

Der OTC-Markt nach Corona: Versandhandel, Direct-to-Consumer oder doch Vor-Ort Apotheke?

*Aktuelle Marktdaten und
Ergebnisse der Coop-Study 2022*

14. BVDAK-Kooperationsgipfel, 3. Mai 2022

Thomas Heil, Vice President Consumer Health, IQVIA

Nina Thiele, Med.-Wiss. Projektmanagerin, DeutschesApothekenPortal

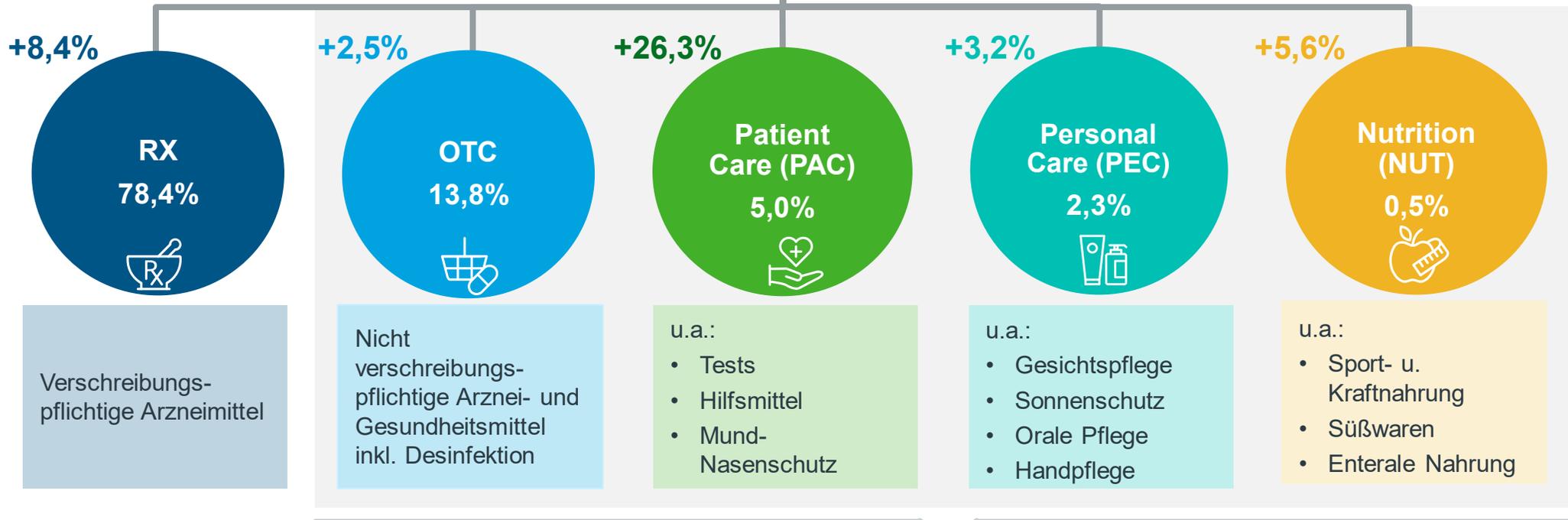
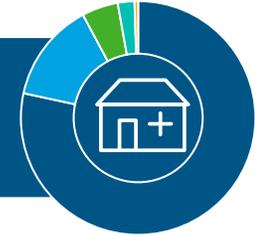
Aktuelle Marktentwicklung



Der Apotheken-Markt wächst nach Umsatz deutlich, getrieben durch die Segmente RX und Patient Care (z.B. Masken, Tests)

Apotheke Total (RX, OTC, PAC, PEC, NUT), Umsatz vs. VJ, 2021, Apotheke (Offizin+VH)

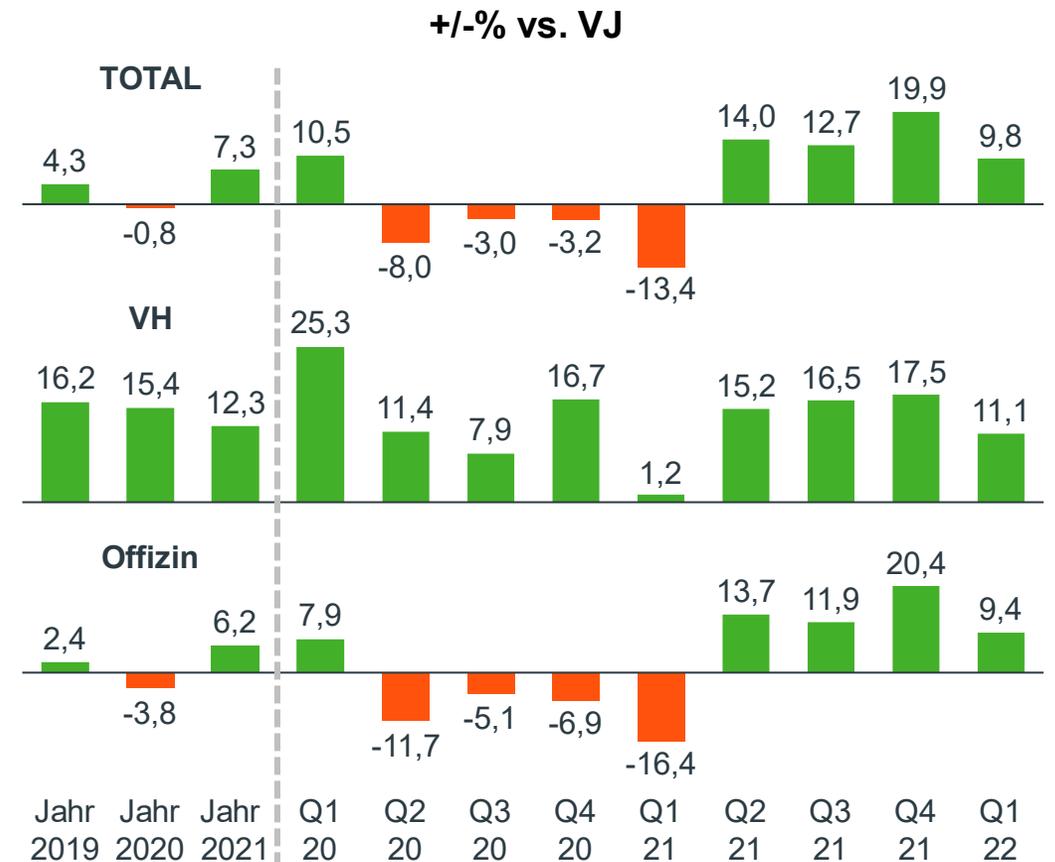
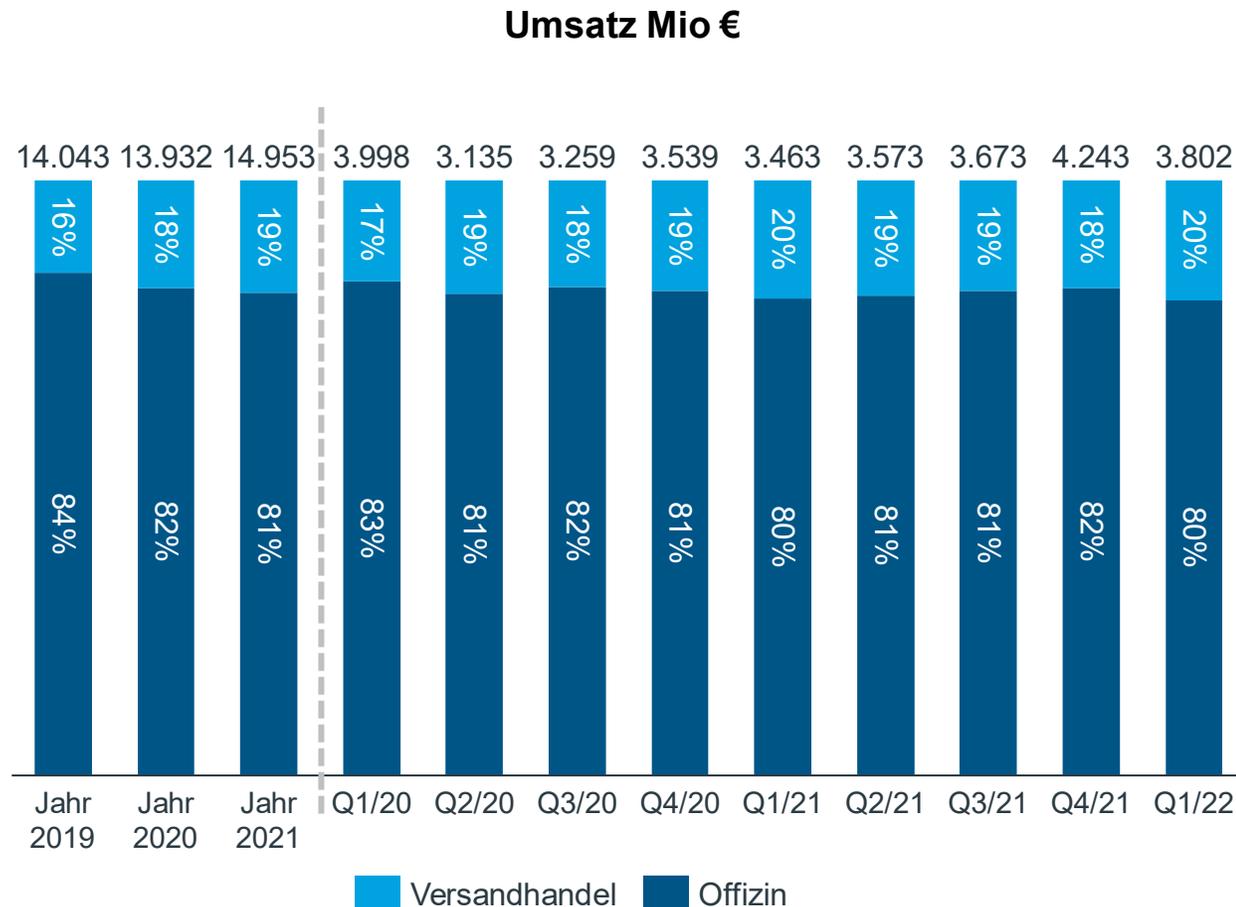
Apotheken-Markt: 69,3 Milliarden Euro +8,2%



