

## Arznei-Versandhandel: Status Quo

### 1. Einleitung

Der Arzneimittelversandhandel ist seit 2004 in Deutschland zugelassen. Die Verbraucher haben den Arzneiversandhandel angenommen und ihn als Teil des Arznei-Versorgungs-Systems in Deutschland akzeptiert. Vorliegende Materialsammlung gibt einen Überblick über die aktuelle Entwicklung der Branchen in Deutschland.

### 2. Der Gesundheitsmarkt in Deutschland im Zeitraum Okt. 2009 bis Sept. 2010

Verkäufe von Arzneimitteln und Nichtarzneimitteln (in Mrd. Euro)

#### 1. Verordnungsmarkt

- Rezeptpflichtige Arzneimittel: 24,7 Mrd. (+3,5%)
- Verordnete rezeptfreie Arzneimittel + Gesundheitsmittel: 1 Mrd. (-3,9%) in der Offizin Apotheke + Versandhandel

#### 2. Selbstmedikation

- Selbstmedikation mit rezeptfreien Arzneimitteln + Gesundheitsmittel in der Apotheke: 3,5 Mrd. (-1,2%)
- Selbstmedikation mit rezeptfreien Arzneimitteln + Gesundheitsmittel im Versandhandel: 0,5 Mrd. (+10,2%)
- Selbstmedikation mit freiverkäuflichen Arzneimitteln+ Gesundheitsmitteln außerhalb der Apotheke: 0,7 Mrd. (+0,6%)

Quelle: IMS Pharma Trend ®

### 3. Der Apothekenmarkt in Zahlen

- Umsatz in deutschen Apotheken 2009 Euro 40,1 Mrd.
- Davon verschreibungspflichtige Arzneimittel 81 Prozent
- Davon nicht verschreibungspflichtige Arzneimittel 19 Prozent
- Der geschätzte Umsatzanteil der Versandapotheken liegt nach eigenen Angaben der Branche aktuell bei über 10 Prozent bei rezeptfreien, davon etwa 1-2 Prozent bei rezeptpflichtigen Arzneimitteln.

### 4. Versandapotheken: Dynamisches Wachstum

- Der IMS HEALTH Versandhandels Bericht (09/2010) zeigt, dass der Versandhandelsanteils am Umsatz im OTC-Markt bei rund 10 % liegt. Der Umsatz mit rezeptfreien Arzneimitteln und Gesundheitsmitteln im Versandhandel

ist 2009 im Vergleich zu 2008 um 29 % gestiegen, wohingegen er in den stationären Apotheken rückläufig ist.

- Zum Vergleich: In der Schweiz und den USA beträgt der Marktanteil aktuell fünf beziehungsweise 20 Prozent. (Quellen: NACDS, PricewaterhouseCoopers / IMS Health)
- Schätzungsweise zwei Prozent der rund 2.700 Apotheker, die eine Zulassung zum Versandhandel beantragt haben, betreiben den Arzneimittelversand im marktanteilrelevanten Volumen und sind in der Lage > 1.000 Aussendungen am Tag zu realisieren. Einige dieser Anbieter sind auf der Website des Verbandes unter „Wir über uns“ gelistet.
- In regelmäßig durchgeführten Untersuchungen in den Preissuch- und Internetsuchmaschinen sowie bei den ebay-Zulassungen zeigen hierbei Internetaktivitäten von ca. 300-500 Apotheken. Stand Juli 2008 (Basis: IMS ad hoc Analyse Ende Juni 2008).
  - Ca 300 bei ebay registrierte Apotheken
  - 130 – 180 Apotheken sind bei Preissuchmaschinen zu finden
  - Weitere 100 Apotheken können über sonstige Suchmaschinen bzw. Internetpräsenz identifiziert werden.

## 5. Ein Blick ins Ausland: Arzneimittelversandhandel in den USA

In den USA spielt der OTC Markt im Bereich des Versandhandels kaum eine Rolle. Der Rx Bereich hingegen kommt zu einer Absatzstärke von 3922 Millionen US-\$ in 2009. Von diesen werden umgerechnet etwa 711 Millionen US-\$ über den Versandhandel erwirtschaftet.

