidung sicher nicht. Er ist nämlich Lizenznehmer von DocMorris geworden und wird Donnerstag an der Hammer Straße 74 als zweiter Apotheker in Nordrhein-Westfalen und als siebter in ganz Deutschland das rote „A" abschrauben und dafür unter dem grünen Kreuz als Markenpartnerapotheke werben. Schon mit seiner Vitalmakt-Apotheke, die neu unter DocMorris firmieren wird, hatte Brinkmann bereits den Unmut der Apotheker-Kollegen auf sich gezogen. Die „preisaktive" Unternehmenspolitik wird sich vermutlich jetzt noch einmal verschärfen.

DocMorris wirbt mit bis zu 30 Prozent günstigeren Preisen. Allerdings nur bei verschreibungsfreien Arzneimitteln. Bei verschreibungspflichtigen Arzneien muss sich auch der neue DocMorris-Apotheker weiter an den vom Gesetzgeber vorgeschriebenen Festpreisen halten. Brinkmann, der selbstständig bleibt und auch betont, dass er ein völlig freier Partner ist, lässt sich die Möglichkeit der Belieferung von günstigen Pillen und Salben einiges kosten. 1500 Euro muss er monatlich an Lizenzgebühren zahlen. Dafür hat er in seinem Fünf-Jahres-Vertrag auch einen Gebietsschutz verankert. Ladenlokal, Schaufenster und Geschäftsausstattung werden im Design angepasst. DocMorris hilft der Apotheke bei der Markenumstellung und gibt Vermarktungstipps. Das Sortiment richtet sich vor allem an preisbewusste Patienten mit planbarem Medikamentenbedarf. Dennoch will Brinkmann Service- und Beratungsleistungen nicht vernachlässigen. Sollte es den erwarteten Zulauf geben, werde auch mehr Personal eingestellt, erklärt Brinkmann, der gestern bei der ersten Eröffnung einer DocMorris Apotheke in Castrop-Rauxel dabei war.

DocMorris-Chef Ralf Dümghaus will mit der Kooperation seine Marktführerschaft weiter ausbauen. Er hat angekündigt in den kommenden fünf Jahren 500 Markenpartnerapotheken zu eröffnen, davon bis zu 100 noch in diesem Jahr. • hwa

Josef Brinkmann wird mit dem grünen Kreuz zur DocMorris-Markenpartnerapotheke. • Foto: Ackermann

Hamm, Westf. Anzeiger

First DocMorris pharmacy opened in West Berlin

Berlin (ots) - - When the DocMorris pharmacy in Berlin-Spandau opened on 19.3. numerous customers availed themselves of the new service provided by pharmacist Carolin Kopsch. Customers receive a discount of up to 30 per cent on non-prescriptions medicines, for example. In the brand partnership with DocMorris the pharmacist remains independent. She receives area protection as a DocMorris pharmacy. The Berlin pharmacy is the eighth brand partner in Germany. In the next five years DocMorris aims to conclude 500 brand partnerships with pharmacies.

For further information see www.docmorris-partner.de.

Berlin-Spandau, news agency

The press gives extensive coverage of the DocMorris brand partnerships:

Ab jetzt gibt es Medikamente zu Discount-Preisen

Apotheken-Krieg in Hamburg

Alte Apotheke

APOTHEKEN KAMPF DER KETTEN

DocMorris erobert jetzt auch Hamburg

Am 2. April eröffnen zwei DocMorris-Apotheken in Hamburg. Die Kammer ist misstrauisch. Die Partnerapotheken halten dagegen.

Maya Heinbockel
Hamburg

In der Rahlstedter Bahnhofstraße und der Wählingsallee rücken die Handwerker an. Das rote „A" der Pulverius! Apotheke in Rahlstedt wird gegen ein giftgrünes Kreuz getauscht. Und auch die Kopernikus-Apotheke in Schnelsen verschwindet zu ihrem 15-jährigen Jubiläum – um am 2. April als eine der ersten Hamburger Apotheken der DocMorris-Kette neu zu eröffnen.

DocMorris reklamiert für sich, wesentlich preiswerter zu sein als die herkömmlichen Apotheken. Damit macht sich die Kette seit ihrem Deutschland-Start im Juni 2000 Feinde. Einer ist der Hamburger Apothekerkammer-Präsident Rainer Töbing. Er greift DocMorris im Kerngeschäft, dem Versandhandel, an. Die Kammer fordert ein Verbot von Internetapotheken. Denn kürzlich habe das Zentralheberarchiv Deutscher Apotheker bei Testkäufen eine Fälschungsquote von 50 Prozent festgestellt. Plagiate könnten wirkungslos oder gefährlich sein.

Zudem betreibt Töbing in Rahlstedt seine Schimmelreiter-Apotheke. „Ich verstehe nicht, wie jemand die Verträge von DocMorris unterzeichnen kann. Dem vielen Geld, das für die Nutzung der Marke bezahlt werden muss, steht keine angemessene Leistung entgegen", glaubt Töbing. Verbraucher müssten aufpassen, da es „nur ein paar Schnäppchen" gäbe und sonst keine Preise gesenkt würden. Darum fürchtet er auch nicht, dass seine Kundschaft abwandert. „Meine Kunden suchen gute Beratung, die kostet schon ein paar Cent mehr. Und wenn ein Kollege sich nicht an die Regeln wie zum Beispiel Beratung hält, werde ich ihm auf die Finger klopfen."

