

A background image showing a close-up of several business professionals in dark blue suits and striped ties. They are gathered around a table, looking at a tablet computer held by one of them. The scene is brightly lit, with a soft blue glow. In the foreground, there are blurred documents and a blue pen, suggesting a professional meeting or presentation.

# IMS Health Marktbericht

Entwicklung des deutschen  
Pharmamarktes **im Juni 2016**

- Kommentierte Grafiken -

Der **IMS Health Marktbericht** informiert in kompakter Weise über die aktuelle Entwicklung im deutschen Arzneimittelmarkt. Der Bericht beinhaltet Analysen zu den Bereichen Pharmagesamtmarkt, Klinik- und Apothekenmarkt sowie zum GKV-Markt.

Die vorliegende Juni-Ausgabe beleuchtet als **Sonderthema**, welche Therapiebereiche zum Wachstum des Apothekenmarktes im ersten **Halbjahr** überwiegend beitragen. Waren dies im ersten Halbjahr 2015 noch Hepatitis-Medikamente, so spielen selbige aktuell für das Marktwachstum keine Rolle mehr, da ihr Umsatz zweistellig rückläufig ist. Nunmehr speist sich das Wachstum aus den Umsatzsteigerungen bei direkten Faktor Xa-Präparaten, verschiedenen Krebstherapeutika, Anti-TNF-Arzneien und systemischen Antipsoriatika (Seite 18).

Außerdem bildet die vorliegende Ausgabe die Entwicklung von OTC-Arznei- und Gesundheitsmitteln im Apothekenmarkt des ersten Halbjahres ab und geht auf die Marktentwicklung dieses Segments einschließlich weiterer Produktbereiche speziell im Versandhandel ein. Während der Gesamtmarkt rezeptfreier Arznei- und Gesundheitsmittel eine verhaltene Entwicklung zeigt – hier ist eine starke Entwicklung im ersten Halbjahr 2015 zu berücksichtigen – zeigt die Entwicklung im Versandhandel für alle analysierten Produktbereiche einen Aufwärtstrend.

- Im **Juni** 2016 beläuft sich der **Umsatz** mit Arzneimitteln im Pharma-Gesamtmarkt (Apotheke und Klinik) auf 3,3 Mrd. Euro (+5 %). Die **Menge** abgegebener Zähleinheiten liegt um 2 % über dem Vorjahreswert (7,9 Mrd. ZE). Die Anzahl der Arbeitstage im aktuellen Monat entspricht in zehn Bundesländern der des Vorjahres, in sechs Ländern beträgt sie einen Tag mehr.
- Im ersten **Halbjahr** 2016 wächst der Pharma-Gesamtmarkt um knapp 4 % nach **Umsatz** und um 2 % nach **Absatz**. Insgesamt gingen rund 48 Mrd. Zähl-einheiten Arzneimittel (Tabletten, Kapseln, Portionsbeutel etc.) im Wert von über 19 Mrd. Euro (Klinikmarkt: berechnete Preise, Apothekenmarkt: Abgabepreis des pharmazeutischen Herstellers) an Patienten.
- Auf den stationären Sektor, der ein **Umsatz**wachstum von 9 % verbucht, entfallen im Zeitraum **Januar bis Juni** 2016 knapp 13 % des Gesamtmarkt-umsatzes. Zu den umsatzstärksten Therapien im Klinikmarkt zählen verschiedene onkologische Präparategruppen, Immunmodulatoren und ophthalmologische, antineovaskuläre Produkte zur Behandlung der altersbedingten Makuladegeneration. Der größte Zuwachs mit +23 % zeigt sich bei MAB\* Antineoplastika.

\* MAB: Monoklonale Antikörper (monoclonal antibody)

**HINWEIS:** Die Basis der hier dargestellten Umsatzwerte bildet soweit nicht anders vermerkt der Abgabepreis des pharmazeutischen Unternehmers abzüglich des Herstellerabschlages in Höhe von 6 % für Januar bis März 2014 und 7 % ab April 2014 und der gemeldeten Rabatte aus Erstattungsbeträgen nach §130b SGB V.

