



# Der Anteil des Versandhandels am Apothekenmarkt


Ralf Voigt

Versandapotheken  
Status Quo und Ausblick



# Versandapotheken: Status Quo und Ausblick

## Der Anteil des Versandhandels am Apothekenmarkt

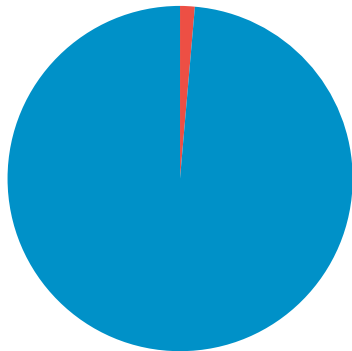
- 
- Heutige Bedeutung des Versandhandels
    - Aktuelle Trends und Marktentwicklungen
    - Zukunftserwartungen

# Was genau meinen wir, wenn wir von „Versandhandel“ sprechen

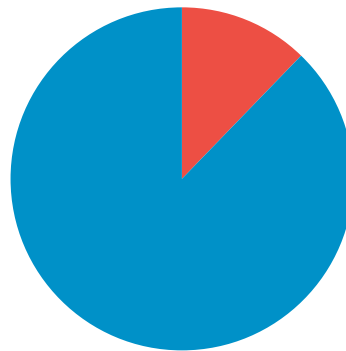
- Verkauf und Versand von Produkten mit einer PZN durch eine zugelassene Versandapotheke
  - Käufer ist in Deutschland
  - Käufer ist Endverbraucher (kauft Haushaltsmengen)
  - Käufer hat über Internet, Telefon, Brief, E-Mail oder Fax bestellt und der Verkauf wurde über ein VH System abgewickelt sowie über einen „Logistiker“ versendet
- ❖ Vorbestellung über Internet mit Abholung bzw. direkte Auslieferung von Apotheken vor Ort („Apothekenlieferservice“) zählen nicht als VH

# Die strategische Option „Versandhandel“ nutzen rund 1.800 von 21.500 Apotheken

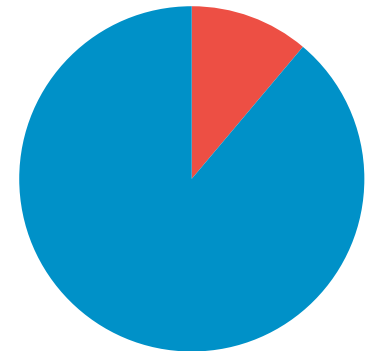
ca. 1.800 Apotheken haben eine VH-Genehmigung (Offizin überwiegt i.d.R.)



Bei ca. 27 großen  
VH-Apotheken  
überwiegt  
Versandhandel



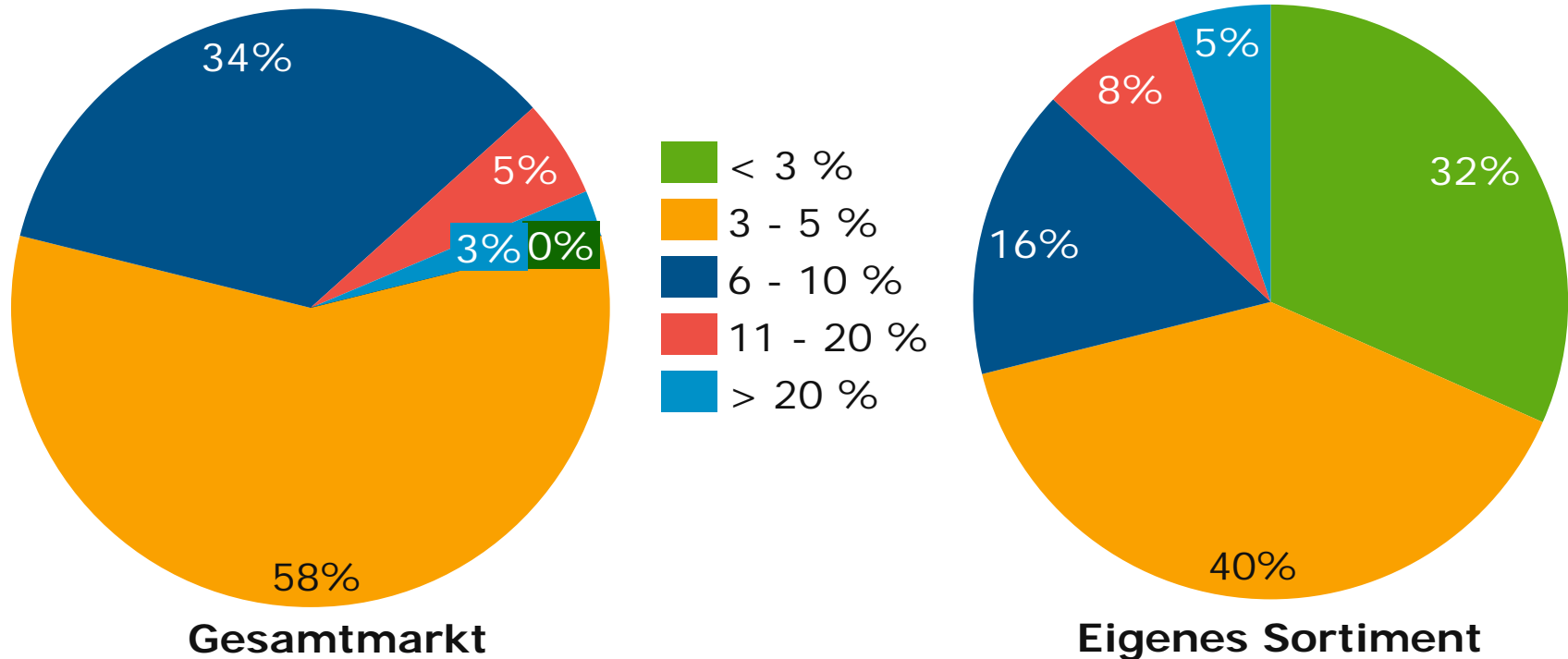
Ca. 230 - 280  
Apotheken nutzen  
aktiv die  
Preisvergleichsseiten