In Hamburg trifft DocMorris allerdings nicht nur auf einzelne Apotheker sondern auch auf das Partner-Apotheken-Netzwerk mit fast 60 Mitgliedern. „Auf lange Sicht werden Einzelkämpfer keine Chance haben", so Geschäftsführer Peter Menk. „Durch die DocMorris-Eröffnung sind alle anderen Apotheker bedroht. Erstmal wird es wahrscheinlich Zuspruch geben", glaubt er. Doch nach dem ersten Ansturm seien viele billige Apotheken wie die am Rothenbaum genauso voll wie jede andere auch. Er rüstet sich für den Konkurrenzkampf. „Wir schulen die Apotheker und arbeiten mit Ärzten zusammen." Vier Prozent Rabatt räumt er Kunden ein.

Die Partner-Apotheken wollen mit DocMorris jedoch nicht nur in Hamburg konkurrieren. „Ab Mai oder Juni wollen die Partner-Apotheken bundesweit agieren. Bis Ende des Jahres wollen wir mehrere Hundert Apotheken haben", so Menk. „Wir wollen das beste Apotheken-Netzwerk Deutschlands sein."

DocMorris-Chef Ralf Dünghaus. FOTO: ACTIONPRESS

Die neuen DocMorris-Partner in Hamburg sieht das wenig an. „Wir sind zuversichtlich", sagt der Rahlstedter Inhaber Sharif Mansur. Seit 20 Jahren bedient er seine Kunden. Jetzt gibt er seine Unabhängigkeit auf. „Aber ich bleibe derselbe Apotheker." Mit diesem Schritt will auch der Schnelsener Uwe Riemer der Marktentwicklung begegnen: „Ich fand das Konzept überzeugend. Preise sind bei den Kunden einfach ein Argument." Die Nutzung einer starken Marke sieht er als „notwendigen Schritt". „Die Margen werden sinken, aber die Mengen steigen", rechnet er vor.

Schon 2006 eröffnete DocMorris die erste Apotheke in Saarbrücken, die den Groll der Apothekerverbände auf sich zog. Seit 2007 kooperiert die Kette bundesweit mit fünf Apotheken. 400 Inhaber haben sich bisher beworben. „Wir treten an, um mit gesunden Wettbewerb den Markt zu gestalten", sagt Vertriebsvorstand Thomas Schiffer.

„Bei den Kollegen mache ich mich damit sicher nicht sonderlich beliebt", sagt Riemer aus Schnelsen. Auch Mansur räumt ein: „Ich war immer auf Linie der Kammer. Aber innovative Ideen bereiten einigen immer Sorgen."

Hamburg, Bild/Hamb. Abendblatt

The press gives extensive coverage of the DocMorris brand partnerships:

„Besser im Wettbewerb positioniert“

Apothekerin Gisela Dmoch setzt auf DocMorris

Kiel – Statt des vertrauten roten Apotheker-„A“ prangt jetzt ein grünes Kreuz über der City-Apotheke am Sophienblatt: Das neue Markenzeichen signalisiert schon von weitem, dass jetzt auch in Kiel eine DocMorris-Apotheke eröffnet hat.

Von Martina Drexler

Nach Partnerschaften in Flensburg, Elmshorn und Schleswig ist die City-Apotheke damit die vierte in Schleswig-Holstein und die 14. bundesweit. Nachdem Europas größte Versandapotheke mit Sitz in den Niederlanden daraufgeschettert ist, in Saarbrücken eine Apotheke in Eigenregie zu betreiben – der Fall liegt jetzt beim Europäischen Gerichtshof –, begann sie im Januar, den Weg auf den deutschen Markt über Partnerschaften zu suchen – mit dem Versprechen an die Kunden, beim Medikamenteneinkauf bis zu 30 Prozent zu sparen.

Für Gisela Dmoch, Inhaberin der City-Apotheke, bot dies die Chance, sich „im fairen, nicht ruinösen Wettbewerb“ besser zu positionieren. „Die Politik hat uns schließlich den Auftrag dazu gegeben“, sagt die 57-Jährige, die acht Mitarbeiterinnen beschäftigt.

Wie alle anderen Apotheken ging sie zwar schon vor DocMorris-Zeiten bei rezeptfreien Medikamenten und Ware wie Kosmetik mit Sonderangeboten auf Kundenfang. Doch der neue Partner bietet ihr mehr: Statt einzelner und kurzfristiger Aktionen könne sie günstige und vielfältige Angebote über einen Zeitraum von drei Monaten beziehen, das Wissen des Partners, dessen Service und Marketing nutzen. Im Gegenzug musste sie sich verpflichten, den Namen zu übernehmen und die äußere Ladengestaltung anzupassen, nicht aber, nur noch bei DocMorris zu bestellen. Sie führe eigenständig und werde die Kunden wie bisher beraten. Auch Horst Hoffmann (82), Stammkunde seit 20 Jahren, sieht in einer solchen Zusammenarbeit nur Vorteile. Die Preise für Artikel ohne Verschreibungen werden gegeben, ist er wie die Kundin Ina Lestin (41) überzeugt: Seit Jahren schon bezieht die Verkäuferin u.a. rezeptfreie Schmerzmittel und die Anti-baby-Pille im Sammelpaket ohne Versand- und Rezeptkosten bei DocMorris.