Consumer Health +7,3%

Langfristig steigen die VH-Anteile gegenüber der Offizin, seit Q2 2021 wächst der rezeptfreie Markt gegenüber dem schwachen VJ

Consumer Health Total (OTC, PAC, PEC, NUT), Umsatz Mio. €, Apotheke (Offizin+VH)

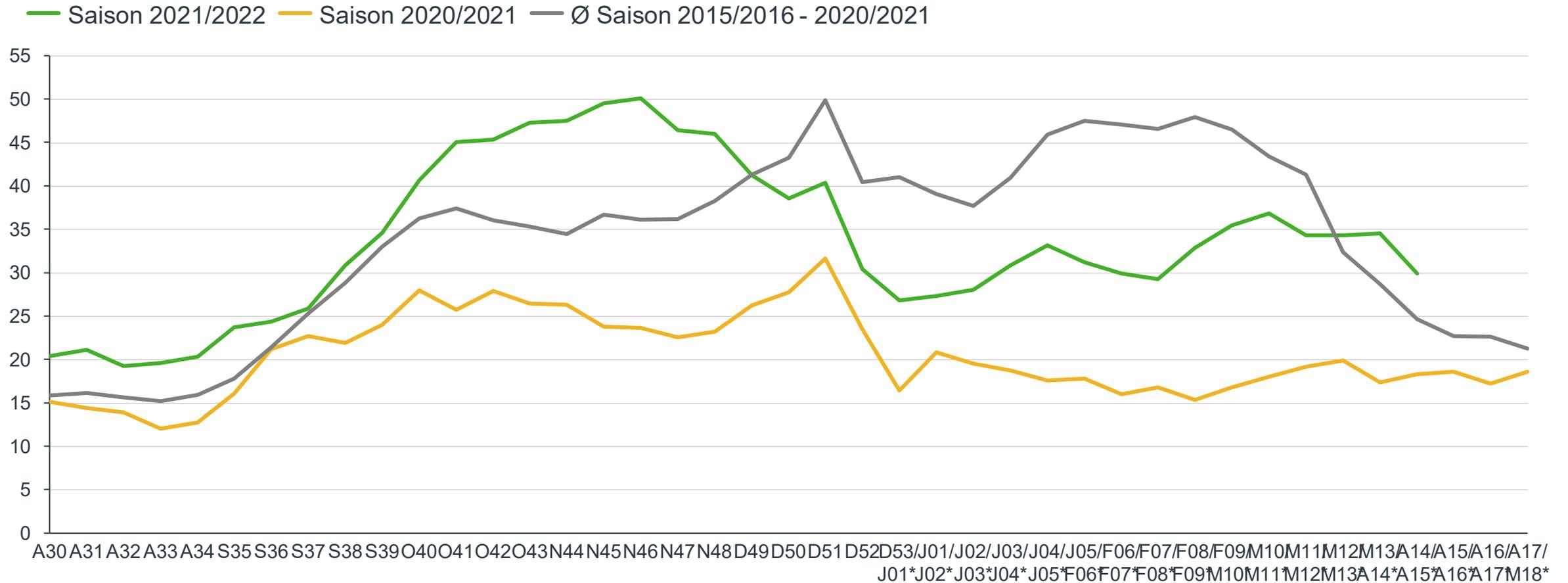


Gewinner und Verlierer

OTC und PEC Markt

Der Umsatz des Erkältungsmarktes liegt in der Saison 2021/22 wieder deutlich über der vorangegangenen Erkältungssaison

Erkältungssaison, Kalenderwochen KW 30 bis KW 18, Offizin-Apotheken, Umsatz in Mio. Euro



* Für den Vorjahresvergleich werden standardmäßig 52 Wochen herangezogen: Die Kalenderwoche 53/2020 wird mit der Kalenderwoche 1/2020 verglichen, die Kalenderwoche 1/2021 mit der Kalenderwoche 2/2020. Somit verschieben sich die Vergleichswochen für die Berechnung der Veränderungsrate für das Jahr 2021 entsprechend.

