

PRESSEMITTEILUNG

APOTHEKEN SETZEN IMMER HÄUFIGER AUF DIGITALISIERUNG UND KÜNSTLICHE INTELLIGENZ

Digitale Services gewinnen in Apotheken weiter an Bedeutung. Online-(Vor-)Bestellungen und Apothekenplattformen besonders beliebt. Künstliche Intelligenz (KI) mit Potenzial. Unsicherheit mit Blick auf Haftungsrisiken, unklare gesetzliche Regelungen und Transparenz der Technologie.

Köln, 25. September 2023 – Die Digitalisierung spielt auch in Apotheken eine immer größere Rolle und mehr als die Hälfte der deutschen Apothekerschaft sieht sich diesbezüglich bereits weit bis sehr weit fortgeschritten (51 %). Zu diesem Ergebnis kommt der Apothekenkonjunkturindex (APOkix) des IFH KÖLN in seiner aktuellen Ausgabe. Lediglich sechs Prozent der Befragten bewerten den aktuellen Grad der Digitalisierung in ihrer Apotheke als wenig bis gar nicht fortgeschritten. Und auch beim Thema Künstliche Intelligenz (KI) sind sich 31 Prozent der Apotheker:innen sicher, dass diese in Apotheken zukünftig hochrelevant werde – zehn Prozent glauben dies gar nicht und 60 Prozent sind unsicher, wo KI in Apotheken wirklich eingesetzt werden kann.

Digitale Services in Apotheken

Die Anwendungsbereiche, in denen digitale Lösungen in Apotheken zum Einsatz kommen, sind vielfältig. Fast alle befragten Apothekeninhaber:innen (97 %) bieten in ihren Apotheken die Möglichkeit zur Online-Vorbestellung und 83 Prozent liefern Online-Bestellungen über ihre Botendienste auch aus – rund achtzig Prozent sind an eine Apothekenplattform angebunden (78 %). Auch die Integration in Apotheken-Apps (59 %) oder Bezahlungsmöglichkeiten über Dienste wie PayPal oder Apple Pay (49 %) sind mittlerweile gängige Praktiken in Apotheken, ebenso wie Social-Media-Aktivitäten via Instagram, Facebook, TikTok, YouTube & Co (48 %). Nahezu alle Befragten sind sich zudem sicher: Die Bedeutung digitaler Kundenservices wird weiter zunehmen (94 %) und sie werden wettbewerbsentscheidend sein (90%).

KI: Erwartungen und Herausforderungen

Künstliche Intelligenz hat auch in Apotheken Potenzial: Als Einsatzgebiete kommen nach Angaben der Befragten vor allem die Automatisierung von Bestellprozessen bzw. die Optimierung des Bestandsmanagements (72 %), die Vermeidung von Retaxationen (68 %) und die Analyse von Gesundheitsdaten (68 %) in Betracht. Aber auch bei Dokumentationsaufgaben (65 %) sowie der Freiwahl- und Preisgestaltung (61 bzw. 58 %) können sich viele Befragte den Einsatz von KI gut vorstellen. Doch es besteht auch Unsicherheit: Die deutliche Mehrheit der Befragten (82 %) sieht in der Anwendung von KI in Apotheken Herausforderungen in Bezug auf Haftungsrisiken sowie unklare gesetzliche Regelungen. Auch die Themen Datenschutz und -sicherheit sorgen bei 77 Prozent der Apotheker:innen für Unsicherheit. Bedenken hinsichtlich der Genauigkeit und Zuverlässigkeit von KI haben 76 Prozent der Befragten und 75 Prozent bemängeln die Beherrschbarkeit und Transparenz von Künstlicher Intelligenz.

Konjunkturindizes entwickeln sich unterschiedlich

Nach dem Abwärtstrend, der sich ab Mai dieses Jahres abzeichnete, steigt der Konjunkturindex für die aktuelle Geschäftslage im September um 6,2 Punkte auf 59,9 Punkte an. Die Erwartungen für

die kommende Geschäftslage fallen unterdessen leicht ab und sinken von 48,8 Punkten im August auf 43,5 Punkte im September.