Schleswig-Holsteins Apothekerverband bleibt allerdings der Marktstrategie des Unternehmens gegenüber skeptisch und rät den Verbrauchern, „bei den Preisen kritisch hinzuschauen“ und sie mit denen anderer Apotheken zu vergleichen: Denn DocMorris sei kein Discounter und nicht überall der günstigste, sagt Geschäftsführer Dr. Thomas Friedrich.

Horst Hoffmann (großes Foto oben) sieht für sich als Stammkunden der Apotheke am Sophienblatt durch deren Zusammenarbeit mit DocMorris nur Vorteile. Inhaberin Gisela Dmoch (links) musste für die Möglichkeit, unter anderem auf günstige und vielfältige Angebote zurückzugreifen, den Namen übernehmen und die Ladengestaltung (rechts) anpassen. Fotos Paesler

100 Kunden in einer Stunde

Doc-Morris-Apotheker ist am ersten Tag vom Ansturm begeistert / Verband ist skeptisch

Von Stefan Werding und Tobias Hertel

Münster. Lambert Stavermann ist überwältigt. „Gigantisch“ sei der Zulauf. „100 Kunden in einer Stunde“ zählt der Inhaber der früheren Burgapotheke, die seit gestern ganz in Grün-Weiß gehalten ist: Münsters erste Doc-Morris-Filiale hat eröffnet.

Helga und Hans Wendland kommen extra aus Kinderhaus in Münsters Süden, um günstige rezeptfreie Medikamente zu kaufen. Für die Packung mit der Vital-Therapie zahlen sie 25 statt 32 Euro wie sonst. „Ein großer Unterschied“, finden sie. Rita Kriegir spart bei ihren Vitaminampullen gut vier Euro. Medikamente seien so teuer, „da ist es legitim, sich eine günstige Apotheke zu suchen“, meint sie. Stavermann drückt den Preis, weil er beim Einkauf günstigere Konditionen aushandelt, allerdings ohne Unterstützung von Doc Morris. Außerdem verzichtet er auf einen Teil seines Gewinns. Dafür verkauft er mehr, „etwa das Doppelte“, erwartet der Apotheker. „Ich komme gut klar.“

Dr. Rüttger von Dellingshausen, Geschäftsführer des Apothekerverbands Westfalen-Lippe, bezweifelt allerdings, dass Stavermanns Erfolg haben wird. Nach seinen Informationen muss jeder Apotheker, der bei der Kette mitmacht, eine Aufnahmegebühr bezahlen. Dazu kämen monatliche Lizenzgebühren in Höhe von 1500 Euro bei einer Laufzeit von 60 Monaten und Umbaukosten von 30 000 Euro. In fünf Jahren seien das 125 000 Euro. „Das muss er erst mal verdienen“, meinte von Dellingshausen. Dazu würde bei mehr Kunden zusätzliches Personal nötig sein: „Wir glauben, dass er langfristig den Umsatzzuwachs in dieser Höhe nicht hat, um das alles auszugleichen.“ Fazit des Verbandes: „Herr Stavermann rechnet unseres Erachtens nicht richtig.“

Grundsätzlich sei ein Apotheker auf die frei verkäuflichen Arzneimittel angewiesen, weil das Geschäft mit Medizin auf Rezept alleine zu klein sei. Durchschnittlich beschaffe sich ein Apotheker ein Drittel seines Umsatzes durch Waren wie Aspirin, Salbeibonbons oder Zahnpasta.

Stavermann selbst verspricht sich von Doc Morris einen Imagegewinn und macht eine andere Rechnung auf: Wegen der vielen Arztpraxen in der Nachbarschaft setze er nur 20 Prozent mit rezeptfreien Medikamenten um, beim großen Rest „bleibt alles beim Alten“.

Lambert Stavermann ist der erste Doc-Morris-Apotheker im Münsterland. Er freute sich gestern über „100 Kunden pro Stunde“. Foto: Jürgen Peperhowe

Kiel, Kieler Nachr.

Münster, Westf. Nachr.

The press gives extensive coverage of the DocMorris brand partnerships:

Sunderner ist Partner des Internet-Medikamentenversenders

„DocMorris" eröffnet Apotheke

Sundern. (HK) „Medikamenten-Schnäppchenmarkt" oder „Billigapotheke" – so lauteten Schlagzeilen, seit die Internet-Apotheke „DocMorris" den deutschen Markt mit preisgünstigen Medikamenten von den Niederlanden aus bedient. Gestern machte in Sundern eine DocMorris-Partner-Apotheke auf. Erst die 17. bundesweit – aber nicht die letzte, kündigt die Doc Morris AG an.