*Einsparungen aus Rabattverträgen nach §130a Abs. 8 SGB V sind nicht berücksichtigt.*

- Der **Umsatz** des Apothekenmarktes steigt im **Juni** 2016 um knapp 5 % auf 2,7 Mrd. Euro (inkl. Impfstoffe und Testdiagnostika). Die Anzahl der Arbeitstage im aktuellen Monat entspricht in zehn Bundesländern der des Vorjahres, in sechs Ländern fiel ein Tag mehr an.
- Die **Menge** nach abgegebenen Packungen wächst lediglich um 1 %. Hintergrundanalysen zeigen, dass auch im **Juni** wie schon im Vormonat Mai mehr Großpackungen (N3) abgegeben wurden (+4 %), während sich bei kleinen und mittleren Packungsgrößen eine Stagnation bzw. ein leichter Rückgang dokumentiert.
- Das **Umsatzwachstum** der führenden zehn Präparategruppen liegt im ersten **Halbjahr** mit +3 % im Korridor der Gesamtmarktentwicklung. Vier Arzneigruppen wachsen niedrig zweistellig (antineoplastisch wirksame Proteinkinasehemmer um +21 %, MAB Antineoplastika um +19 %, Immunsuppressiva um +13 % und direkte Faktor Xa Hemmer um +36 %) und fünf einstellig. Antivirale Mittel exkl. HIV, die im Schwerpunkt innovative Hepatitis C-Therapien beinhalten, sind jedoch um 42 % rückläufig.
- Die Entwicklung der zehn **absatzstärksten** Arzneimittelgruppen liegt im ersten **Halbjahr** bei einer „roten“, die des Gesamtmarktes bei einer „schwarzen Null“. Zwar verbuchen sechs von zehn Kategorien tendenziell leichte Zuwächse, dem stehen jedoch Rückgänge bei vier absatzstarken Gruppen gegenüber. Die im Vergleich mit dem Vorjahr diesjährig schwächer ausgeprägte Erkältungssaison führt bspw. bei Auswurfmitteln ohne antiinfektive Komponente zu einem Mengenrückgang von 9 %.
- Rezeptpflichtige Arzneimittel verbuchen im **Juni** 2016 eine **Umsatzsteigerung** von 5 %. Von den zehn führenden Präparaten legen im Juni sieben zu, wobei es sich durchweg um Therapeutika zur Behandlung schwerer Erkrankungen (z. B. Krebs, entzündliche Erkrankungen, Blutgerinnungsstörungen) handelt.
- Die **Menge** rezeptpflichtiger Arzneien steigt im **Juni** um 2 %. Die relativ höchste Mengensteigerung ist bei Schmerzmitteln (+6 %) festzustellen.
- Der **Umsatz** rezeptfreier Präparate steigt im **Juni** um weniger als 3 %. Vier der führenden zehn Gruppen verzeichnen Zuwächse im mittleren bis höheren einstelligen Bereich, ebenso viele auch Rückgänge und zwei Gruppen wachsen um 1 % bzw. 2 %.
- Der **Absatz** von OTC-Präparaten stagniert im aktuellen **Monat**. Ein Mehrbedarf zeigt sich bei den führenden Kategorien wie schon im Vormonat hinsichtlich topischer Antirheumatika/Analgetika, die um +4 % zulegen.
- Der Apothekenversandhandel wächst im ersten **Halbjahr** 2016 in allen untersuchten Produktbereichen – neben Arznei- und Gesundheitsmitteln betrifft das den Bereich der Kosmetik/Körperpflege, Medizinprodukte und Ernährung - niedrig zweistellig nach **Wert** wie auch **Menge**. Insgesamt wurden 75 Mio. Packungen im Wert von 777 Mio. Euro zu effektiven Verkaufspreisen geordert. Arznei- und Gesundheitsmittel vereinen den größten Marktanteil nach Umsatz wie nach Absatz auf sich.
- Im ersten **Halbjahr** 2016 verbuchen die **absatzstärksten** zehn Gruppen der Arznei- und Gesundheitsmittel über den Versandhandel Steigerungen zwischen 10 % und 20 %. Die größten Zuwächse erfahren die Kategorien Verschiedenes (überwiegend Homöopathika; +20 %), Augenpräparate und Vitamine/ Mineralstoffe/ Nahrungsergänzungsmittel (je +18 %).