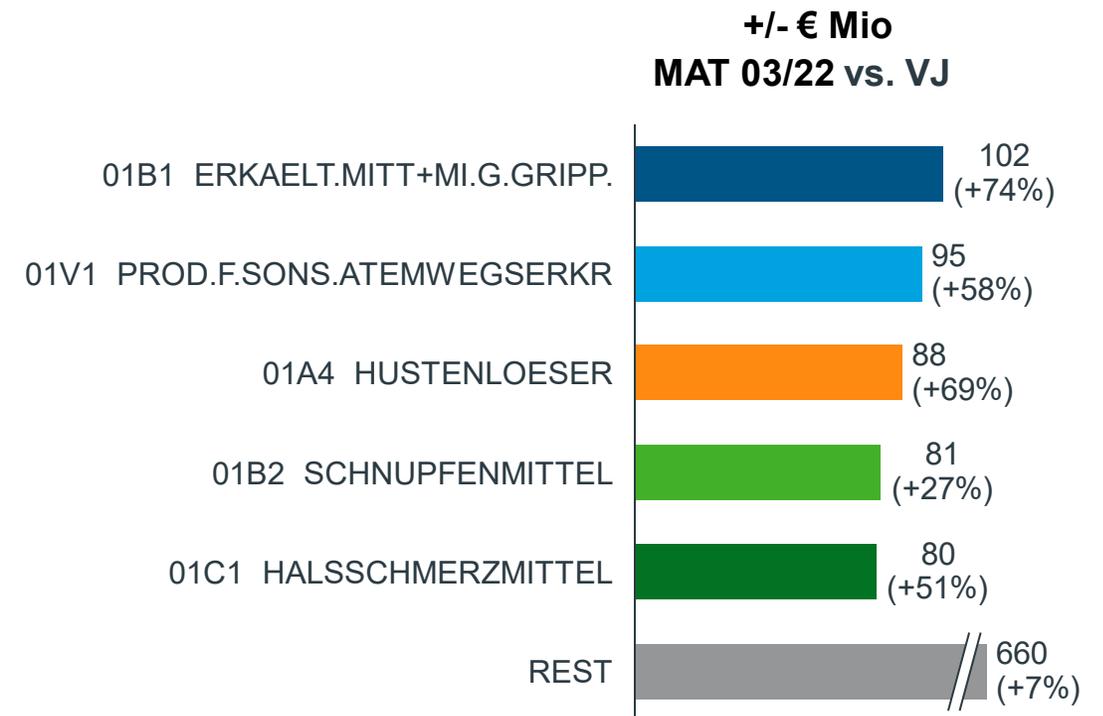
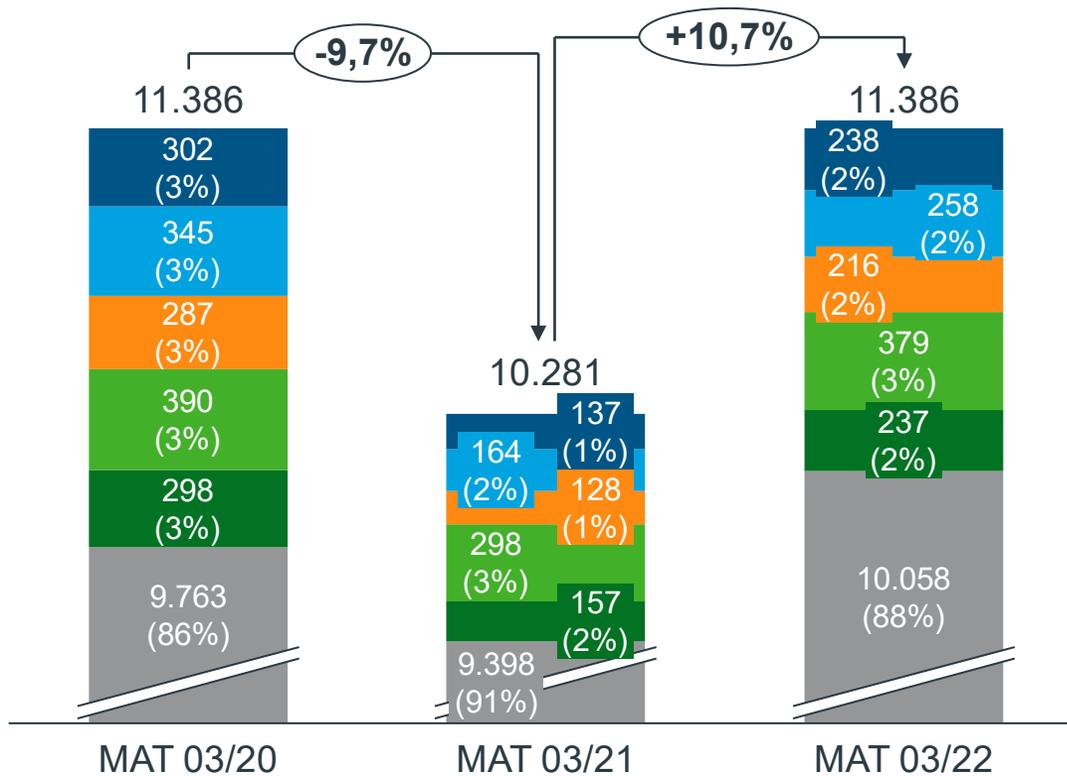
Definition des Erkältungsmarktes: OTC-Gruppen 01A, 01B, 01C, 01F, 01V, 05F (Erkältung+Immunistimulantien) in Offizin-Apotheken

Quelle: IQVIA PharmaTrend® Woche

© 2022 IQVIA Commercial GmbH & Co. OHG. All rights reserved. | 14. BVDK-Kooperationsgipfel, 3. Mai 2022

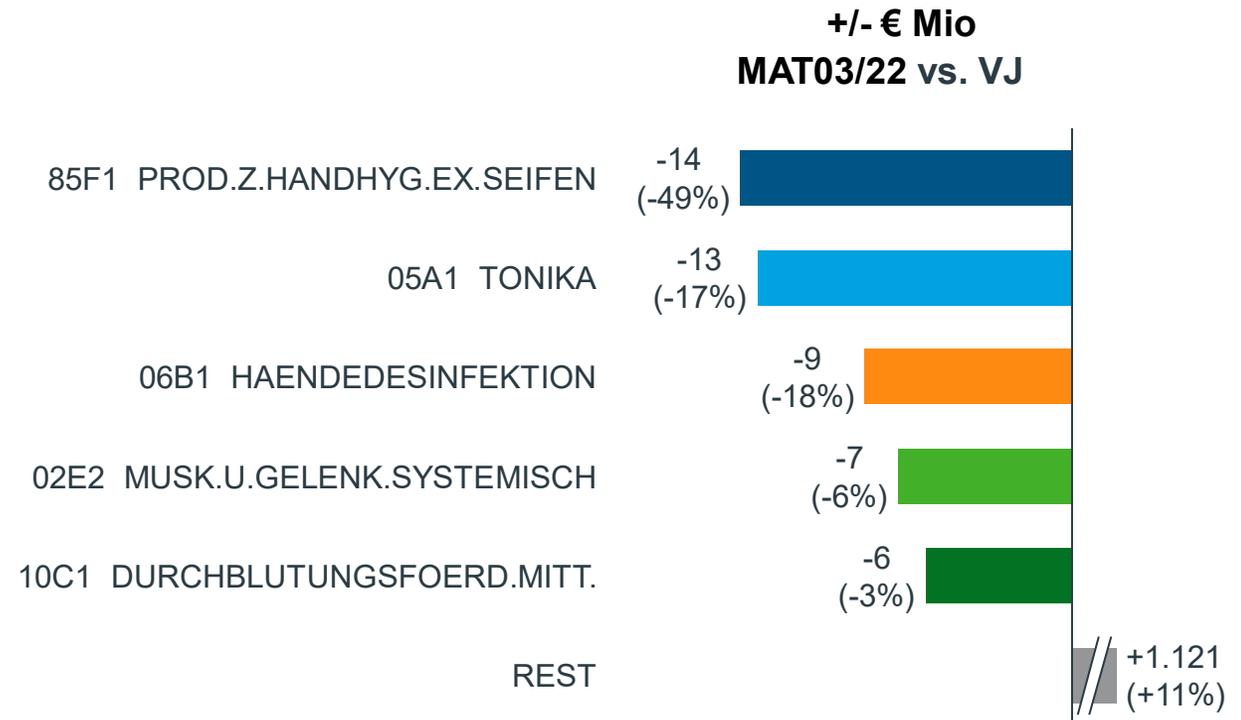
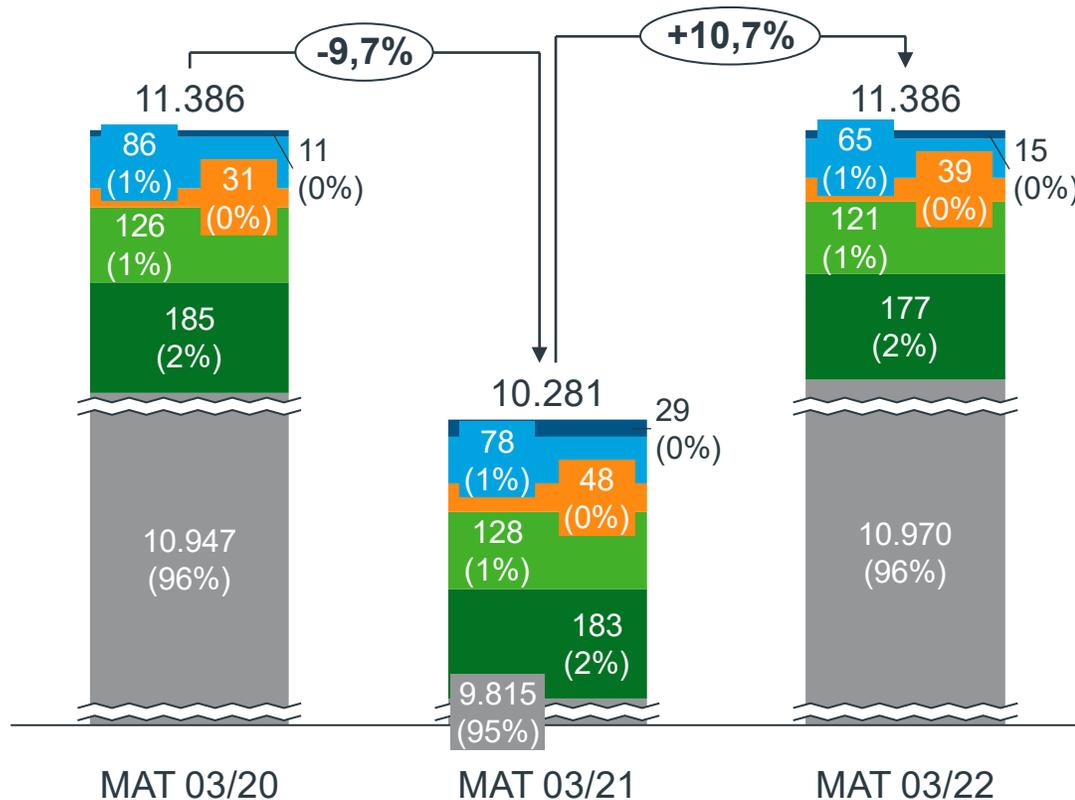
Die Erkältungs- und Schmerzkategorien verzeichnen durch den wachsenden Erkältungsmarkt ein hohes Umsatzplus