Dr. Rainer J. Tombergs wandelte seine Bahnhofsapotheke an der Hauptstraße um in eine DocMorris-Apotheke. (Bild: H. Krischer)

Für viele kam es überraschend: Innerhalb nur weniger Tage wurde die frühere Bahnhofsapotheke (Hauptstraße 111) in ein lindgrünes Design getaucht, firmierte die unter dem alten roten „A" tätige Apotheke um in DocMorris Partnerapotheke.

Chef ist – wie bisher – der Apotheker Dr. Rainer J. Tombergs. „Ich bin keine Filiale von DocMorris, sondern weiterhin selbstständig", erläutert Tombergs. Allerdings erhofft er sich, von der Marketing-Kompetenz und dem „gut eingeführten Namen" von DocMorris profitieren zu können.

„Der Gesundheitsmarkt wird sich wandeln", ist Tombergs überzeugt. Und er will ganz vorn mit dabei sein. „Ziel der Gesundheitsreform der Bundesregierung ist ja ganz klar der Wettbewerb", sagt Tombergs. Und der wird auch über den Preis geführt. So wirbt DocMorris damit, rezeptfreie Medikamente bis zu 30 Prozent günstiger anzubieten.

Dennoch betont Dr. Tombergs, dass in seiner Apotheke Beratung und Betreuung der Kunden so gut bleiben wie bisher. „Das Team bleibt das gleiche – und damit auch die pharmazeutische und soziale Kompetenz."

Sundern, Westf. Rundschau

Doc-Morris-Chef Ralf Dilnghaus will den Firmenschriftzug in den nächsten Jahren an etwa 500 deutschen Apotheken anbringen. Foto: AP

Erste Doc-Morris-Apotheke im Südwesten

Apotheker im badischen Ettlingen kooperiert von Montag an mit niederländischem Versender

ETTLINGEN (sö/dpa). Die niederländische Versandapotheke Doc Morris betreibt eine weitere Filiale in Deutschland und arbeitet erstmals mit einem Apotheker in Baden-Württemberg zusammen. Bundesweit haben sich 400 Apotheker als Partner beworben.

Nach mehreren Niederlassungen in Deutschland hebt die niederländische Versandapotheke Doc Morris in der kommenden Woche auch ihre erste Niederlassung in Baden-Württemberg aus der Taufe. Als erster Markenpartner werde am kommenden Montag eine Apotheke in Ettlingen (Kreis Karlsruhe) mit der Zusammenarbeit beginnen, teilte das Unternehmen mit. Ziel der bundesweiten Kooperation sei es, die Marke Doc Morris konsequent im Apothekenmarkt zu verankern und den Partner im lokalen Wettbewerb zu stärken, sagte Thomas Schiffer, Doc-Morris-Vorstand für Vertrieb und Marketing.

Im Gegensatz zu einem Streit zwischen der Apothekerkammer und der saarländischen Apothekerkammer sowie dem Deutschen Apothekerverband sei die neue Zusammenarbeit im Südwesten juristisch nicht angreifbar, da die Partner selbstständig blieben, hieß es weiter. In Saarbrücken hatte die Versandapotheke 2000 ihre erste eigene Filiale eröffnet. Aus Sicht der Apothekerzunft dürfen entsprechend dem deutschen Recht aber ausschließlich Apotheker bis zu vier Filialen betreiben, nicht aber eine ausländische Kapitalgesellschaft wie Doc Morris. Das Oberverwaltungsgericht Saarbrücken sah dies aber anders; es bejahte die umstrittene Frage, ob Doc Morris – wie in den Niederlanden – auch in Deutschland eine Apotheke unterhalten darf. Das Gericht verwies auf europäisches Recht, wonach Kapitalgesellschaften in der Europäischen Union Niederlassungsfreiheit genössen. Eine endgültige Entscheidung soll im Hauptverfahren vor dem Europäischen Gerichtshof fallen, das aber mehrere Jahre dauern kann.

Die niederländische Versandapotheke hat, um weitere juristische Probleme zu umgehen, neue Wege der Kooperation erschlossen und im Januar im saarländischen St. Wendel die erste Partnerschaft begonnen. Danach bleiben Apotheker Inhaber ihrer Geschäfte und zahlen für den Verkauf von Pillen unter dem Doc-Morris-Logo eine Lizenzgebühr. Die Preise liegen teils deutlich unter den sonst üblichen.

In den nächsten drei bis fünf Jahren sollen nach dem Willen des Unternehmens deutschlandweit bis zu 500 solcher Apotheken entstehen. Nach Angaben von Doc Morris haben sich bisher 400 deutsche Apotheker für eine Partnerschaft beworben. In den Apotheken, die Doc Morris zwar nicht gehören, aber mit den Unternehmenslaben und -schriftzügen wie eine firmeneigene Filiale aufgemacht sind, sollen Medikamente, die nicht vom Arzt verschrieben werden müssen, um bis zu 30 Prozent billiger sein als in herkömmlichen Apotheken. Rezeptpflichtige Medikamente dürfen nach jetziger Gesetzeslage dagegen nur zum einheitlichen Apothekenverkaufspreis abgegeben werden.