Ca. 250 Apotheken  
haben eine  
Zulassung bei ebay

# Die Mehrheit der OTC-Manager schätzt den VH-Anteil auf 3-5% - beim eigenen Sortiment tendenziell weniger

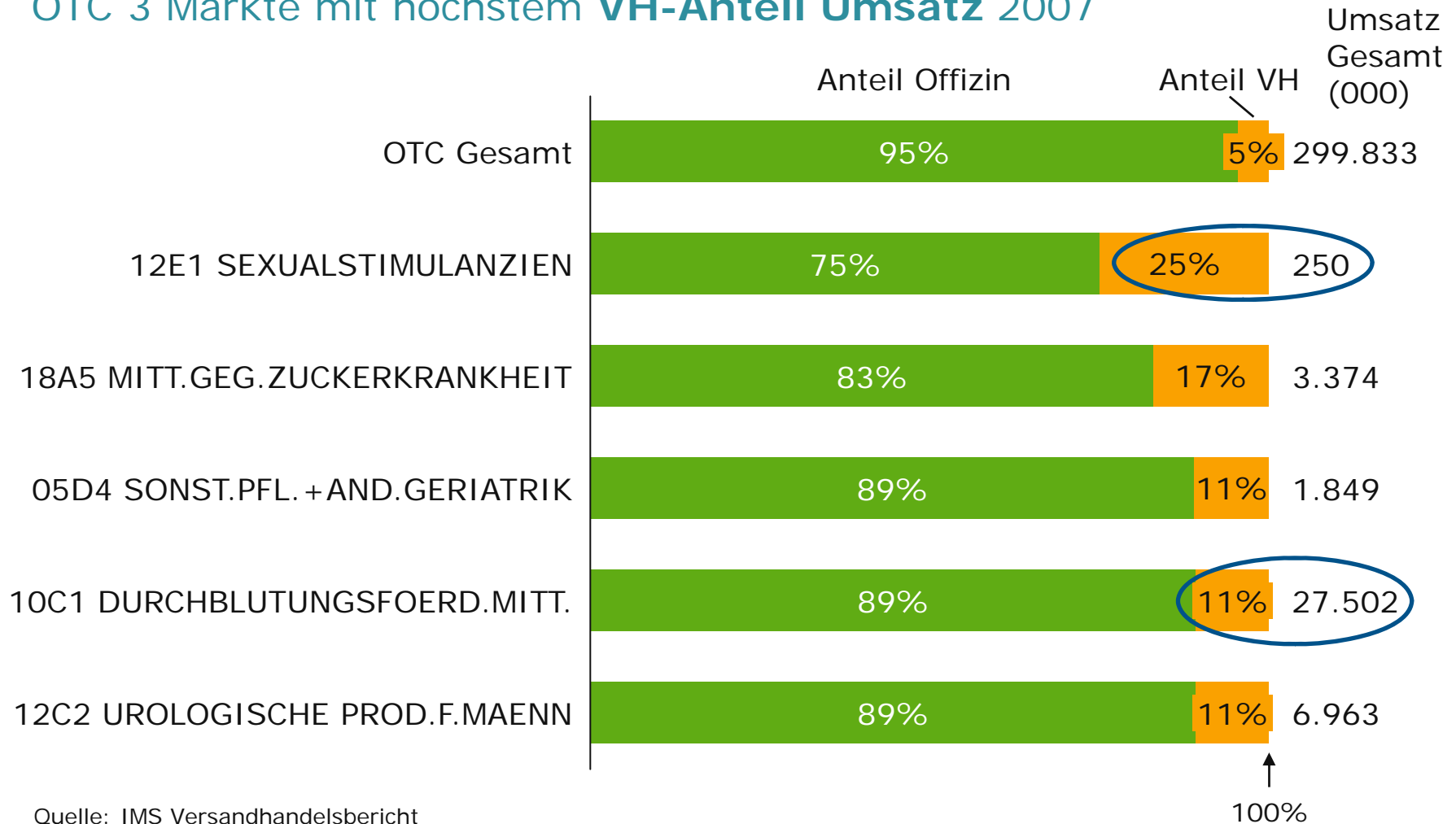
Welcher Absatzanteil des Apothekengeschäftes rezeptfreier Produkte in Deutschland entfällt Ihrer Einschätzung nach mittlerweile auf den Apothekenversandhandel?



Quelle: Kundenbefragung IMS Health, September 2007, n = 38

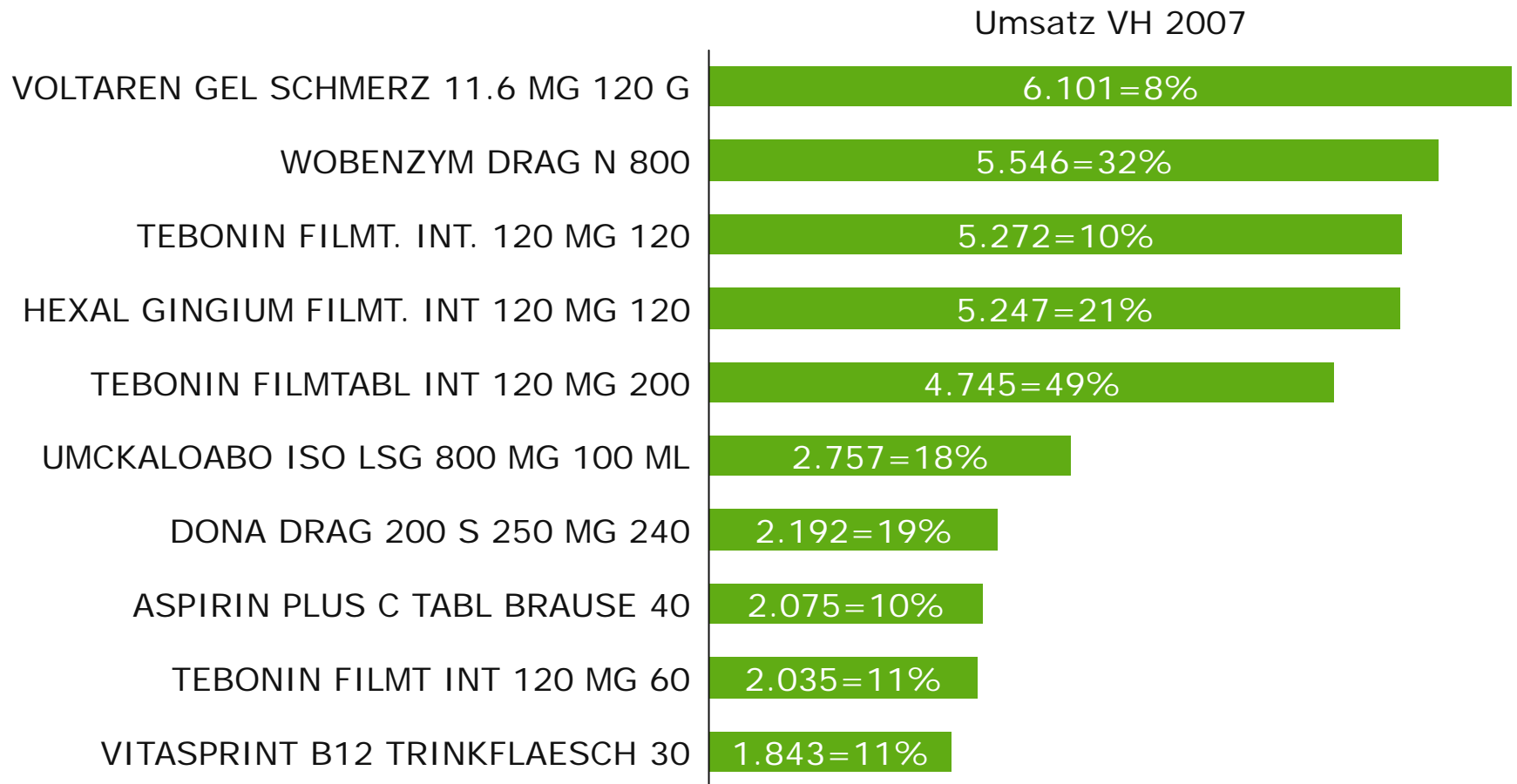
# Bei einigen Warengruppen beträgt der VH-Anteil bis zu 25%