Consumer Health (OTC, PEC), Top 5 Kategorien nach Umsatzplus Mio. € vs. VJ, Offizin+VH



Kategorien zum Schutz vor COVID-19 wie Handhygiene und -desinfektion sowie Tonika sind im Vergleich zum Vorjahr gesunken

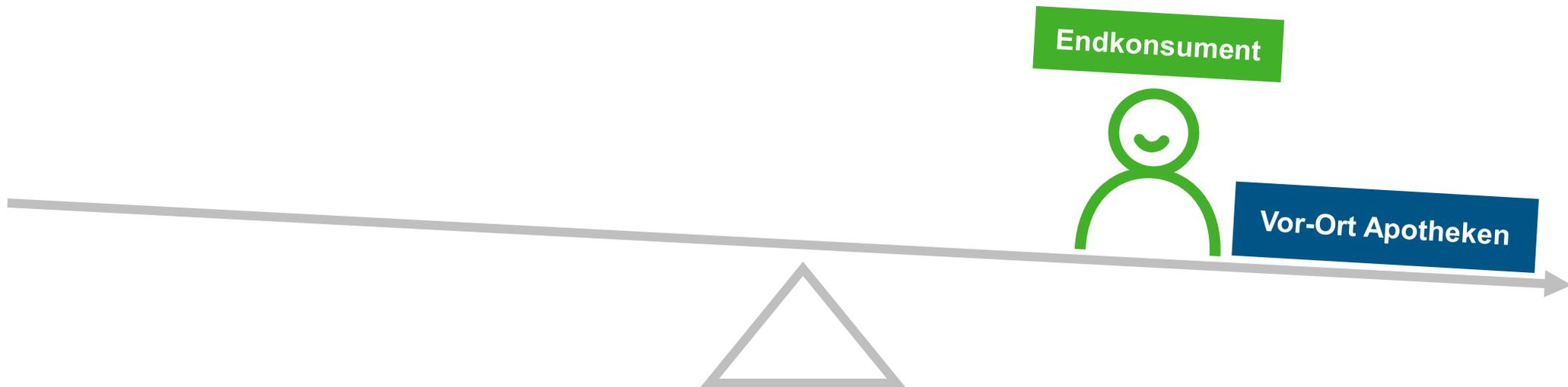
Consumer Health (OTC, PEC), Top 5 Kategorien nach Umsatzminus Mio. € vs. VJ, Offizin+VH



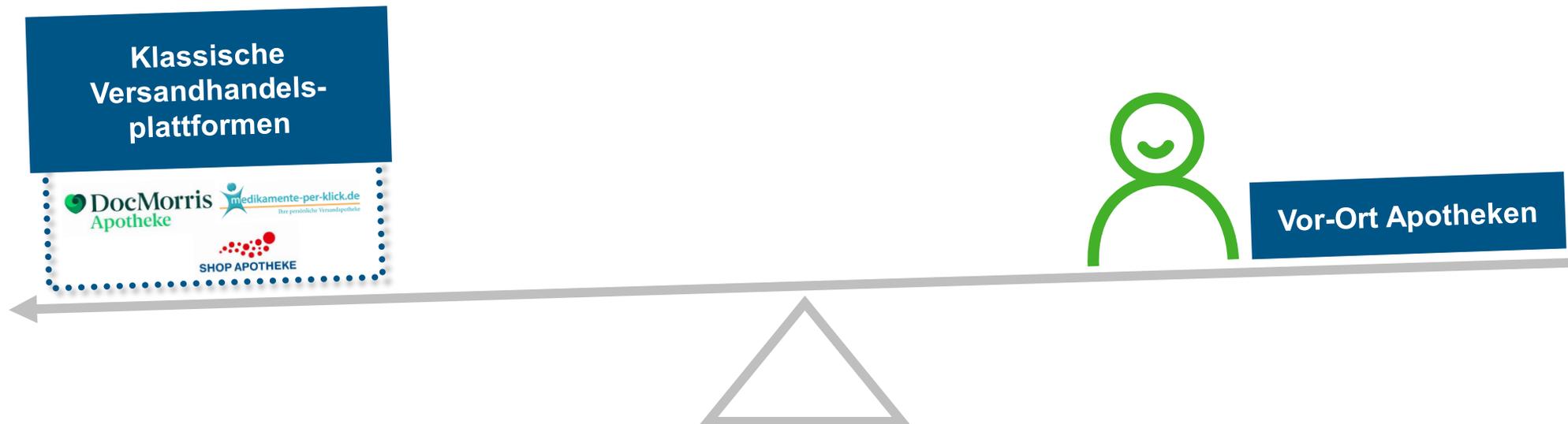
Neue Vertriebswege



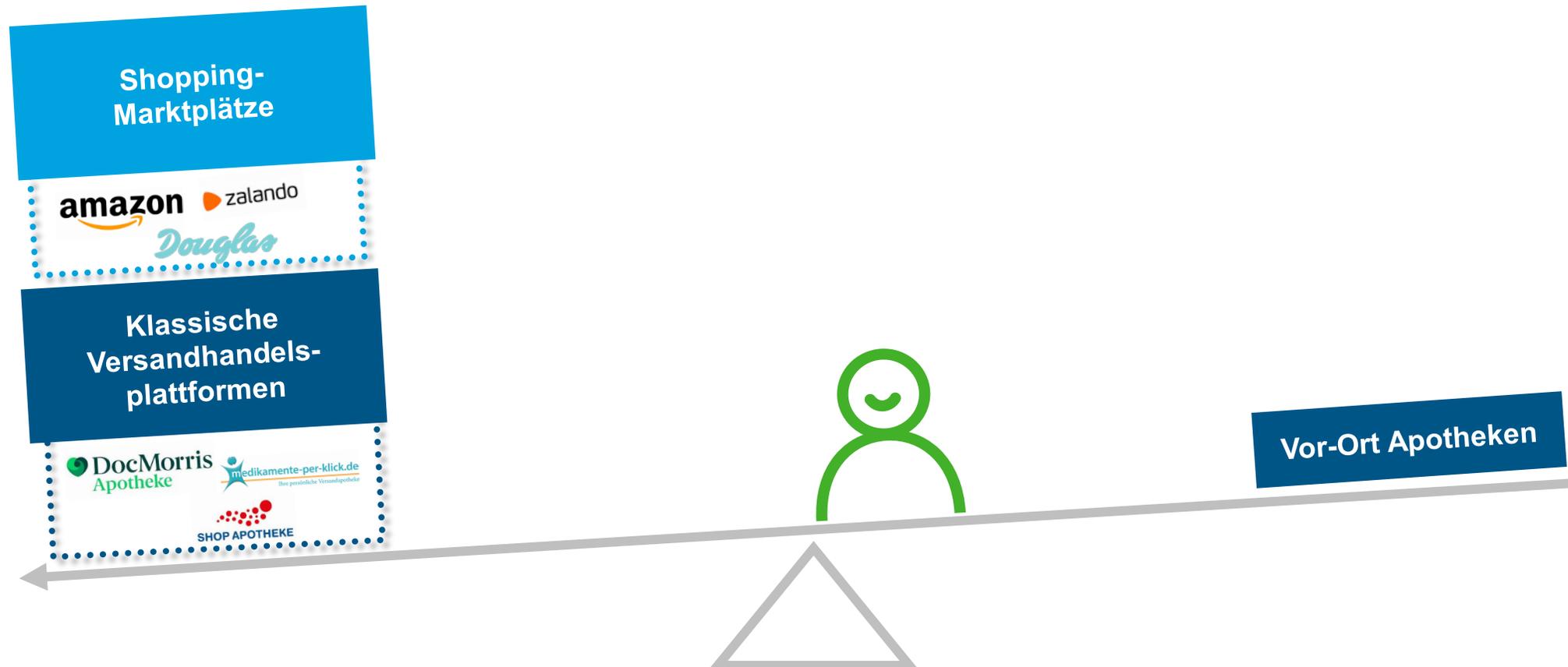
Vor Zulassung des Versandhandels waren Endkonsumenten / Patienten vollständig auf die Vor-Ort-Apotheken angewiesen