Ettlingen, Stuttg. Ztg.

Local competition

AND HOW IS THE COMPETITION REACTING TO DOCMORRIS?

Aesculap Apotheke in Saarbrücken

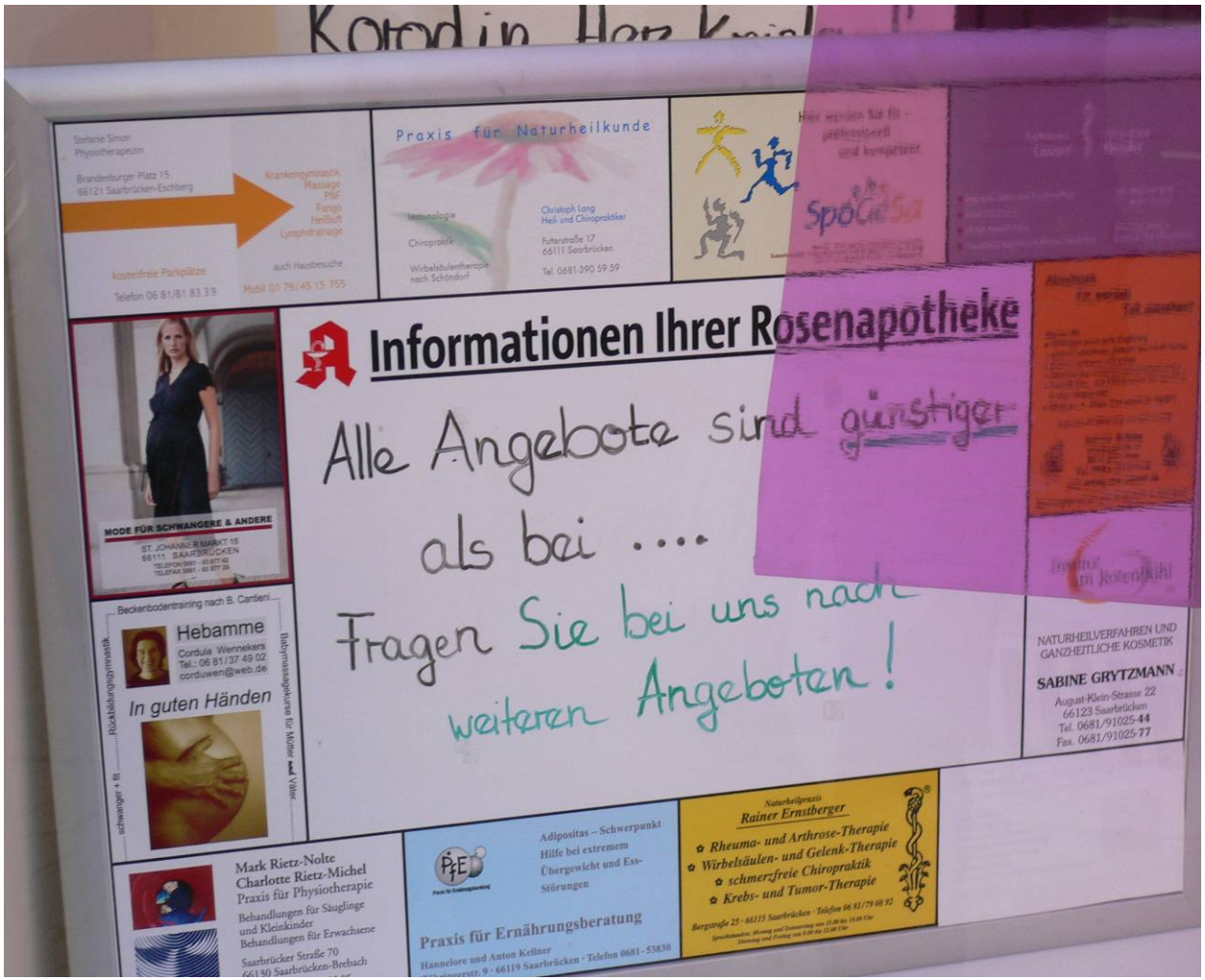
Local competition

AND HOW IS THE COMPETITION REACTING TO DOCMORRIS?

Rosenapotheke in Saarbrücken

Local competition

AND HOW IS THE COMPETITION REACTING TO DOCMORRIS?



Rosenapotheke

Local competition

AND HOW IS THE COMPETITION REACTING TO DOCMORRIS?