Wörter der Meldung: 436

Zeichen (inkl. Leerzeichen): 3.220



Die Grafik kann zur journalistischen Weiterverwendung [hier](#) heruntergeladen werden.

Daten und Grafiken aus dieser Pressemitteilung dürfen nur im Rahmen journalistischer oder redaktioneller Zwecke genutzt werden. Die werbliche und kommerzielle Nutzung sowie Aufbereitung für eine vertragsbasierte Weitervermarktung sind untersagt. Dies gilt insbesondere für Statistikportale.

Die wichtigsten Zahlen im Überblick:

- 51 Prozent der Befragten bewerten den Digitalisierungsgrad ihrer Apotheke als weit bis sehr weit fortgeschritten.
- 97 Prozent bieten ihren Kund:innen Online-Vorbestellungsmöglichkeit bereits an.
- 94 Prozent sind sich sicher, dass digitale Kundenservices immer bedeutender werden.
- 72 Prozent können sich in ihrer Apotheke den Einsatz von KI für automatisierte Bestellprozesse und optimiertes Bestandsmanagement vorstellen.
- Der Konjunkturindex für die aktuelle Geschäftslage steigt im September auf 59,9 Punkte.
- Der Konjunkturindex für die erwartete Geschäftsentwicklung in den kommenden 12 Monaten sinkt im September auf 43,5 Punkte.

Über den APOkix

Der Apothekenkonjunkturindex APOkix des IFH KÖLN ist das Stimmungsbarometer im deutschen Apothekenmarkt. In den monatlichen Onlinebefragungen werden Apothekeninhaber:innen zur Einschätzung ihrer aktuellen und erwarteten Umsatzlage befragt. In monatlich wechselnden Zusatzfragen werden zudem aktuelle Marktthemen beleuchtet. Für den APOkix im September wurden im Zeitraum vom 04.09.2023 bis zum 18.09.2023 insgesamt 147 Apothekeninhaber:innen online befragt. Die APOkix-Teilnehmer:innen stammen aus dem gesamten Bundesgebiet und repräsentieren sowohl größere als auch kleinere Apotheken, wie auch Apotheken in städtischen und ländlichen Gebieten. Die Befragung beschäftigte sich im September mit der Digitalisierung und Einführung von KI in Apotheken. Der APOkix wird unterstützt von der NOWEDA eG Apothekergenossenschaft und dem Deutschen Apotheker Verlag.

Die aktuellen APOkix-Ergebnisse können [hier](#) im Shop des IFH KÖLN kostenfrei heruntergeladen werden.

Über das IFH KÖLN

Als Brancheninsider liefert das IFH KÖLN Informationen, Marktforschung und Beratung zu handelsrelevanten Fragestellungen rund um eine erfolgreiche Gestaltung der Zukunft und der Entwicklung passender Geschäftsmodelle. Das IFH KÖLN ist erster Ansprechpartner für unabhängige, fundierte Daten, Analysen und Strategien, die Unternehmen und Handelsstandorte erfolgreich und zukunftsfähig machen. Durch die Betrachtung von Märkten, Kunden und dem Wettbewerb, bietet das IFH KÖLN einen 360°-Blick für die Strategieableitung bei handelsrelevanten Themen. In maßgeschneiderten Projekten werden Kunden bei strategischen Fragen rund um Digitalstrategien, bei der Entwicklung neuer Märkte und Zielgruppen oder bei Fragen der Kanalexzellenz unterstützt. Mit der Tochtermarke ECC KÖLN ist das IFH KÖLN seit 1999 im E-Commerce aktiv und widmet sich dem Community- und Knowhow-Transfer für die Digitalisierung im Handel.

Mehr unter: www.ifhkoeln.de