## OTC 3 Märkte mit höchstem VH-Anteil Umsatz 2007



# Handelsformen mit absolut großem VH-Umsatz haben vielfach auch einen hohen VH-Anteil

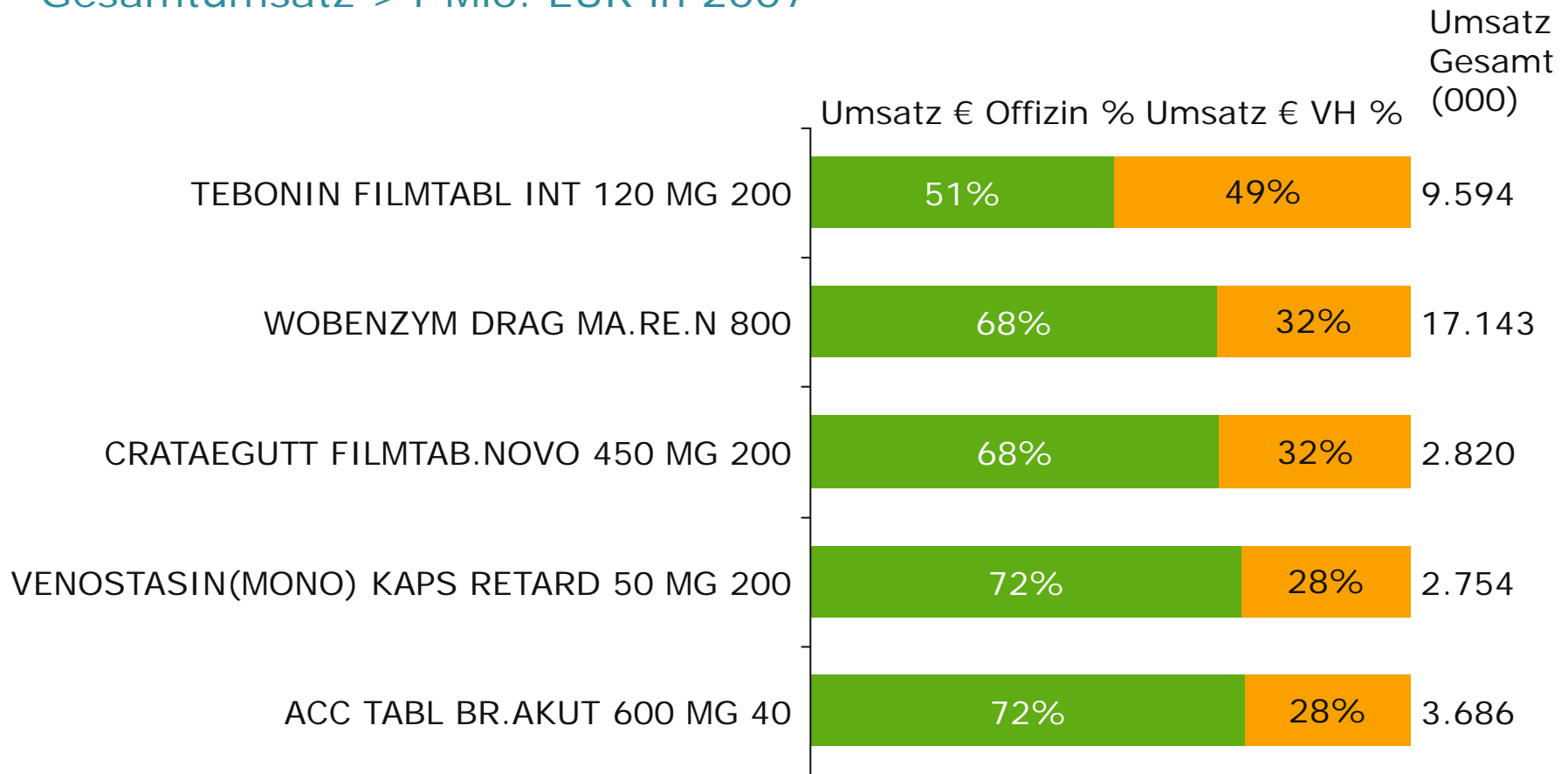
## Top 10 Handelsformen Umsatz VH 2007 in 000 EUR



Quelle: IMS Versandhandelsbericht

# Für eine Vielzahl umsatzstarker Handelsformen ist der Versandhandel von zentraler Bedeutung

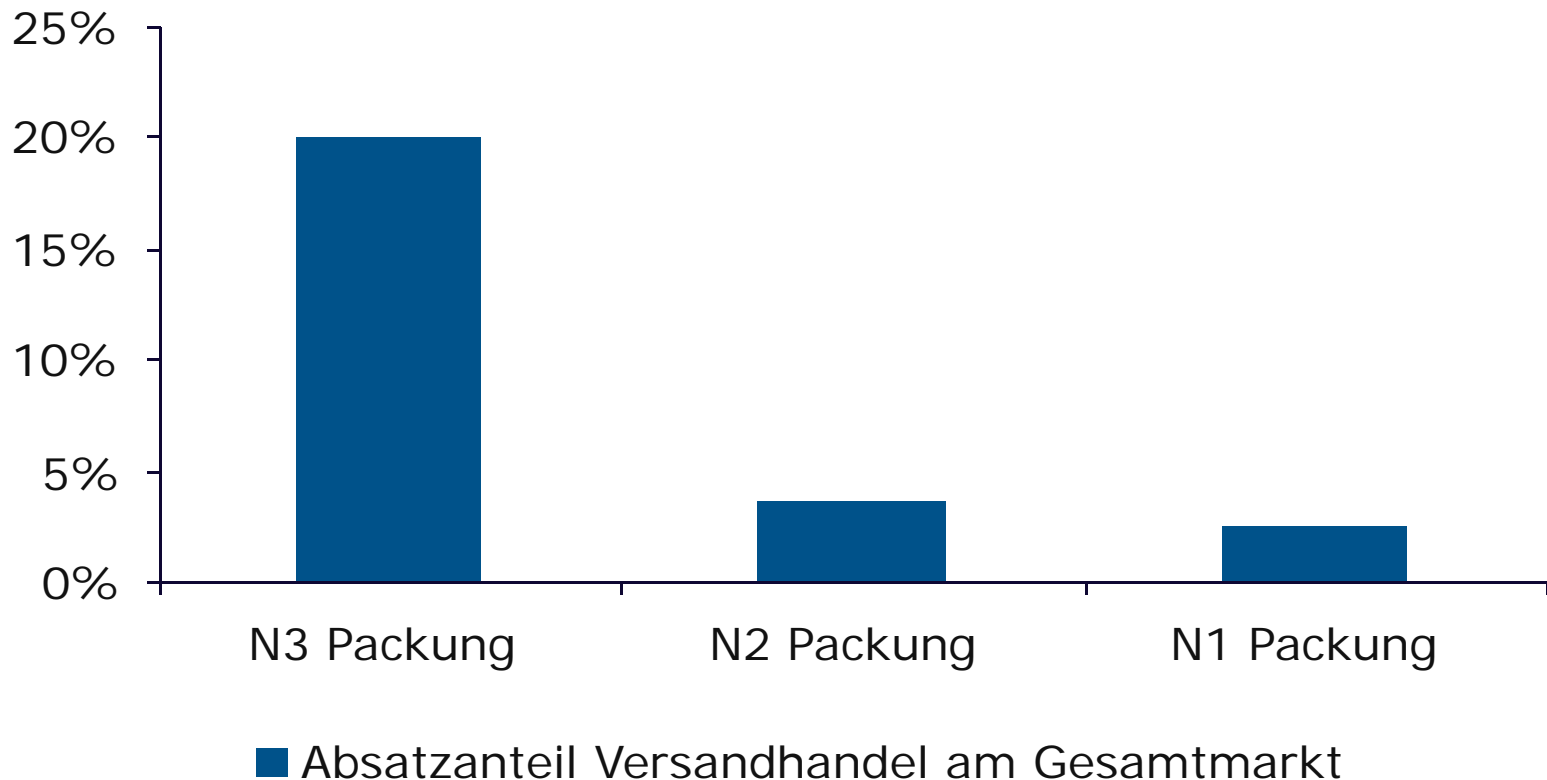
5 Handelsformen mit höchstem **VH-Anteil** Umsatz und einem Gesamtumsatz >1 Mio. EUR in 2007



Quelle: IMS Versandhandelsbericht

# Großpackungen sind besonders attraktiv für den Versandhandel

Reales Beispiel eines der meistverkauften OTC-Arzneimittel: ca. 20% aller verkauften N3-Packungen liefert der Versandhandel