Pharmacy in Berlin-Pankow, directly opposite the DocMorris pharmacy

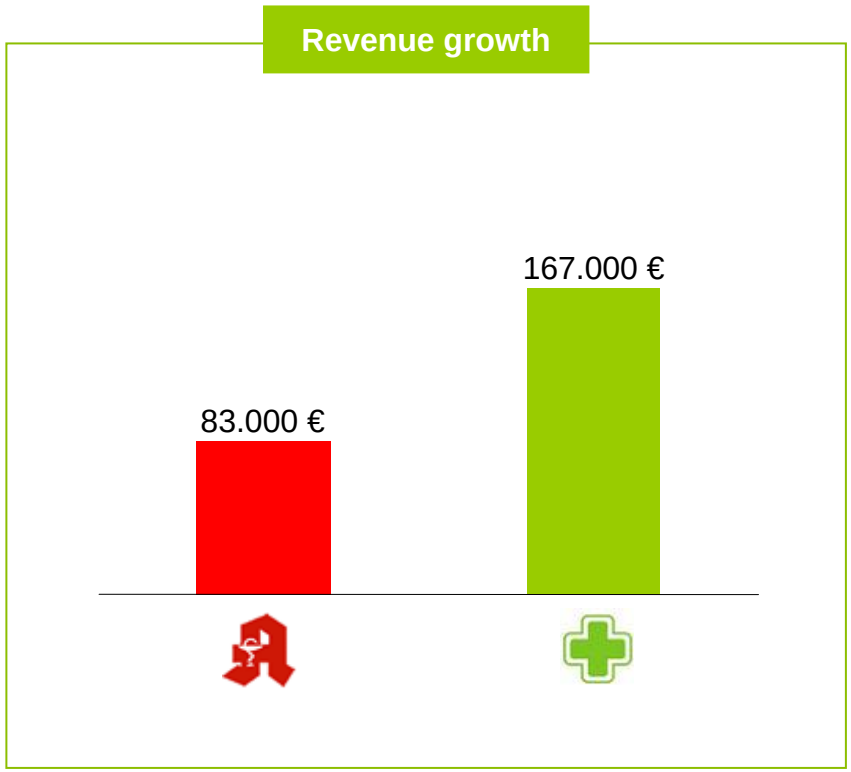
Local competition

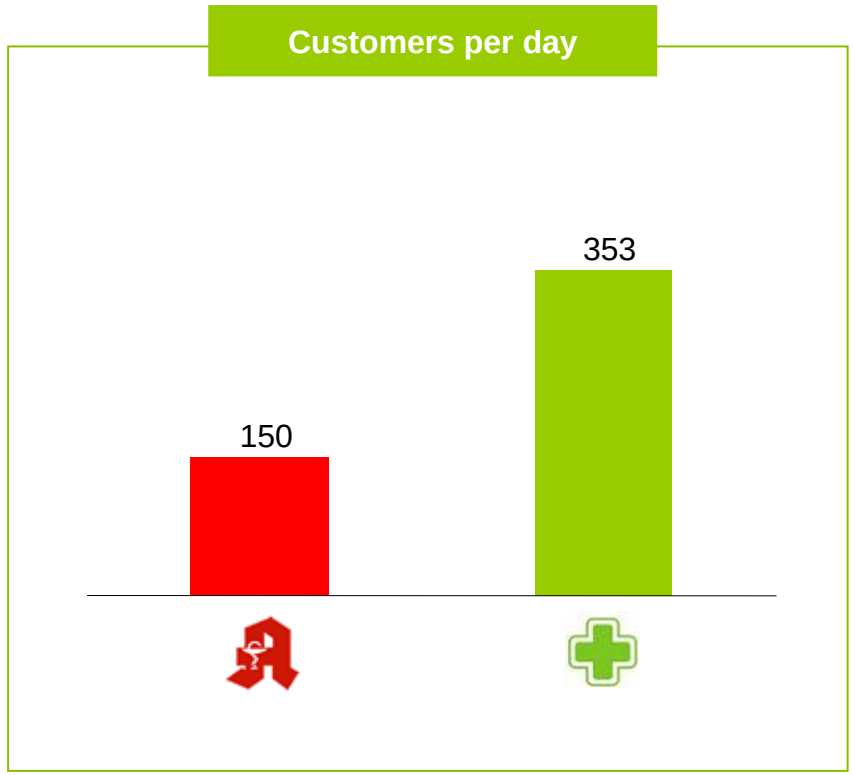
AND HOW IS THE COMPETITION REACTING TO DOCMORRIS?