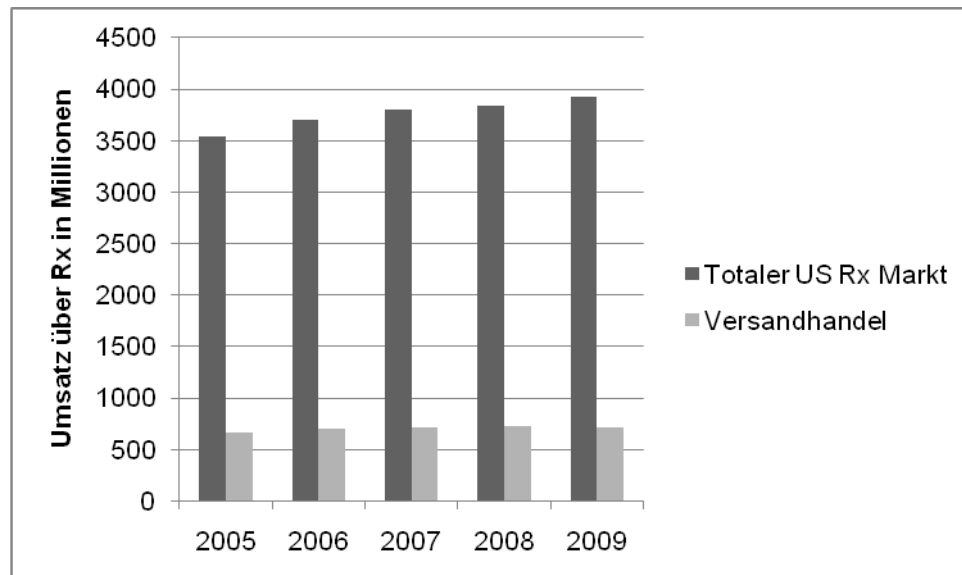


Diagramm 1: Entwicklung des Rx Gesamtmarkt und des Vertriebs über den Versandweg in den US

## 6. Versandapotheken: Mittelständische Apotheken

Die Zahlen sprechen für sich. Von den in Deutschland zugelassenen 22.500 öffentlichen Apotheken haben inzwischen über 2.677 die Zulassung als Versandapotheke beantragt und erhalten, dies sind mehr als 10 Prozent der

deutschen Apotheken. Etwa 20 davon entwickeln Strukturen mittelständischer Unternehmen, sodass man sie besser als „industrielle Apotheke“ bezeichnet.

Solche prozesskostenoptimierten, industriellen Apotheken sind öffentliche Apotheken mit:

- der behördlichen Erlaubnis zum Versand apothekenpflichtiger Arzneimittel
- einer Aussendekapazität von über 1.000 just in time Bestellungen am Tag
- einer extensiven IT- und Logistik-Infrastruktur
- einem erfahrenen Management-Team
- einem pharmazeutischen Call-Center
- hinreichender Kapitalausstattung.

Parallel hierzu sind zukunftsweisende Tendenzen feststellbar:

- Es sind Apothekenkooperationen entstanden, welche die Apothekenketten faktisch vorwegnehmen und den Markt flexibler und schneller bedienen.
- Innerhalb der Versandapotheken entstehen Spezialisten, die sich auf die Versorgung und Betreuung einzelner Patientengruppen konzentrieren (Indikationsspezifische Versandapotheken).
- Patientenbezogene Verpackung (Verblisterung) von Arzneimitteln durch Versandapotheken, industrielle Anbieter für Patienten in Wohn- und Pflegeheimen.

## **7. Entwicklung seit 2005**

Besonders deutlich wird der Anstieg der Käufer von Arzneimitteln im Internet, wenn man die Zahlen aus den Vorjahren zum Vergleich heranzieht. So wurde 2005 das Internet zum Kauf von Medikamenten von 6 Prozent der Befragten benutzt, im Jahr 2006 bereits von 11 Prozent. 2007 stieg die Zahl der Online Arzneimittelkäufer auf 18 %.

## **8. Versandhandel in Zahlen**

- Eine repräsentative Verbrauchermfrage des Forschungsinstituts TNS-Infratest ergab, dass die Deutschen im Jahr 2009 rund 15,5 Mrd. Euro im Internet für Waren ausgaben, dies ist eine Steigerung zum Vorjahr um 16 Prozent
- Während 58 Prozent der 50-59 Jährigen online einkauften, stieg der Anteil der über 60 jährigen Einkäufer auf 28 Prozent.
- 55 % der männlichen Internetnutzer und 53 % der weiblichen Internetnutzer kaufen online.