Hinweis: Die Basis der hier dargestellten Umsatzwerte bildet der Apothekenverkaufspreis abzüglich des Herstellerabschlages in Höhe von 6 % bzw. 7 % und der gemeldeten Rabatte aus Erstattungsbeträgen nach §130b SGB V sowie der Apothekennachlässe.

*Einsparungen aus Rabattverträgen § 130a Abs. 8 SGB V sind mit Ausnahme von Chart 24 nicht berücksichtigt.*

- Die Entwicklung der **GKV-Arzneimittelausgaben** unter Berücksichtigung von Einsparungen aus **Rabattverträgen und Abschlägen der Hersteller (§ 130a Abs. 1 SGB V) sowie Apotheken** stagniert im **ersten Quartal 2016** bei einem Wert von rund 8 Mrd. Euro. Diese Entwicklung ergibt sich trotz steigender Ausgaben für innovative Therapien gegen Krebs und schwere Erkrankungen des Immunsystems. Zum einen steigen die Einsparungen durch Rabattverträge lt. BMG in den ersten drei Monaten um 8 % (385 Mio. Euro). Zum anderen sinken die Ausgaben für antivirale Mittel exkl. HIV durch einen Rückgang bei Hepatitis C-Therapien, die im letzten Jahr stark gestiegen waren.
- Die **Herstellerabschläge inklusive Rabatten durch Erstattungsbeträge** belaufen sich **im ersten Halbjahr 2016** auf 1.368 Mio. Euro. Die Steigerung von 19 % ggü. dem Vorjahreszeitraum ergibt sich aus deutlich gestiegenen Einsparungen durch Erstattungsbeträge.
- Das Volumen der **Apothekennachlässe nach §130 SGB V** beläuft sich in den **ersten sechs Monaten** des Jahres auf 571 Mio. Euro und liegt damit um 2 % über dem Vorjahreswert.
- Das **Einsparvolumen der privaten Versicherer** durch **Herstellerabschläge** beläuft sich im kumulierten Zeitraum **Januar bis Juni 2016** auf 213 Mio. Euro. Die Steigerung von 8 % ergibt sich aus den deutlich gewachsenen Einsparungen durch Erstattungsbeträge.

The **IMS Market Report** offers concise information on current developments in the German Pharmaceutical Market. It comprises analyses on the Total Pharmaceutical Market, the Hospital and Retail Markets, as well as the Statutory Health Insurance Market (SHI Market).

In a **special topic** the June 2016 issue shows which drug product groups mainly contributed to retail market growth in the first half of 2016. With Euro sales decreasing in the double-digit range, Hepatitis-C drugs, which were the growth drivers in the first half of 2015, do not play a role any longer. Growth is now fueled by Direct Factor Xa Inhibitors, various oncological therapeutics, TNF-Alpha Inhibitors and Systemic Antipsoriatics (see page 18).

The June 2016 issue also provides information on retail market development of OTC pharmaceuticals and non-pharmaceuticals in the first half of 2016. A closer look is taken on the development of this market segment including further product groups in particular in the mail order market. While growth in the total market of OTC pharmaceuticals and non-pharmaceuticals was rather restrained – a strong first half of 2015 has to be taken into account here – in the mail order market all product groups under review showed an upward trend.