Quelle: IMS Versandhandelsbericht

# Renner-Produkte auf Preisvergleichsseiten sind meistens bekannte Marken

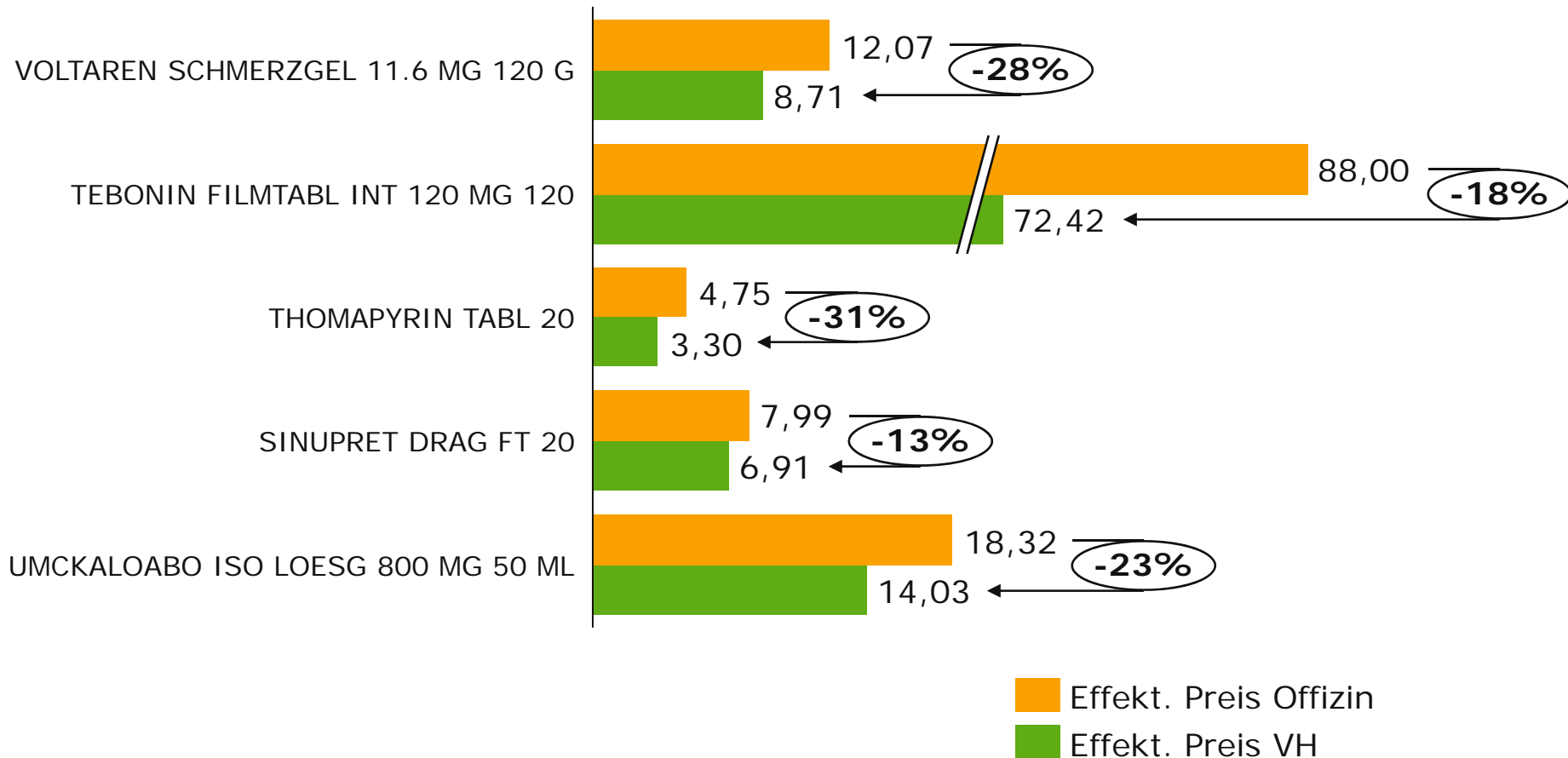
- Wobenzym Drag MA. RE N 800
- Umckaloabo 100ml
- Voltaren Schmerzgel 120g
- Tebonin intens 120 mg



Quelle: Renner Produkte auf [www.medipreis.de](http://www.medipreis.de)