We wish them every success with further marketing measures

Exampel: Economic success of the DocMorris pharmacy in St. Wendel

CUSTOMER ACCEPTANCE IS LASTING

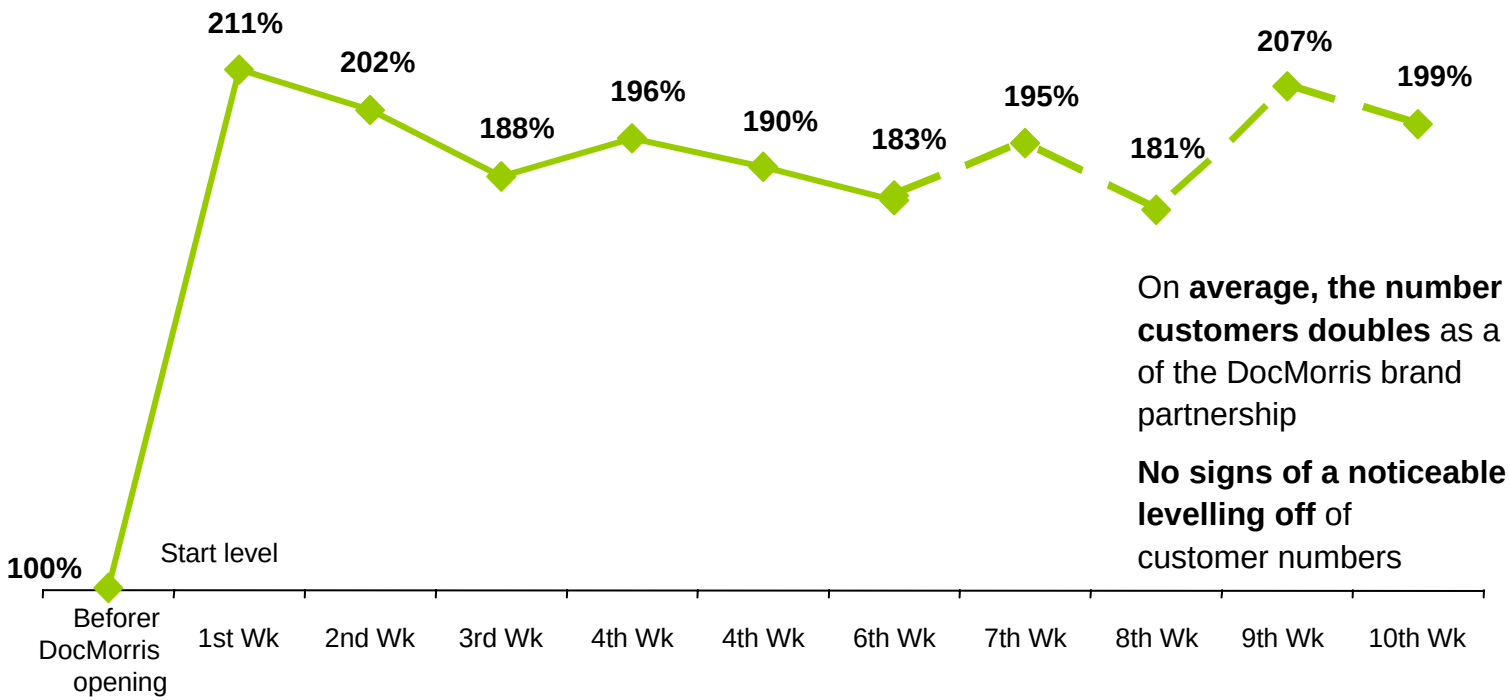




Development of the pharmacy in St. Wendel
In a comparison before the opening and three months after the opening

Customer development in the DocMorris brand partner pharmacies: No signs of a tendency for customer numbers to quickly level off!

DAILY INDEXED DEVELOMENT: CUSTOMER NUMBERS (EXTRACT DOCMORRIS PHARMACIES)



On **average, the number of customers doubles** as a result of the DocMorris brand partnership

No signs of a noticeable levelling off of customer numbers

[1] Wk = Week after opening

Basis: All available data reports from the DocMorris brand partners

The German pharmacy market needs modernizing

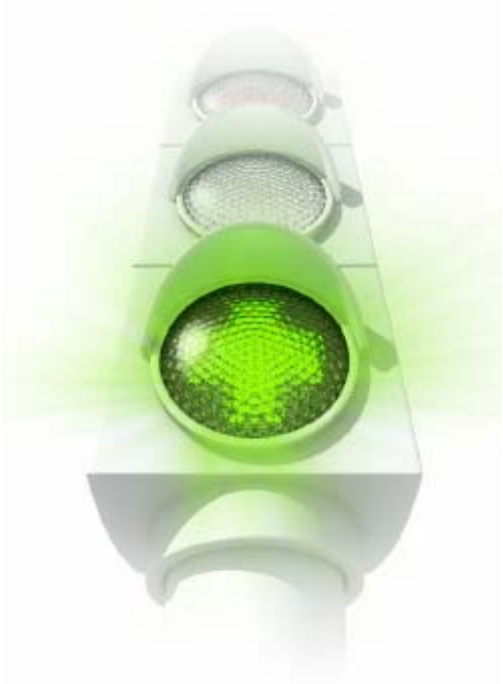
Germany‘s pharmacy system is weakened:

- Lack of competition hinders progress
- Atomization: economical inefficiency due to small-sized pharmacies
- No leadership concerning quality
- Loss of role model position in European comparison

A view across the borders shows what the future might look like:

Netherlands	▪ Well-accepted family pharmacy-principle ▪ Dispensary via four-eye-principle
UK	▪ Systematical consultancy with the help of Medicine Use Reviews ▪ Diagnostic for millions of British (financed by NHS)
Switzerland	▪ Pharmaceutical consultancy as part of compensation (checks)
Norway	▪ Dispensary considering the patient‘s history ▪ Individual documentation of dispensary for each patient

The new DocMorris Health Programme: „Everything Green“



Main Idea: Standardising pharmaceutical services

- DocMorris develops heath programmes which are
  - reproducable
  - sustainable
  - comparable and transparent
  - standardised in all pharmacies
- Patients will face high quality standards and reliability
- Health insurer will recommend the new services

This means: Patients can rely on getting the same services in all DocMorris‘ pharmacies.