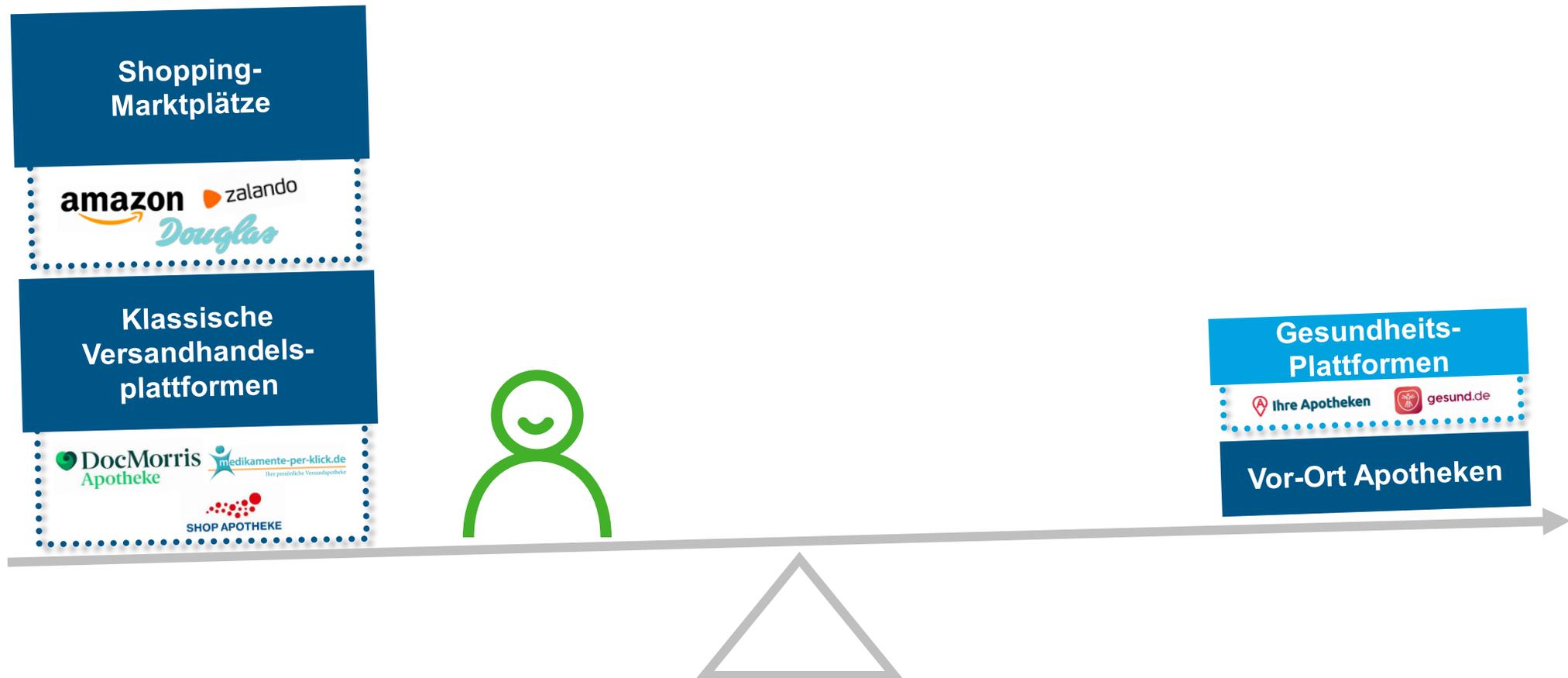
Aktuell sind Vor-Ort-Apotheken dem zunehmend starken Wettbewerb durch klassische Versandhandelsplattformen ...



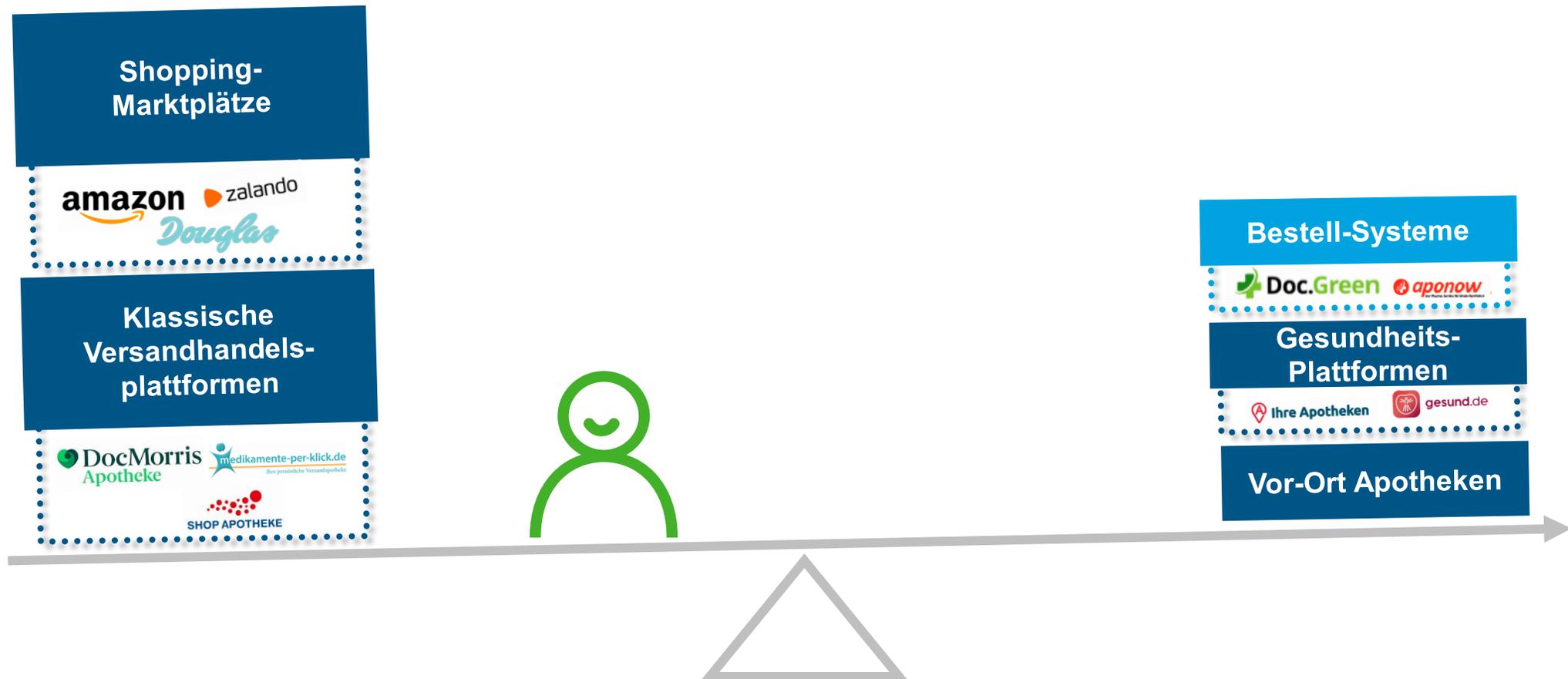
... sowie auch den Shopping-Marktplätzen großer Anbieter im Consumer Health Markt ausgesetzt