# Die Preise im Versandhandel liegen 20% - 30% unter den Preisen im Offizin Geschäft

Preise VH+Offizin in Q4, Top HF Basis Umsatz Offizin+VH Q4 2007



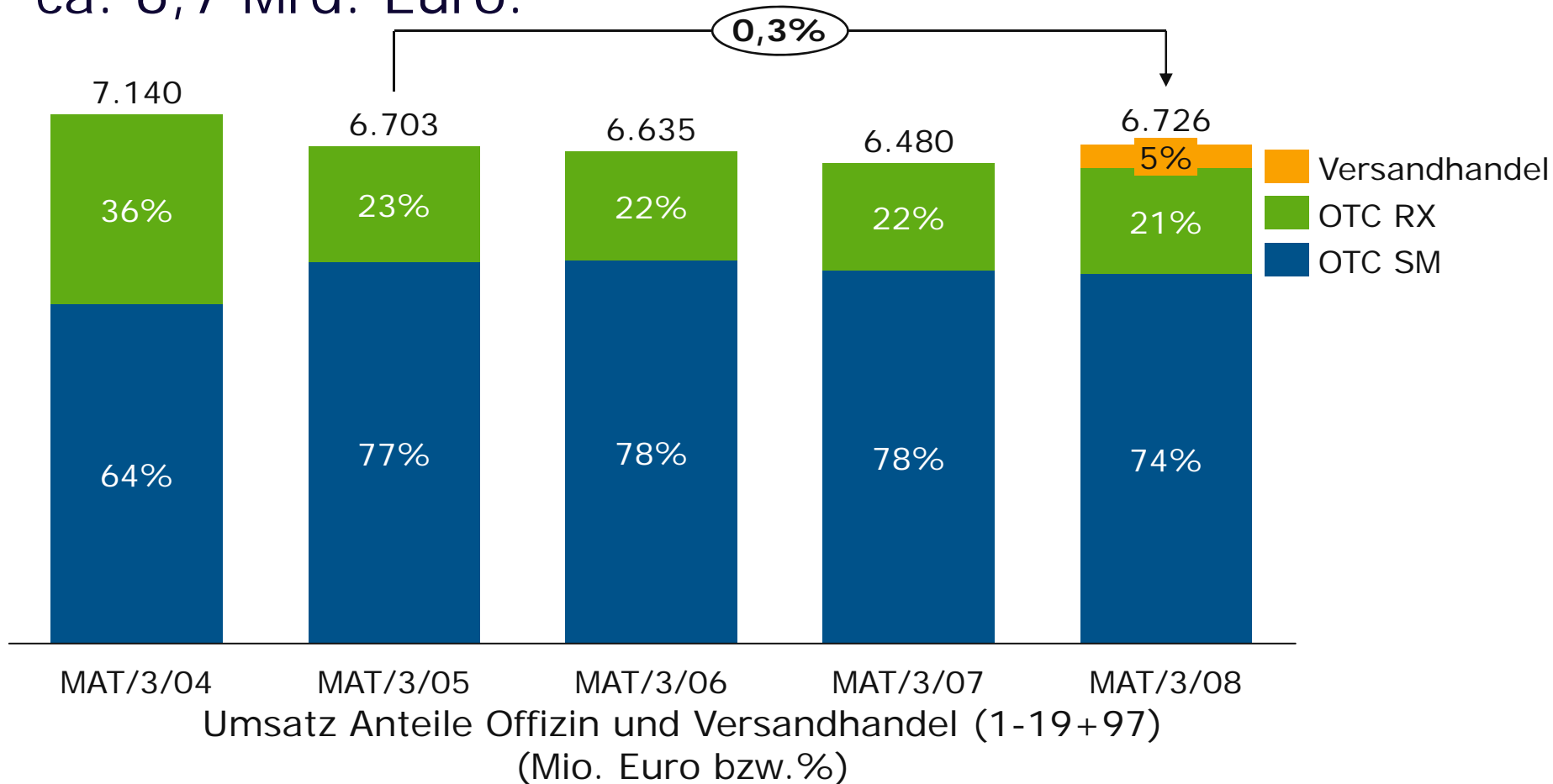
Quelle: IMS Versandhandelsbericht

# Versandapotheken: Status Quo und Ausblick

## Der Anteil des Versandhandels am Apothekenmarkt

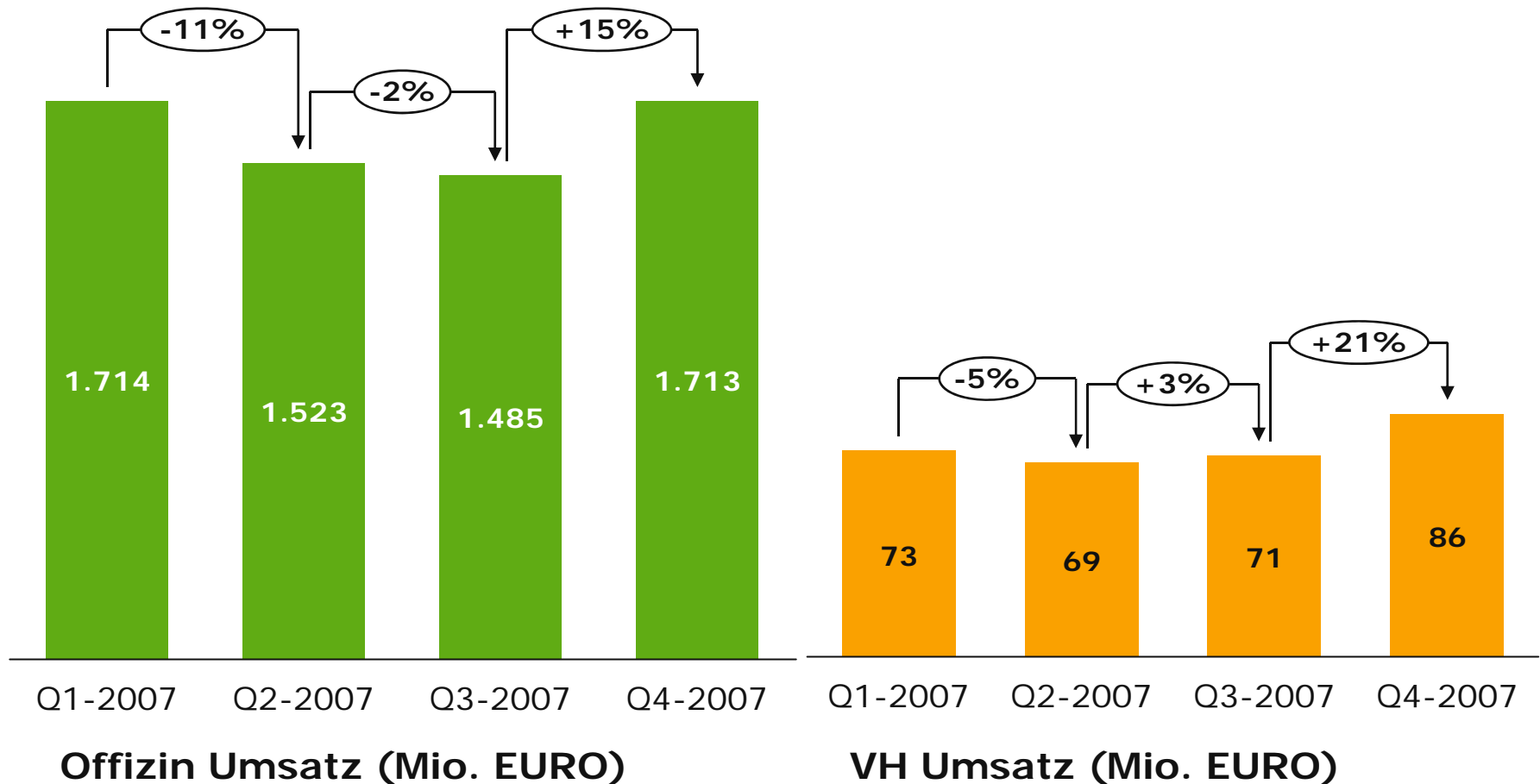
- Heutige Bedeutung des Versandhandels
- Aktuelle Trends und Marktentwicklungen
- Zukunftserwartungen

Der Umsatz mit rezeptfreien Arznei- und Gesundheitsmitteln stagniert seit 4 Jahren bei ca. 6,7 Mrd. Euro.



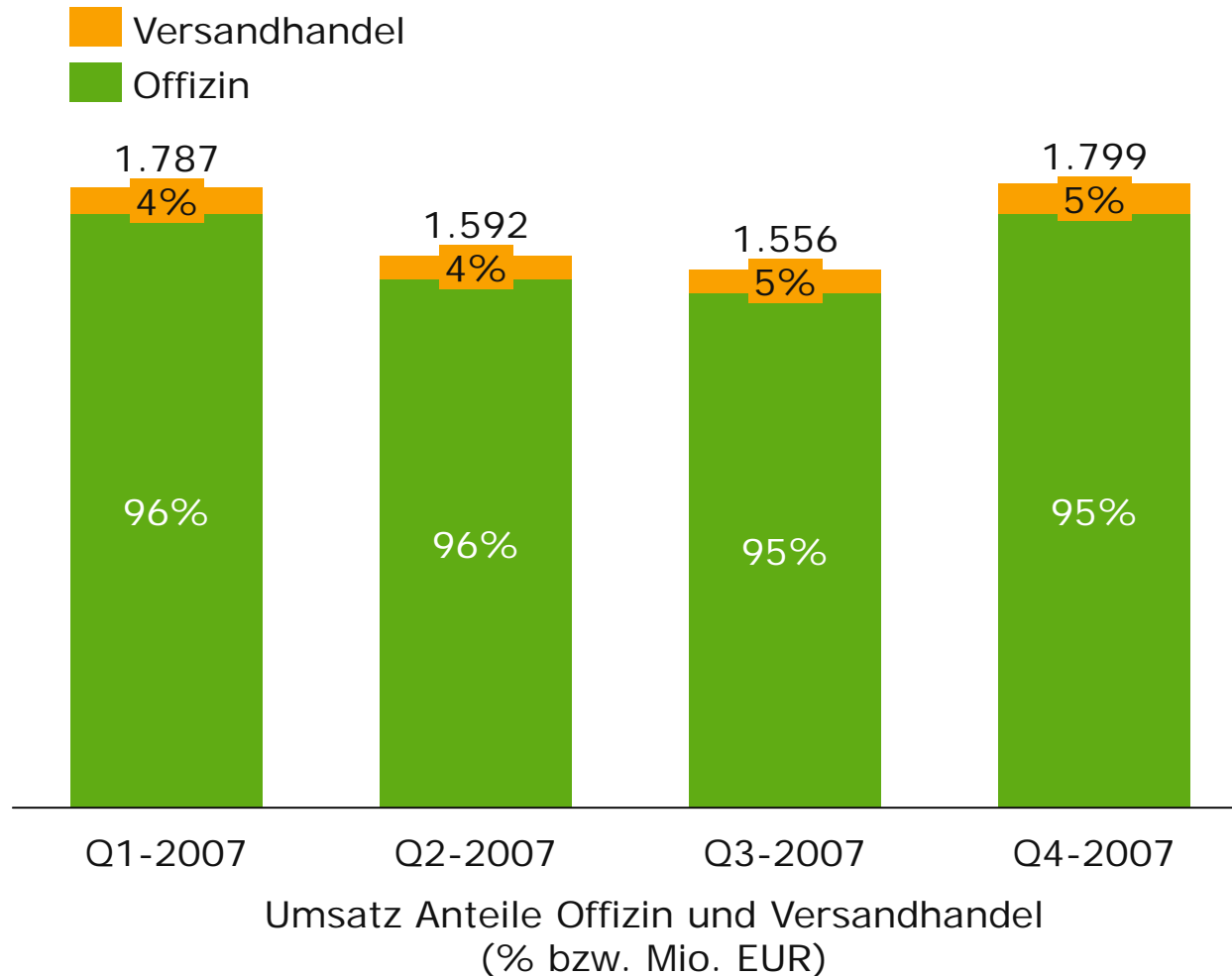
Quelle: IMS OTC Report/GMS  
IMS Versandhandelsbericht