Module 1: Diabetes – risk evaluation

The first element of the new health programme

10 minute Diabetes Check

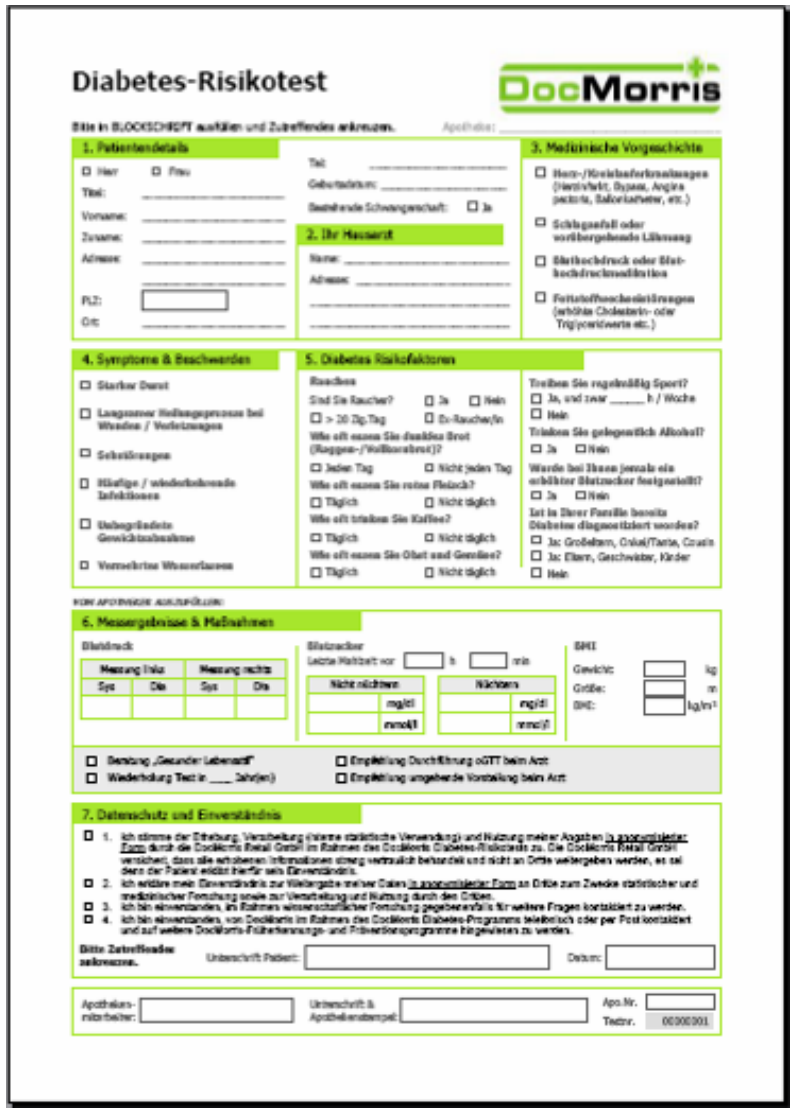
Anamnesis

- Blood Pressure Measurement
- Blood Sugar Measurement

Patients with positive test results will be referred to a physician. A letter of recommendation explains the health programme and the results of the tests.

Our Philosophy:

- Early detection of risk factors by the pharmacist
- Diagnosis by the physician



Diabetes-Risikotest

DocMorris

Bitte in BLOCKSCHRIFT ausfüllen und Zutreffendes ankreuzen.

1. Patientendetails
2. Ihr Hausarzt
3. Medizinische Vorgeschichte
4. Symptome & Beschwerden
5. Diabetes Risikofaktoren
6. Messergebnisse & Maßnahmen
7. Datenschutz und Einverständnis

The standardised programme was developed by **Professor Stephan Martin**, Medical Director of the Westdeutsches Diabetes- und Gesundheitszentrums in Düsseldorf

Einfach nicht mehr rauchen!

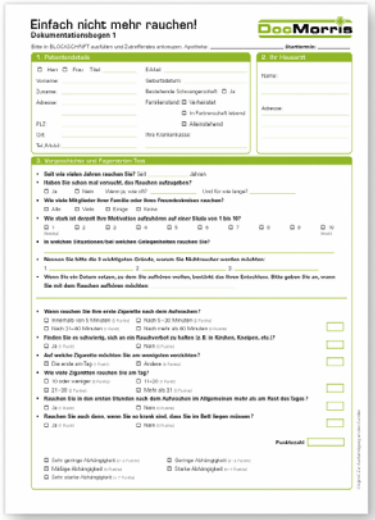
This programme helps patients intending to quit smoking.

The DocMorris pharmacist supports patients for at least 3 months

- Patient‘s motivation is reached by periodic measurements of CO^2 level
- Progress is documented for each patient with his Non-Smoker-Pass
- Advices for an alternative nicotine therapy are given by the DocMorris pharmacist

Nichtraucherpass

Durchhaltebox



Teilnahmebogen

Rauchometer

- Medicines belong in the pharmacy
- The high quality standards in pharmacies have to be conserved
- Pharmacies are able to play a much more important role in the supply of medicines