Eine Präsentation des bvh der auf den Daten der genannten Studie beruht, finden sie hier: [http://www.versandhandel.org/uploads/media/2010-02-02\\_Charts\\_bvh\\_Auftaktpressekonferenz\\_2010\\_01.pdf](http://www.versandhandel.org/uploads/media/2010-02-02_Charts_bvh_Auftaktpressekonferenz_2010_01.pdf)

## 9. Online-Kauf rezeptfreier Medikamente

Der Kauf rezeptfreier Arzneimittel hat in den vergangenen Jahren stetig zugenommen.

Fast 48 Mio. OTC-Packungen wurden laut Nielsen Mailtrack Pharma im Jahr 2008 über Versandapotheken verkauft. Das entspricht einem Anteil von mehr als fünf Prozent am gesamten Apothekenabsatz dieser Produkte. Der Umsatzanteil des Versandhandels liegt mit 7,3 Prozent (521 Mio. Euro) sogar noch höher (siehe Abbildungen 1 und 2). Diese Zahlen bestätigen die Akzeptanz und Attraktivität dieses Vertriebskanals: Denn auch in der Nielsen European OTC-Survey hatte jeder zweite Befragte angegeben, im Jahr 2008 Arzneimittel per Internet bestellt zu haben.

[http://de.nielsen.com/site/pr\\_de\\_20090428.shtml](http://de.nielsen.com/site/pr_de_20090428.shtml)

## 10. Typische Kunden

- Der überwiegende Teil der Kunden sind Menschen mit einem planbaren Arzneimittelbedarf, also chronisch Kranke.
- Laut einer Studie der Postbank kauften bereits 2004 neun Prozent der deutschen Online-Shopper ihre Arzneimittel über das Internet. Dabei sind gut verdienende Frauen und Senioren über sechzig Jahre führend.

<http://www.innovations-report.de/html/berichte/studien/bericht-38638.html>

Laut einer repräsentativen Umfrage des Marktforschungsunternehmens GfK im Auftrag des Bundesverbands Deutscher Versandapotheken setzt sich die Altersstruktur bei Versandhandelskunden wie folgt zusammen (1. Quartal 2007):

- 27 % der Käufer befinden sich in der Altersgruppe der 25- bis 49-jährigen
- 17,4 % der Käufer sind zwischen 60 und 69 Jahre
- Mehr als zwei Drittel der Internetbesteller geben pro Bestellung bis zu 50 Euro aus, jeder fünfte 51 bis 100 Euro, bei Befragten über 45 Jahren sind es sogar 25 Prozent, die einen Bestellwert von 51 bis 100 Euro erreichen. (Quellen: Analyst reports, Allensbach Institut, IPSOS)
- Als wichtigste Kaufmotivation werden von den Verbrauchern Preisvorteile, Bequemlichkeit und Anonymität genannt.
- Besonders stark nachgefragte rezeptfreie Produkte sind durchblutungsfördernde Mittel, Immunstimulantien gegen Erkältungen, sowie Muskel- und Gelenkschmerzmittel. (Quelle: IMS Health, Frankfurt, Statusbericht Versandhandel Apotheken, 2008).

## 11. Einfluss des Versandhandels auf die Entwicklung innovativer Strukturen im Gesundheitswesen

Der Arzneimittelversandhandel hat in den Apothekenmarkt neue Dynamik und Wettbewerb gebracht: Mit günstigen Preisen, Gutscheinen, Bonusmodellen und Rabattsystemen bieten Versandapotheker ihren Kunden zuvor nicht da gewesene Vorteile an. Individuelle Versorgungsverträge werden mit den gesetzlichen Krankenkassen geschlossen. Indikationsspezifische Versandapotheken

spezialisieren sich auf die kompetente just in time Versorgung chronisch kranker Patienten.

Mit der Zulassung des Arzneimittelversandhandels haben auch die traditionellen Apotheker den aufkommenden Wettbewerb erkannt und handeln danach. Im ganzen Land werden Kundenbindungssysteme entwickelt, Hausapothekenmodelle entworfen, Versicherte intensiver beraten, „Apothekentaler“, Gutscheine und Paybackpunkte verteilt. Insofern ist der Einfluss der Versandapotheken auf die traditionellen Apotheken zu Gunsten des Verbrauchers und Patienten zu begrüßen.

Ein Blick in die Schweiz zeigt die möglichen Einsparungen im Gesundheitswesen. Mit Hilfe der Versandapotheke Zur Rose, Schweiz, konnten am Arzneimittelmarkt 13 Mio. Euro eingespart werden. Im weitaus größeren deutschen Markt ist das Potential um ein Vielfaches höher.