# Der OTC Markt Versandhandel entwickelt sich in den Quartalen von 2007 besser als der OTC Markt Offizin



Quelle: IMS Versandhandelsbericht

# Der Versandhandelsanteil nach Umsatz ist im OTC-Markt von 4% auf 5% gestiegen



Quelle: IMS Versandhandelsbericht

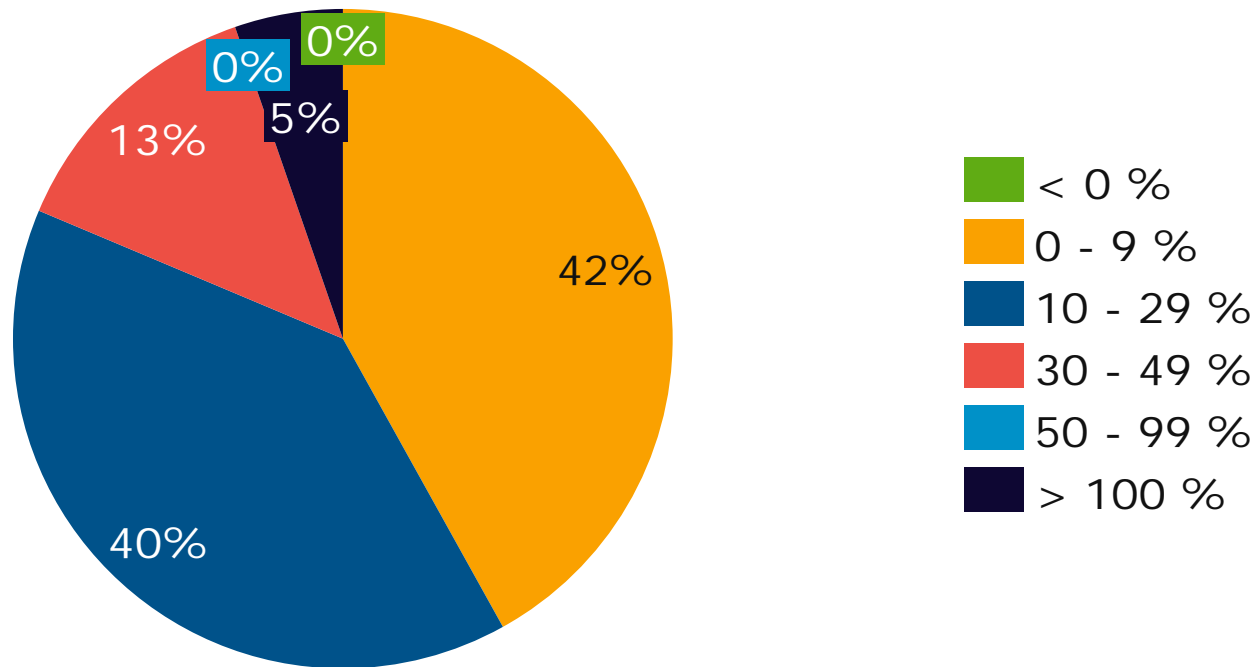
# Versandapotheken: Status Quo und Ausblick

## Der Anteil des Versandhandels am Apothekenmarkt

- Heutige Bedeutung des Versandhandels
- Aktuelle Trends und Marktentwicklungen
- Zukunftserwartungen

# OTC-Manager rechnen mit einem deutlichen Wachstum des VH-Geschäftes

Welche Absatzentwicklung wird der Apothekenversandhandel in den nächsten 12 Monaten für rezeptfreie Produkte nehmen?



