

Neue Statistik in der Apothekenabrechnung

Der Umsatz einer Apotheke setzt sich aus mehreren Einzelteilen zusammen: z.B. dem Umsatz mit den gesetzlichen Krankenkassen, dem Umsatz der Privatpatienten und dem Umsatz aus freiverkäuflichen Produkten.

Jede Apotheke hat hier eigene Schwerpunkte, je nachdem wie sich die Lage der Apotheke oder z.B. die Kundenstruktur darstellt.

In der monatlichen Apothekenabrechnung ist seit langem eine Statistik aufgeführt. Diese zeigt an, wie sich ausschließlich der **GKV-Umsatz** der eigenen Apotheke im Vergleich zu anderen Apotheken verhält. Eine Aussage zum Gesamtumsatz lässt sich daraus nicht ableiten.

Bis zum Juni dieses Jahres wurde hier der Durchschnitt aus allen im DRZ abrechnenden Apotheken ermittelt. Ein Vergleich zwischen sehr unterschiedlich agierenden Apotheken ist allerdings ungenau, deshalb wurde die Statistikauswertung überarbeitet.

Auf Kundenwunsch ist seit Juni 2019 eine an die aktuellen Marktgegebenheiten angepasste Einteilung der beim DRZ abrechnenden Apotheken in Vergleichsgruppen gewählt worden.

Jetzt ergibt sich ein besserer Überblick, da ausschließlich Apotheken mit ähnlichen Rezeptverkaufsdaten verglichen werden. Es gibt nun verschiedene Gruppen für den GKV-Umsatz, in die die Apotheke je nach aktuellem GKV-Rezeptumsatzvolumen und weiteren Kriterien wie beispielsweise der Anzahl der verkauften Packungen eingruppiert wird. Diese Einteilung ist nicht fix, sondern wird regelmäßig angepasst.

In der Statistik ist neben dem eigenen Umsatz ein **Bestwert innerhalb der eigenen Vergleichsgruppe** aufgeführt; dieser bezeichnet den Wert, der von 25% der Apotheken in der jeweiligen Gruppe erreicht oder übertroffen wird.

Mit dieser neuen Statistik hat man nun einen genaueren Blick dafür, wie sich die Umsatzentwicklung ähnlicher Apotheken darstellt. So kann man frühzeitig entdecken, ob der GKV-Umsatz den eigenen Erwartungen entspricht oder ob es sich z.B. lohnen würde, ein Heim zu akquirieren.

Mit dem Bestwert hat man einen guten Anhaltspunkt für das aktuelle **GKV-Potential** der eigenen Apotheke und kann danach entscheiden, in welche Richtung (ob Erhöhung des Rezeptumsatzes oder z.B. Verstärkung der freiverkäuflichen Aktivitäten) man die eigene Apotheke entwickeln möchte und ist für die Zukunft besser aufgestellt.