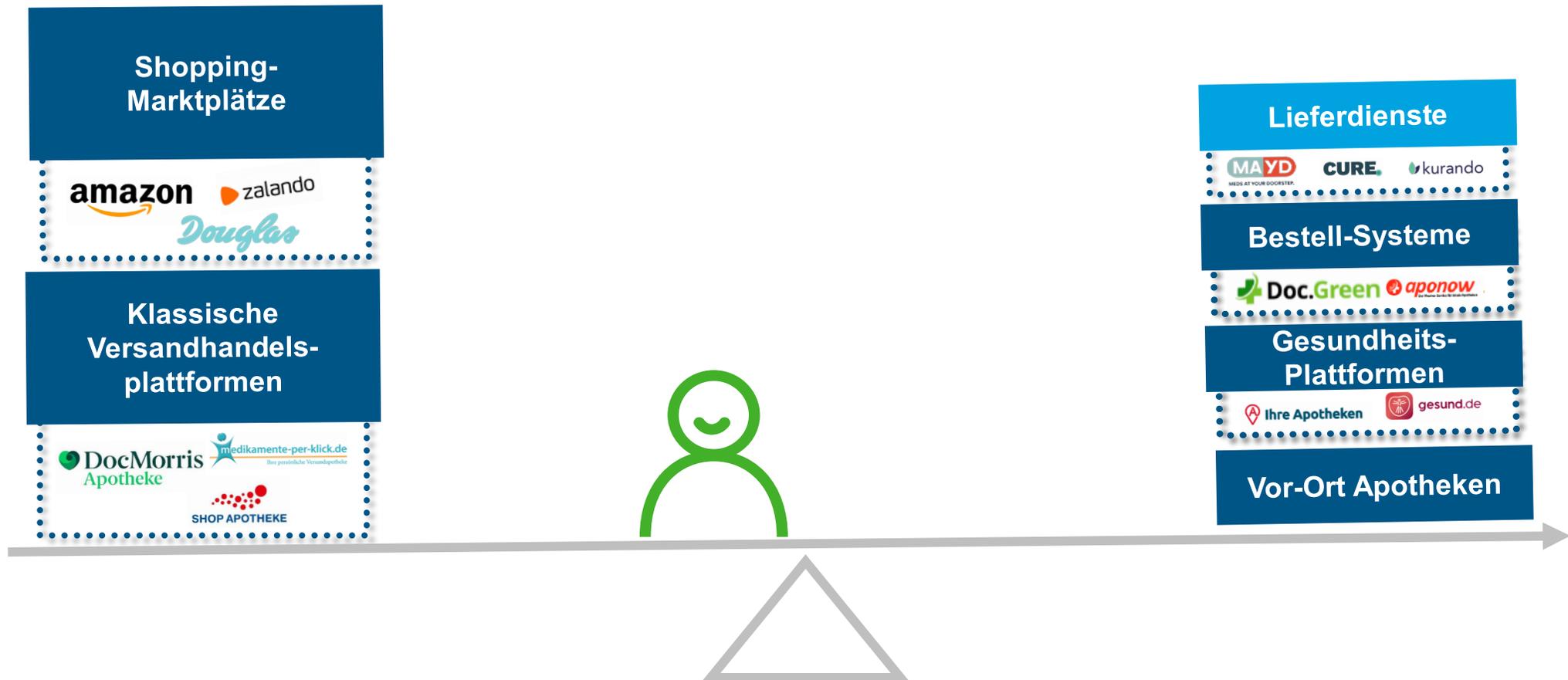
Als Gegengewicht hierzu etablieren sich Gesundheits-Plattformen, die Online-Bestellungen an die Vor-Ort-Apotheken weiterleiten, ...



... aber auch Bestell-Systeme, bei denen auf der Hersteller-Homepage bei einer Vor-Ort-Apotheke reserviert werden kann

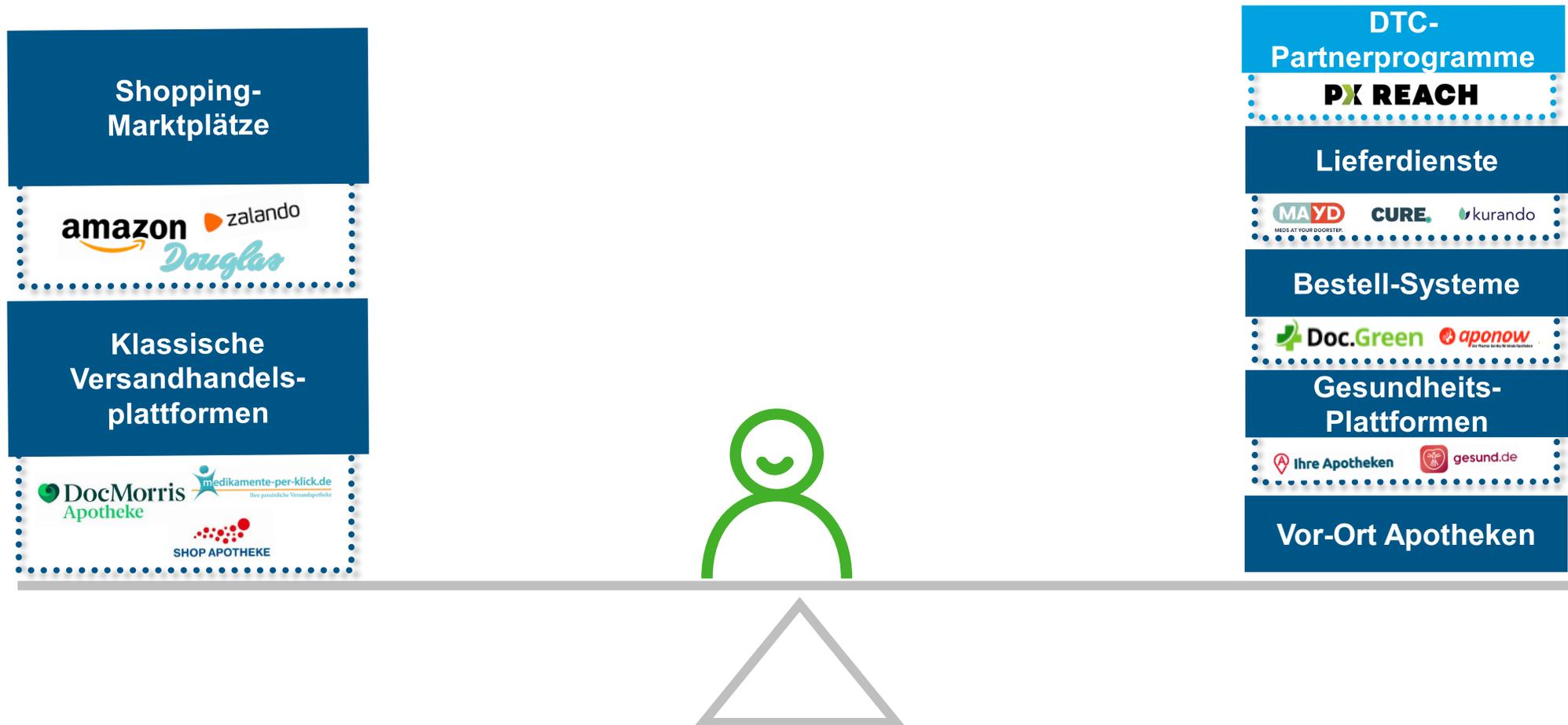


Zusätzlich drängen immer mehr Lieferdienste in den Markt, die eine (minuten)schnelle Zustellung versprechen



DTC-Partnerprogramme wie PX reach fokussieren auf die aktive Teilnahme der Apotheken an den Hersteller-Maßnahmen

Der Markt bleibt dynamisch und bietet neue Online-Bestellmöglichkeiten für Endkonsumenten



DTC-Partnerprogramme bieten Vorteile für Vor-Ort Apotheken, Industrie und Konsumenten / Patienten