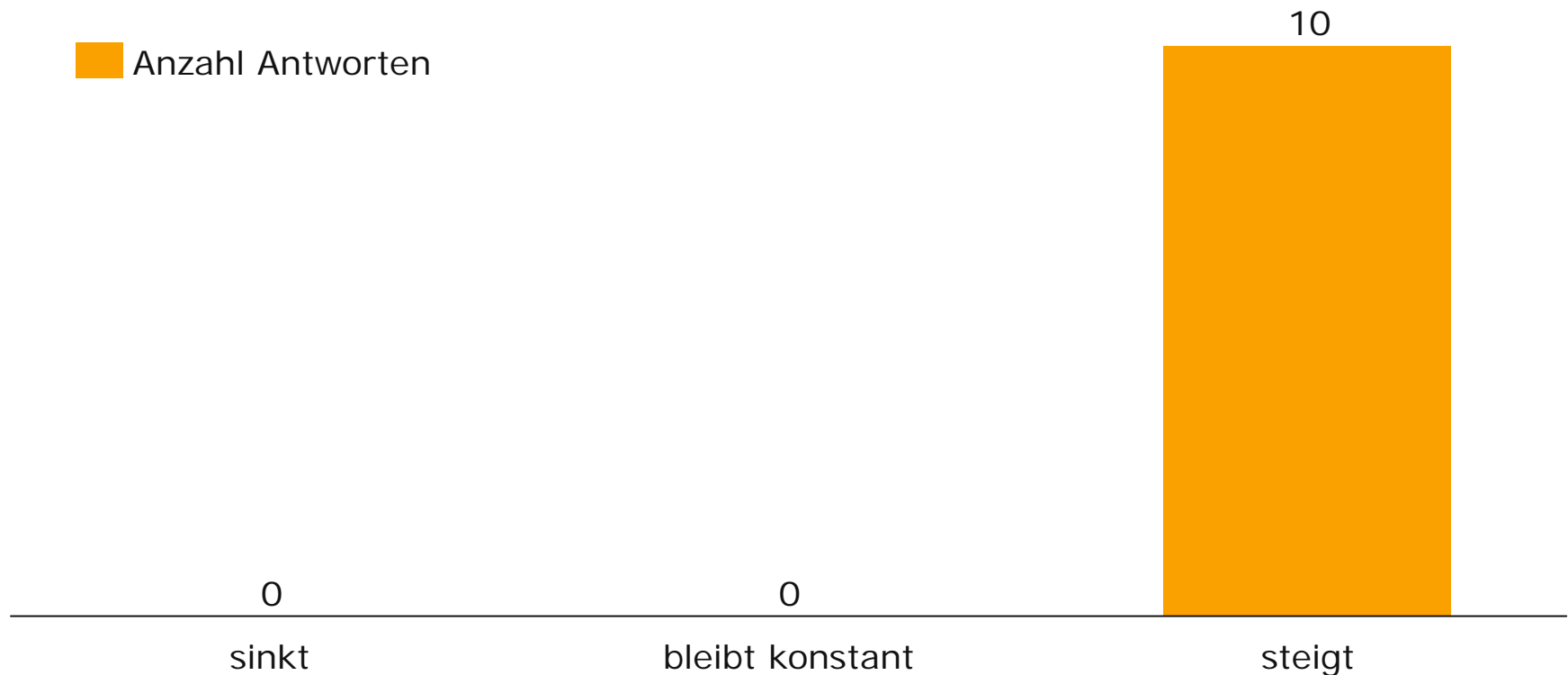
**Gesamtmarkt**

Quelle: Kundenbefragung IMS Health, September 2007, n = 38

# Alle Teilnehmer der BVDVA Umfrage erwarten zunehmende Bedeutung des Apothekenversandhandels

## Die Bedeutung des Versandhandels in Deutschland...

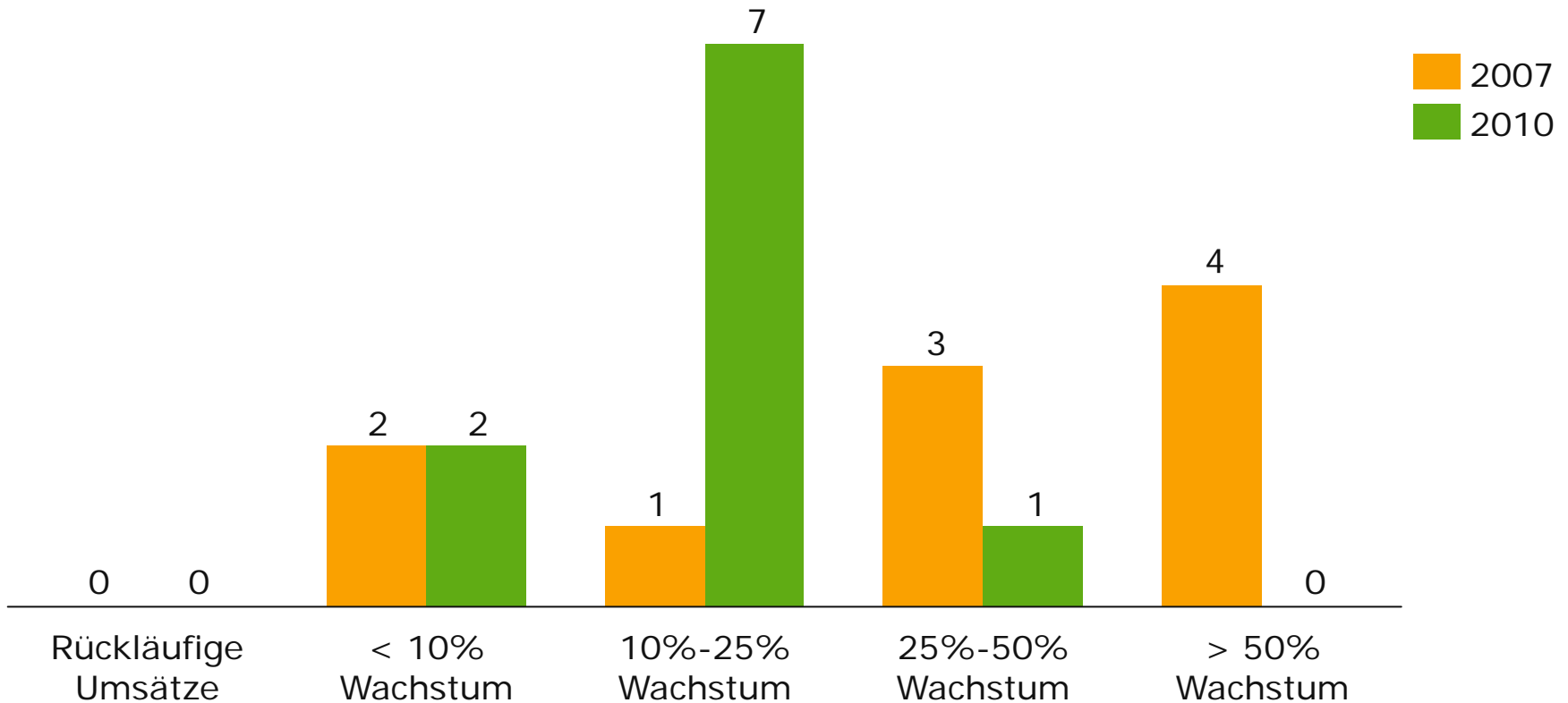
■ Anzahl Antworten



Quelle: BVDVA Umfrage April 2008 (Frage 1b)

Es wird erwartet, dass sich das durchschnittliche jährliche Wachstum der Versandapotheken abschwächt und in 2010 ca. 10-25% beträgt

Wie hoch war / wird voraussichtlich das durchschnittliche jährliche Umsatzwachstum Ihrer Versandapotheke in 2007 /2010 sein?

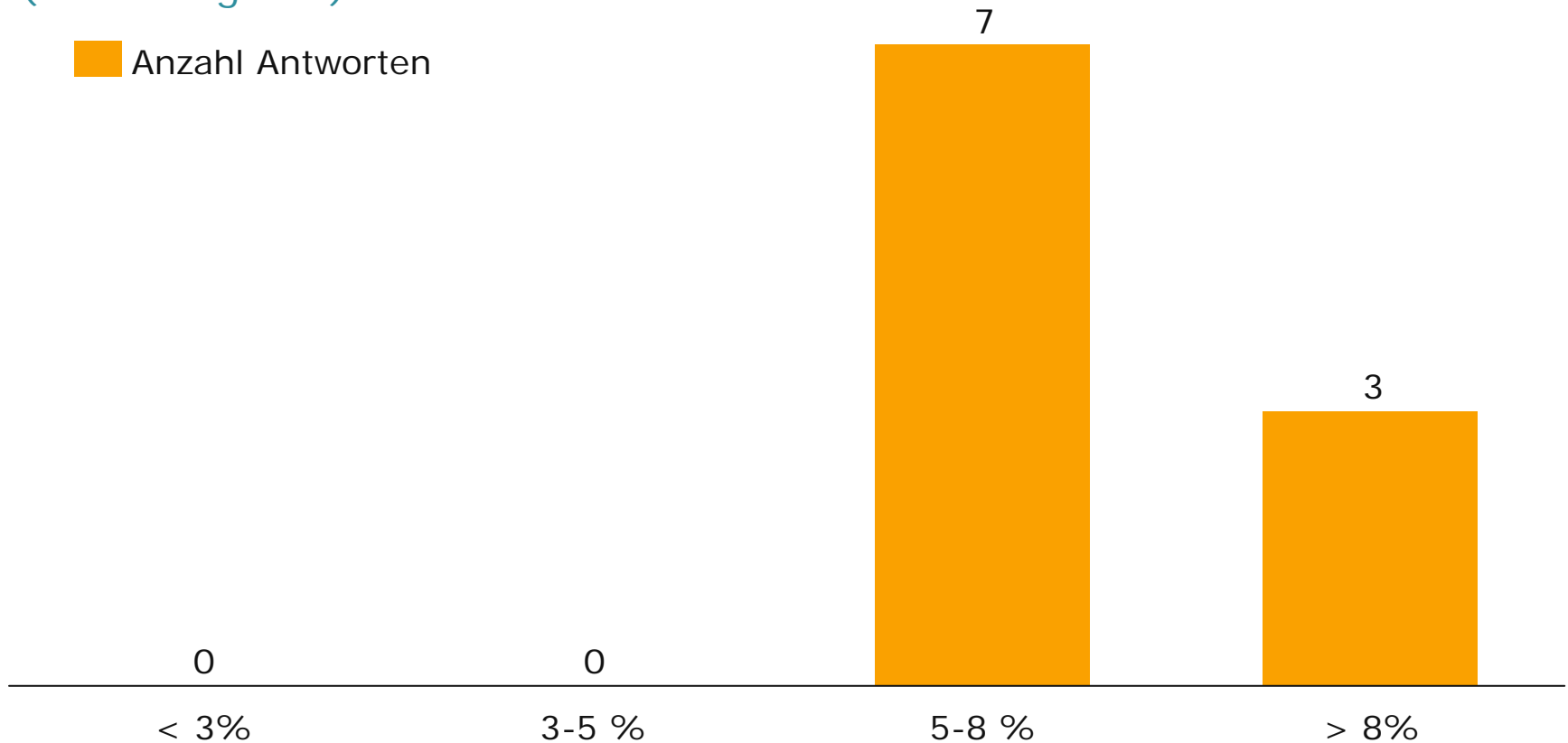


Quelle: BVDVA Umfrage April 2008 (Frage 8)

Der Marktanteil des Versandhandels wird von heute 2-3% auf mehr als 5% in 2010 geschätzt

2007 belief sich der Marktanteil von Versandapotheken auf ca. 2-3% (Schätzung IMS). Wie hoch wird der Anteil 2010 sein?

