

Nationalrat

03.1032

Einfache Anfrage Leutenegger Oberholzer

Vergleich der Medikamentenkosten nach Vertriebsart

Wortlaut der Einfachen Anfrage vom 21. März 2003

Der Bundesrat wird gebeten, darüber Auskunft zu erteilen, in wie weit sich der Vertriebskanal (Selbstdispensation - Apothekenvertrieb) bei den Medikamenten auf die Kostenentwicklung auswirkt.

1. Welchen Einfluss hat der Vertriebskanal insbesondere in Bezug auf

- die Menge,
- die Preise,
- die Art der abgegebenen/verschriebenen (Originalpräparate - Generika) Medikamente?

2. Ist mit Blick auf das Ziel der Kosteneinsparung einem Vertriebskanal der Vorzug zu geben?

Antwort des Bundesrates

1. Die untenstehenden Daten der IHA-IMS Health (Institut für Haushaltanalysen, Hergiswil) belegen annähernd – weil nicht sämtliche Daten erfassend – für den rezeptpflichtigen Markt ein überproportionales Wachstum des Medikamentenumsatzes im Vertriebskanal der selbstdispensierenden (SD) Ärzte, hingegen nur ein marginales im Vertriebskanal der Apotheken. Im ersteren betrug die Veränderung hinsichtlich der Menge in den Jahren 2000 bis 2002 rund 6%, im letzteren nur gerade 0,4%. Hinsichtlich des Umsatzes betrug die Veränderung im SD-Kanal in derselben Periode rund 17%, währenddem sie im Apothekenkanal nur gerade 8,5% ausmachte. Damit stieg der Umsatz im SD-Kanal bei ungefähr gleichbleibenden Preisindices im entsprechenden Warenkorb (Quelle: Bundesamt für Statistik) rund doppelt so stark wie beim Apothekenkanal.

Entwicklung des kassenzulässigen Pharmamarktes Schweiz ohne Spital

(A/B SL, Umsatzwerte in SFr., Mengen in Mio. Packungen)

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	Veränd. 97/99	Veränd. 00/02	Veränd. 97/02
Umsatz zu PP (in Mio.)									
Total	2'210.7	2'347.9	2'580.2	2'833.0	3'014.9	3'065.3	8.03%	4.02%	6.76%
		6.2%	9.9%	9.8%	6.4%	1.7%			
Ärzte	672.4	702.3	767.4	861.8	977.6	1'015.0	6.83%	8.52%	8.58%
		4.5%	9.3%	12.3%	13.4%	3.8%			
Apotheken ¹⁾	1'538.3	1'645.6	1'812.8	1'971.2	2'037.2	2'050.3	8.56%	1.99%	5.91%
		7.0%	10.2%	8.7%	3.3%	0.6%			

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	Veränd. 97/99	Veränd. 00/02	Veränd. 97/02
Umsatz zu Ex factory (in Mio.)									
Total	1'267.9	1'357.6	1'499.4	1'663.3	1'878.7	2'060.4	8.75%	11.30%	10.20%
		7.1%	10.5%	10.9%	13.0%	9.7%			
Ärzte	381.1	400.9	440.1	499.8	603.5	686.4	7.47%	17.19%	12.49%
		5.2%	9.8%	13.6%	20.7%	13.7%			
Apotheken ¹⁾	886.8	956.7	1'059.3	1'163.5	1'275.3	1'374.0	9.30%	8.67%	9.15%
		7.9%	10.7%	9.8%	9.6%	7.7%			

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	Veränd 97/99	Veränd. 00/02	Veränd. 97/02
Absatz (Mengenentwicklung)									
Total	48.4	49.8	51.8	52.6	55.0	55.1	3.42%	2.36%	2.62%
		2.9%	3.9%	1.6%	4.6%	0.2%			
Ärzte	15.8	16.0	16.5	17.0	18.7	19.2	2.08%	6.33%	3.97%
		1.2%	3.0%	3.1%	10.0%	2.8%			
Apotheken ¹⁾	32.6	33.8	35.3	35.6	36.3	35.9	4.06%	0.41%	1.94%
		3.8%	4.3%	0.8%	2.0%	-1.2%			

¹⁾ Vor Abzug des Kostenstabilisierungsbeitrags

Im Bereich des nicht-rezeptpflichtigen Marktes wuchsen die Verkäufe der SD-Ärzte seit 1995 jedes Jahr fast doppelt so stark als diejenigen der Apotheker. Daraus ist zu schliessen, dass die SD-Ärzte hinsichtlich der Medikamentenverkäufe einen immer aktiveren Part spielen. Dies dürfte u.a. darauf zurückzuführen sein, dass das Einkommen des SD-Arzt es nicht zuletzt auch von der Menge der verschriebenen und der abgegebenen Medikamente abhängt.

Mit dem Verbot der Gewährung und Annahme geldwerter Vorteile (Art. 33 HMG) sowie der strafrechtlichen Hinterlegung dieser Bestimmung und der sozialversicherungsrechtlichen Pflicht zur Weitergabe erhaltener Vergünstigungen (Art. 56 Abs. 3 i.V.m. Art. 92 Bst. d KVG) wurde per 1.1.2002 ein wirkungsvolles Instrumentarium geschaffen, um der medizinisch nicht indizierten Verschreibung und Abgabe von Medikamenten zu begegnen. Mit Einführung der leistungsorientierten Abgeltung der Apotheker per 1.7.2001 und der damit verbundenen Umstrukturierung der SL-Preise wurde die Abschaffung sowohl der preisbezogenen als auch der mengenmässigen Anreize bezweckt. Dies gelang beim Apothekenkanal nicht zuletzt auch wegen des Abschlusses des Tarifvertrages zwischen dem SAV und der santésuisse und den dort vorgesehenen Kontrollmechanismen. Während im Apothekenkanal grundsätzlich keine Anreize mehr bestehen, teurere Medikamente abzugeben, muss den umsatzsteigernden und damit falschen Anreizen im SD-Kanal im Rahmen einer konsequenten Umsetzung der vorerwähnten heilmittel- und sozialversicherungsrechtlichen (Straf-) Bestimmungen begegnet werden.

Der Generikamarkt ist im Jahr 2002 mit fast 16% im Vergleich zum Jahr 2001 stark angewachsen (Quelle: IHA-IMS Health) und wächst prozentual schneller als der Markt der Originalpräparate. Weil der Lohn der Apotheker – im Gegensatz zu jenem der SD-Ärzte – heute unabhängig von den Medikamentenpreisen festgesetzt wird, steigt der Generika-Anteil im Apothekenkanal stärker als im SD-Kanal. Diese Tendenz wurde ausserdem durch die Veränderung der Margen der Generika unterstützt.

2. Nach dem Gesagten stellt der Bundesrat fest, dass der Vertriebskanal der Apotheken mit Blick auf das Ziel der Kosteneinsparung zu bevorzugen ist. Dies vor dem Hintergrund, dass auch in der Schweiz die Gesundheit der Patienten am wirksamsten – wie dies bereits in den meisten EU-Staaten der Fall ist – durch eine konsequente Trennung von Medikamentenverschreibung und Medikamentenabgabe („4-Augenprinzip“) sicher gestellt werden kann.