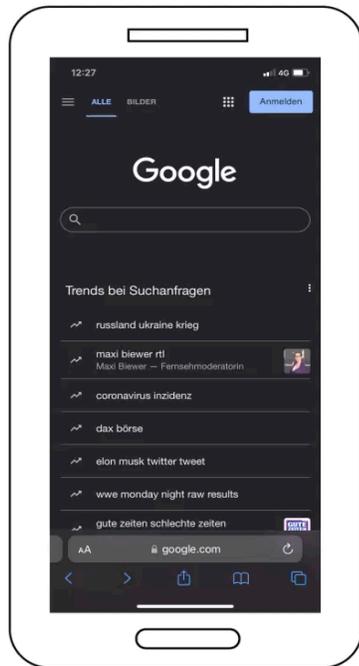
- Direkte Bestellmöglichkeit auf der Hersteller-/Marken-Website
- Hersteller-eigenes Marken-Universum und Daten-Hoheit
- Umsetzung von Hersteller-eigenen Shopper Activation-Maßnahmen, z.B. direkte Anbindung an das elektronische Couponing von Kyte-Tec
- Vom Hersteller gesteuerter DTC-Verkaufskanal mit Einbindung der Apotheke als beratende Abgabestelle vor Ort
- Aktive Teilnahme der Apotheken am Partnerprogramm
- Keine Gebühren für Apotheken

Die Consumer Experience zeigt Unterschiede hinsichtlich Schnelligkeit bei Registrierung und Bestellung von Produkten

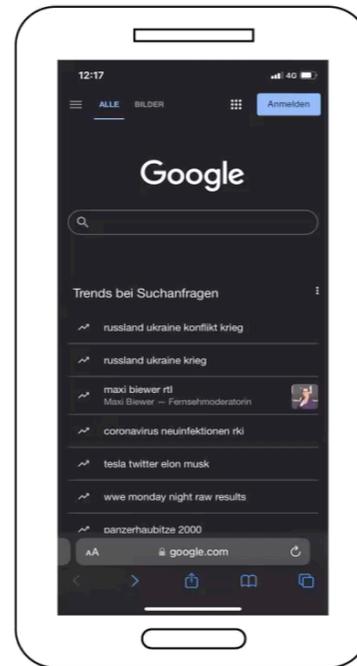


MAYD: MEDS AT YOUR...
Meds delivered in 30 minutes
★★★★☆ 1.5K

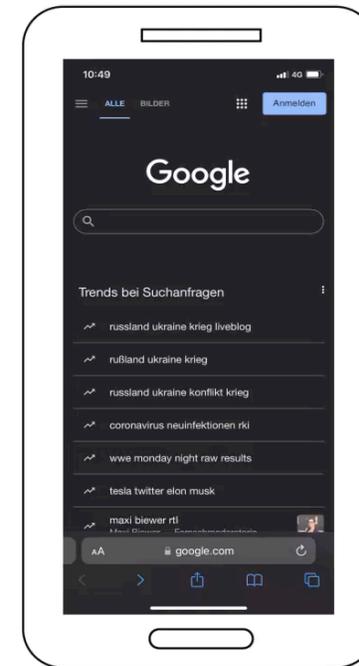
PX REACH



00:00:00



00:00:00



00:00:00

Aus Sicht von Apotheken und Industrie zeigen sich je nach Anbieter unterschiedliche Risiken, aber auch Chancen

Schlüsselfragen: Wer ist das Gesicht zum Kunden? Wie austauschbar bin ich? Wer bezahlt?



Vor-Ort Apotheken

- x Set-Up Kosten / Gebühren pro verkauftem Produkt
- x Austauschbarkeit & geringe Sichtbarkeit
- x Erhöhter Wettbewerb durch Preisvergleiche
- x Abhängigkeit vom Anbieter / Übernahme des Anbieters

- ✓ Ausbau der Online-Präsenz
- ✓ Neukundengewinnung
- ✓ Kundenbindungsprogramme
- ✓ Weniger Marketing-Ausgaben



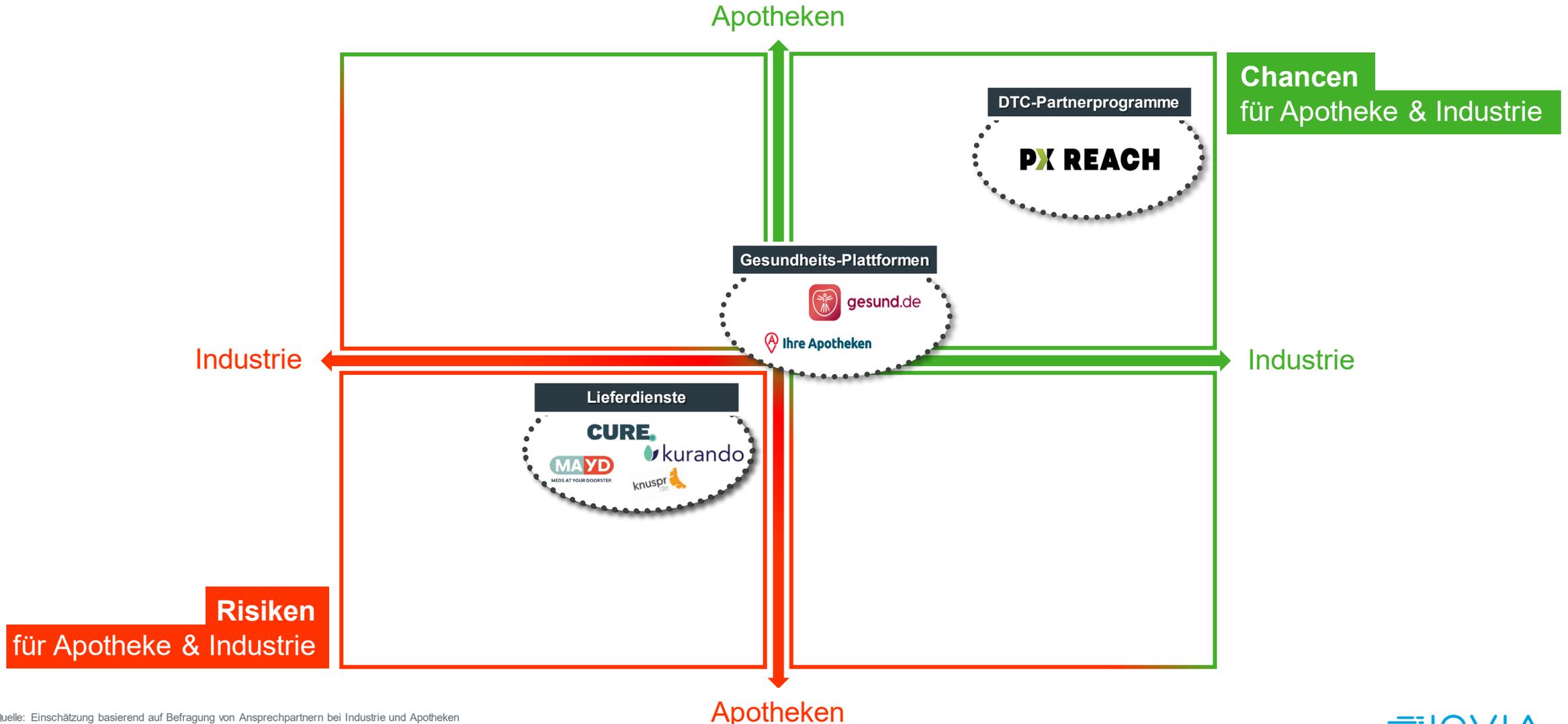
- x Steigende WKZ-Zahlungen
- x Druck auf Einkaufskonditionen
- x Konkurrenz durch Eigenmarken
- x Abhängigkeit vom Anbieter / Übernahme des Anbieters



Industrie

- ✓ Ansprache neuer Zielgruppen
- ✓ Direkter Kanal zum (Online-)Konsumenten
- ✓ Ggfls. Partnerschaft mit der Apotheke vor Ort
- ✓ Umsetzung von Online-Marketing-Aktivitäten

Die Mehrheit der Anbieter bietet keine vollständige Partnerschaft zwischen Vor-Ort Apotheken und Industrie