## **12. Arznei-Versandhandel: Risiken und Chancen für den Apotheker**

Die erforderlichen Voraussetzungen für den wirtschaftlich sinnvollen Betrieb einer so genannten industriellen Apotheke sind für viele Apotheker eine große Hürde. Will man aber im größeren Volumen tätig sein, sind beispielsweise zwingend große Logistikflächen, ein großer Mitarbeiterstab sowie ein über den klassischen Apothekenbetrieb hinaus gehendes notwendiges Know-how nötig. Das wiederum erfordert Investitionen und Engagement, die nicht jeder Apotheker resp. Marktteilnehmer erbringen kann oder möchte.

Das Risiko liegt vor allem darin, keinen ausreichenden Marktanteil zu gewinnen, um die hohen Investitionen, die bei mehreren Millionen Euro liegen, wieder einzunehmen.

Auf der anderen Seite ist das wesentliche Strukturelement einer Versandapotheke zugleich ihr Vorteil: aus einer einzigen Versandeinheit können große Kundengruppen mit Arzneimitteln versorgt und hierüber Skaleneffekte realisiert werden. Während das Einzugsgebiet einer lokalen Apotheke über ca. 3.500 potenzielle Käufer verfügt, hat die Versandapotheke potenziell ein bundesweites Einzugsgebiet von 82 Millionen Menschen und darüber hinaus Möglichkeiten europaweit im Rahmen gesetzlicher Beschränkungen aktiv zu werden.

## **13. Arzneimittelsicherheit bei deutschen Versandapotheken – die Diskussion über Arzneimittelfälschungen**

Das Risiko der Arzneimittelfälschungen bei zugelassenen deutschen Versandapotheken ist keinesfalls höher als in der traditionellen Vor-Ort-Apotheke: Zugelassene, deutsche Versandapotheken sind Apotheken, die eine gesonderte Versanderlaubnis nach § 11a Apothekengesetz beantragt und erhalten haben. Daher unterliegen sie den gleichen rechtlichen Anforderungen und Kontrollmechanismen wie traditionelle Apotheken. Ihre Aufgaben sind: die qualitative, quantitative und wohnortnahe Arzneimittelversorgung der Bevölkerung, das Vorhalten eines Vollsortiments und eines Notfalldepot, die Beteiligung am Nacht- und Notdienst sowie pharmazeutische Beratung und Betreuung ihrer Kunden.

Versandapotheken sind stets vollwertige Vor-Ort-Apotheken mit einer Versandhandelserlaubnis.

#### **14. Gefahren des unregulierten Arzneimittelvertriebs über das Internet**

Ungeachtet der positiven Entwicklung im Inland entwickelt sich neben den gesicherten deutschen Versorgungsstrukturen ein paralleler Arzneimittelmarkt durch ausländische Arzneimittelhändler unterschiedlichster Qualität. Diese senden grenzüberschreitend Arzneimittel an deutsche Endverbraucher, ohne dass diese Aktivitäten durch deutsche Aufsichtsbehörden kontrolliert und ggf. sanktioniert werden könnten. Bei diesen Anbietern besteht die Gefahr, Arzneimittelfälschungen, Arzneimittel ohne Rezept oder nicht zugelassene Arzneimittel zu erhalten.

Anhand der Internetpräsenz kann der Verbraucher die Seriosität des Anbieters feststellen: Seriöse Anbieter geben im Impressum die volle Postanschrift, den Namen des verantwortlichen Apothekers, die zuständige Aufsichtsbehörde sowie die zuständige Apothekerkammer an. Fehlen diese Angaben, sollte der Verbraucher dort keine Medikamente beziehen.

#### **Quellen:**

Bundesverband Deutscher Versandapotheken (BVDVA, [www.bvdva.de](http://www.bvdva.de))

Information Management System (IMS Health, [www.imshealth.de](http://www.imshealth.de))

National Association of Chain Drug Stores (NACDS, <http://www.nacds.org>)

PricewaterhouseCoopers (PwC, <http://www.pwc.de>)

Bundesverband des Deutschen Versandhandels (bvh, <http://www.versandhandel.org>)

The Nielsen Company (<http://de.nielsen.com>)

Deutsche Postbank AG (<http://www.postbank.de>)

Allensbach Institut (<http://www.ifd-allensbach.de>)

IPSOS (<http://www.ipsos.de>)

Kerstin Kilian, Januar 11