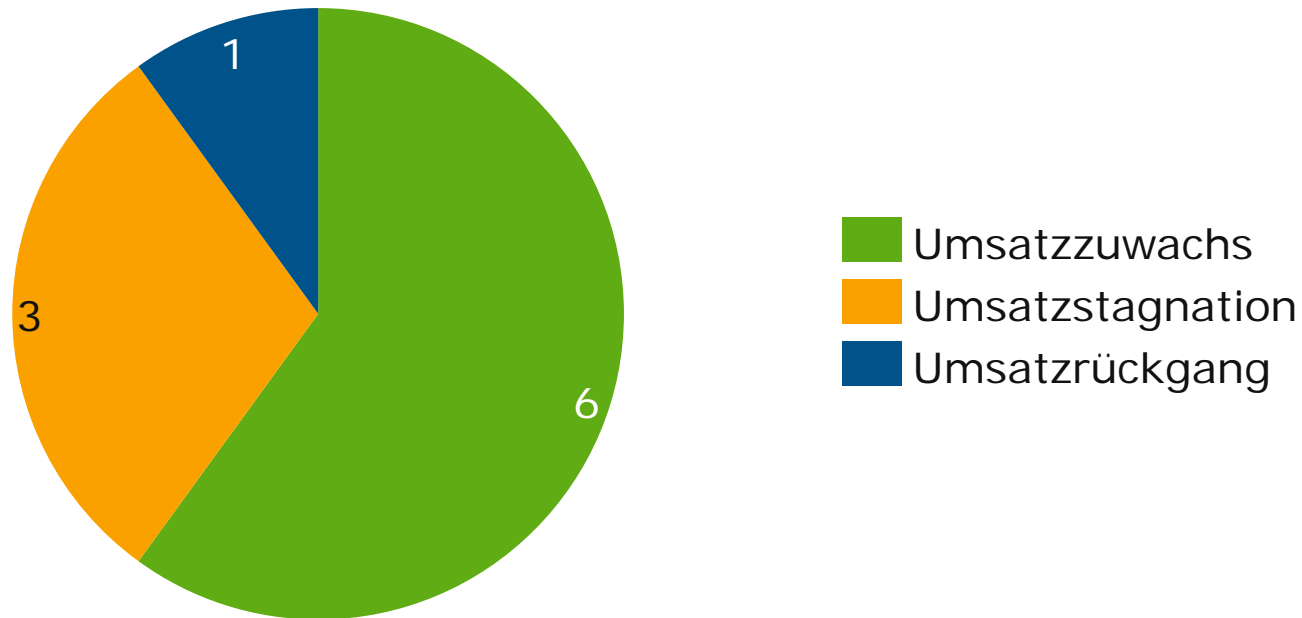
■ Anzahl Antworten



Quelle: BVDVA Umfrage April 2008 (Frage 3)

Sollte das Fremd- und Mehrbesitzverbot fallen, ist die Wachstumserwartung für den Versandhandel uneinheitlich und nicht mehr so positiv

Angenommen, das Fremd- und Mehrbesitzverbot für Apotheken würde aufgehoben: Wie entwickelt sich Ihrer Meinung nach der Umsatz Ihrer Versandapotheke?



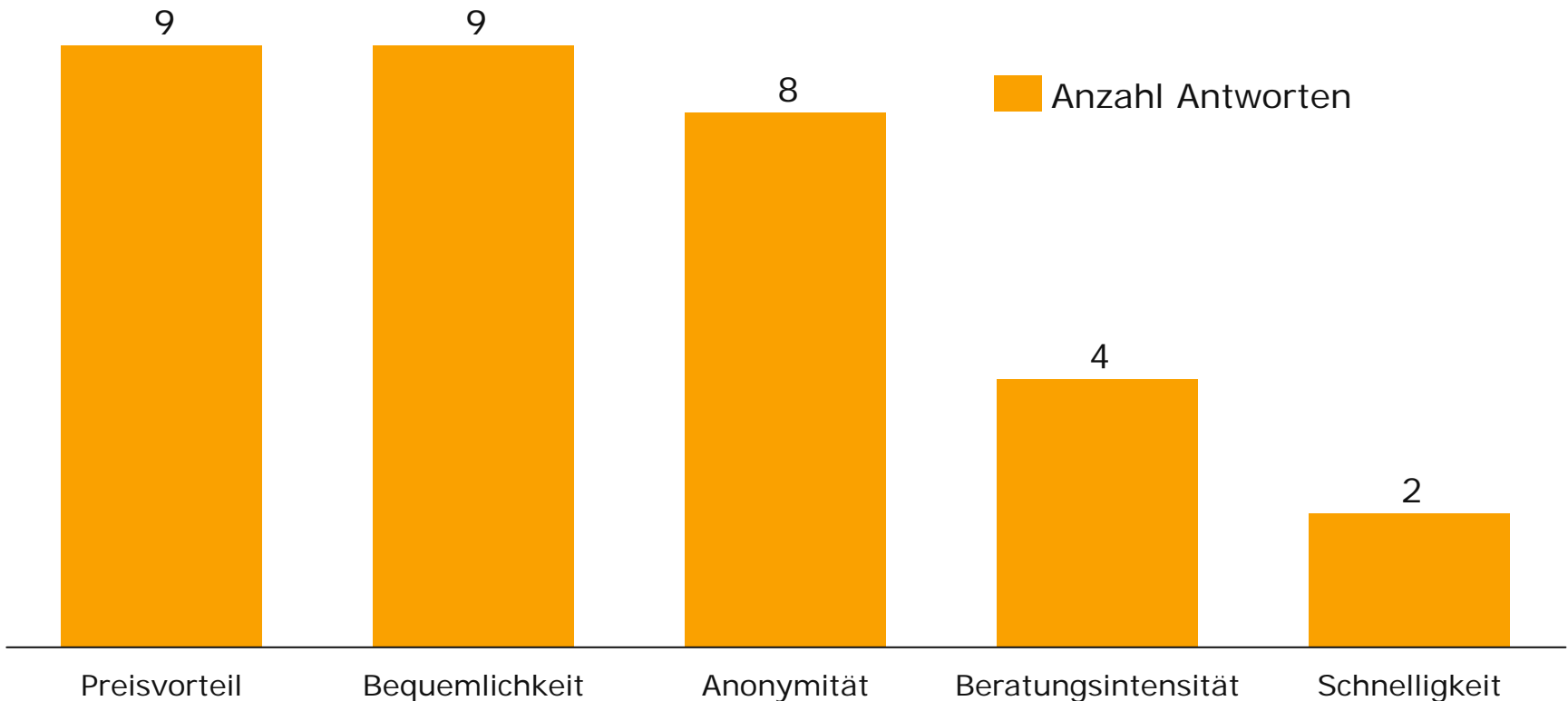
Anzahl Antworten

Quelle: BVDVA Umfrage April 2008 (Frage 6a)

...zumal wichtige Kaufmotivationen in Versandapotheken z.T. auch durch Apothekenketten/Drogeriemärkte geleistet werden könnten

## Preisvorteil und Bequemlichkeit gelten als wichtigste Kaufmotivation

Was meinen Sie, aus welchen Gründen beziehen Konsumenten Produkte bei einer Versandapotheke?



Quelle: BVDVA Umfrage April 2008

# Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Für weitere Informationen stehe ich Ihnen gerne zur Verfügung:

**Ralf Voigt**

*Marketing Manager Consumer Health*

Telefon: 069/6604-4736

[RVoigt@de.imshealth.com](mailto:RVoigt@de.imshealth.com)



© 2008, IMS HEALTH GmbH & Co. OHG

Alle Rechte vorbehalten. Die Informationen dürfen weder ganz noch teilweise ohne vorherige ausdrückliche Erlaubnis von IMS HEALTH GmbH & Co. OHG vervielfältigt, gespeichert, weiterverarbeitet und in keiner Weise zugänglich gemacht werden.

IMS stellt durch den Einsatz modernster Technologien und Verfahren sicher, dass seine Dienstleistungen, unabhängig davon wie die Daten untereinander verknüpft werden, den Datenschutzbestimmungen entsprechen.