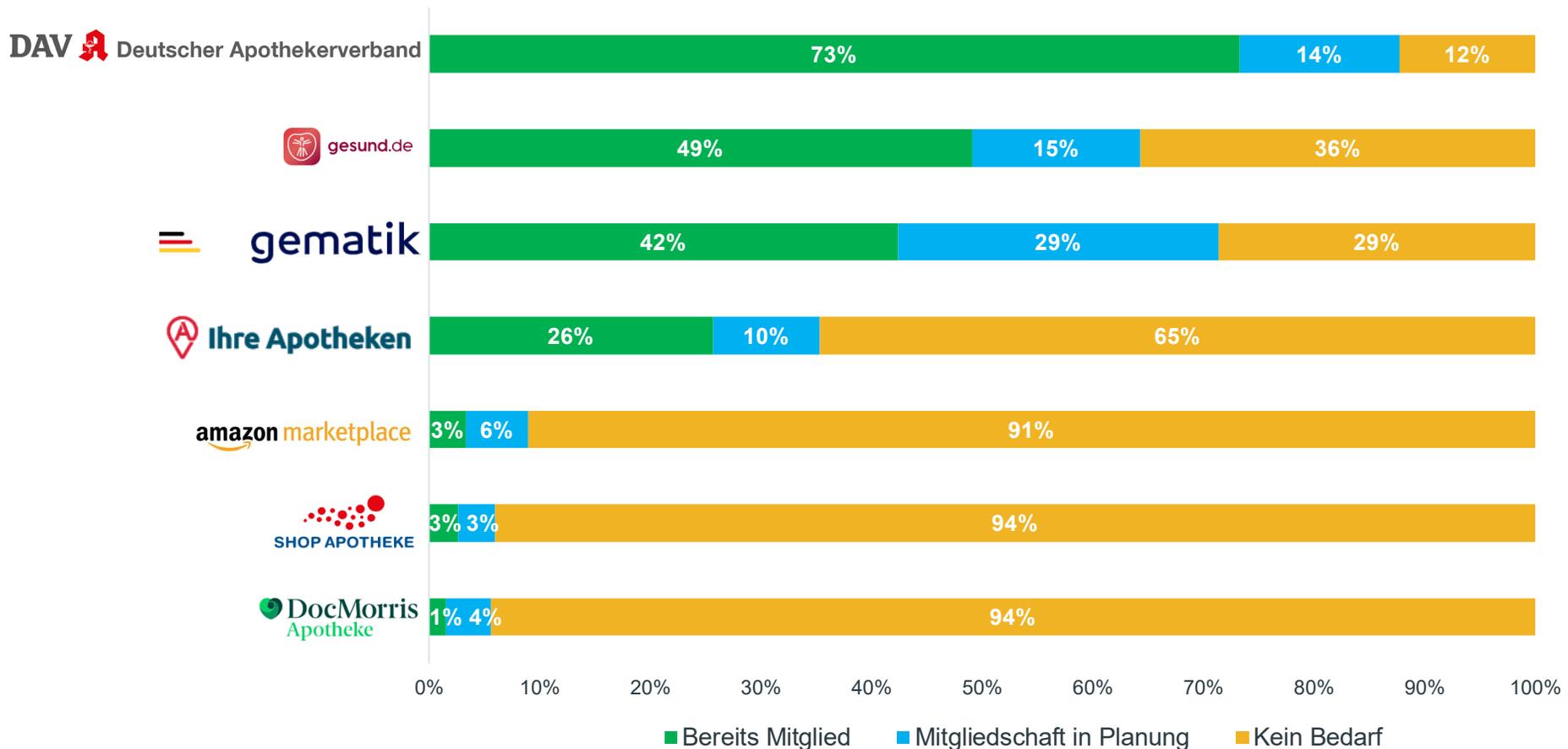


Quelle: Einschätzung basierend auf Befragung von Ansprechpartnern bei Industrie und Apotheken

© 2022 IQVIA Commercial GmbH & Co. OHG. All rights reserved. | 14. BVDK-Kooperationsgipfel, 3. Mai 2022

Drei Viertel aller Apotheken sind an die *DAV-Plattform* angeschlossen, *gesund.de* liegt vor *Ihre Apotheken*

„Bitte geben Sie an, ob Sie sich an die folgenden Plattformen bereits angeschlossen haben oder dies in den nächsten 12 Monaten planen“



Quelle: Coop-Study 2022 IQVIA / DAP

© 2022 IQVIA Commercial GmbH & Co. OHG. All rights reserved. | 14. BVDK-Kooperationsgipfel, 3. Mai 2022

Coop-Study 2022



Coop-Study 2022

Apothekenpartner aus Sicht der Apothekerinnen und Apotheker

Online-Befragung durch das DeutscheApothekenPortal



DAP

Befragungszeitraum:
28.10.21 bis 08.12.21



452
Teilnehmer*innen



Detaillierte Ergebnisse im Kooperations-Kompass 2022



Nur Apothekeninhaber/innen oder -filialleiter/innen



Auswertung und Analyse der Daten durch

IQVIA

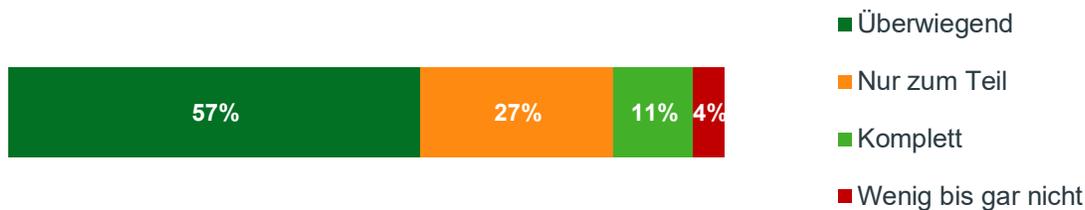
~21% aller Befragten würden anderen Apothekerinnen und Apothekern ihre aktuelle Kooperation nicht weiterempfehlen

Würden Sie Ihre aktuelle Kooperation weiterempfehlen?

79% Ja **21% Nein**



Umsetzung der Kooperationsvorgaben



Beste Marketingunterstützung Hauptkooperation*



Unterstützung der Hauptkooperation während der Corona-Pandemie*



Auftsteiger des Jahres*



VenenFachCenter
BELSANA

Rang 1 in den Kategorien:

- Pharmazeutische Kompetenz
- Schulung
- Eigenmarkenstärke

Bester Apothekenpartner in den Kategorien ...

OTC	Generika	Pflanzliche Arzneimittel	Rx	Kosmetik	„Aufsteiger“
<u>ratiopharm</u>	<u>ratiopharm</u>	 Bionorica®	<u>ratiopharm</u>	Beiersdorf	<u>ratiopharm</u>
Software/IT	Arzneimittelimporteureur	Automatenhersteller	Bankinstitut	Abrechnungszentrum	
awinta 	kohlpharma	 BD <small>Rowa® Technologies</small>		NOVENTI	



Gratulation an alle Gewinner!

Für weitere Informationen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung



Thomas Heil

Vice President Consumer Health, IQVIA

Thomas.Heil@iqvia.com



Nina Thiele,

Med.-Wiss. Projektmanagerin, DeutschesApothekenPortal

n.thiele@dap-networks.de

Vielen Dank!

© 2022, IQVIA Commercial GmbH & Co. OHG

Alle Rechte vorbehalten. Die Informationen dürfen weder ganz noch teilweise ohne vorherige ausdrückliche und gültige schriftliche Erlaubnis von IQVIA Commercial GmbH & Co. OHG vervielfältigt, gespeichert, weiterverarbeitet und in keiner Weise jeglichen Dritten zugänglich gemacht werden. Die gegebenenfalls im Zusammenhang mit Daten verwendeten Begriffe „Patient, Arzt, Arztpraxis, Verordner oder Apotheke“ bezeichnen keine personenbezogenen, sondern ausschließlich (nach einschlägigen, gültigen Datenschutzbestimmungen) anonyme Informationen. IQVIA stellt durch den Einsatz modernster Technologien und Verfahren sicher, dass seine Dienstleistungen, unabhängig davon wie die Daten untereinander verknüpft werden, den Datenschutzbestimmungen entsprechen.

© 2022, IQVIA Commercial GmbH & Co. OHG

All rights reserved. The information may not be duplicated, stored, processed further, nor be made accessible in whole or in part to any third party without prior express and valid written permission of IQVIA Commercial GmbH & Co. OHG. Terms used in connection with data/figures such as „patient“, „doctor“, „medical practice“, „prescriber“, or „pharmacy“ do not designate any personal data but exclusively anonymous information (according to applicable, valid data protection laws).

IQVIA utilizes highly sophisticated technologies and methods in order to ensure that all its Information Services meet the applicable data protection requirements, regardless of the way data are combined.