- In **June 2016 Euro sales** in the Total Pharmaceutical Market (hospital and retail pharmacies) amounted to 3.3 billion Euro (+5 %). **Counting Unit sales** increased by +2 % (7.9 billion CU). In ten federal states the number of working days in June 2016 was the same as in June 2015, six federal states had one working day more.
- In the **first half** of 2016 the Total Pharmaceutical Market grew by almost +4 % in terms of **Euro sales** and by +2% in terms of **Counting Unit sales** totalling 48 billion Counting Units (i.e. tablets, capsules, sachets) and over 19 billion Euro (Hospital Market: at calculated prices, Retail Market: at ex-manufacturer prices).
- In the period **January to June 2016, Euro sales** in the hospital market grew by +9 % representing almost 13 % of the Total Pharmaceutical Market. Among the leading product groups there were various oncological groups, Immunomodulators and ophthalmological, antineovascular agents for the treatment of age-related macula degeneration. The group of MAB\* Antineoplastics grew strongest (+23 %).

\*MAB = Monoclonal Antibodies

NOTE: Unless otherwise indicated all Euro sales mentioned on this page are calculated on the basis of ex-manufacturer prices (ApU) less compulsory manufacturers discounts of 6 % from January to March 2014 and 7 % effective April 2014, as well as reported rebates on the ex-manufacturer price negotiated between Pharmaceutical manufacturers and the National Association of SHI Funds on patent protected drugs with approved additional benefit (§130b SGB V).

*Savings from rebate contracts (§130a (8) SGB V) are not included.*

- In **June 2016 Euro sales** (including vaccines and test diagnostics) in the total retail market increased by almost +5 % to 2.7 billion Euro. In ten federal states the number of working days in June 2016 was the same as in June 2015, six federal states had one working day more.
- **Unit sales** grew only by +1%. Further analyses showed that, as in May, significantly more large packs (N3) were prescribed (+4 %) in **June**, as well. Unit sales of small and medium-size packs, on the other hand, either stagnated or showed a slight decline.
- In the **first half** of the year **Euro sales** growth of the leading ten product groups (+3 %) was comparable to total market development. Four product groups grew in the low double-digit range: Proteinkinase Inhibitors (+21 %), MAB Antineoplastics (+19 %), Immunosuppressants (+13 %) and Direct Factor Xa-Inhibitors (+36 %). Five groups achieved single-digit growth rates. The Antivirals excl. HIV group, however, which for the most part consists of innovative Hepatitis C-therapeutics experienced a decrease of -42 %.
- In the **first half** of 2016 **unit sales** growth of the leading ten product groups was at a “red zero”, that of the total market at a “black zero”. Although six groups increased slightly, four high-volume groups out of the ten showed declining unit sales. Due to the fact that there was a very strong common cold outbreak at the beginning of 2015 which did not repeat itself in 2016, unit sales of Expectorants without Antiinfectives, for instance, decreased by -9 %.
- In **June 2016 Euro sales** of rx-bound drugs grew by +5 %. Seven out of the ten leading product groups, showed an increase - all of them therapeutics for the treatment of severe disorders (cancer, inflammatory diseases, blood coagulation disorders).
- **Unit sales** of rx-bound drugs increased by +2 % in **June** with the group of Analgesics growing strongest (+6 %).
- **Euro sales** of rx-free products increased by less than +3 % in **June**. Four out of the ten leading groups by Euro sales grew in the medium to high single-digit range, four groups experienced a decline and two groups grew by +1 % and +2 %, respectively.
- **Unit sales** of OTC-products stagnated in **June 2016**. As in the previous month there was still increasing demand for Topical Antirheumatics/Analgetics. As a result this group of the ten leading product groups grew by +4 %.
- In the **first half** of 2016 both **Euro and unit sales** in mail-order business grew in the low double-digit range in all segments under review. Besides rx-free pharmaceuticals and non-pharmaceuticals these are Cosmetics/Body Care, Medicinal products and Nutritionals. In total 75 million packs were ordered representing an Euro sales volume of 777 million Euro at consumer prices. Of all segments Pharmaceuticals and Non-Pharmaceuticals have the highest share in the total mail order market by both Euro and unit sales.
- In the **first half** of 2016 the leading ten groups of OTC pharmaceuticals and non-pharmaceuticals by **unit sales** in the mail order market grew between +10% and +20%. With a growth of +18 % each the “Various” group (for the most part homeopathics), Eye Preparations and Vitamins/Minerals/Food Supplements grew strongest.

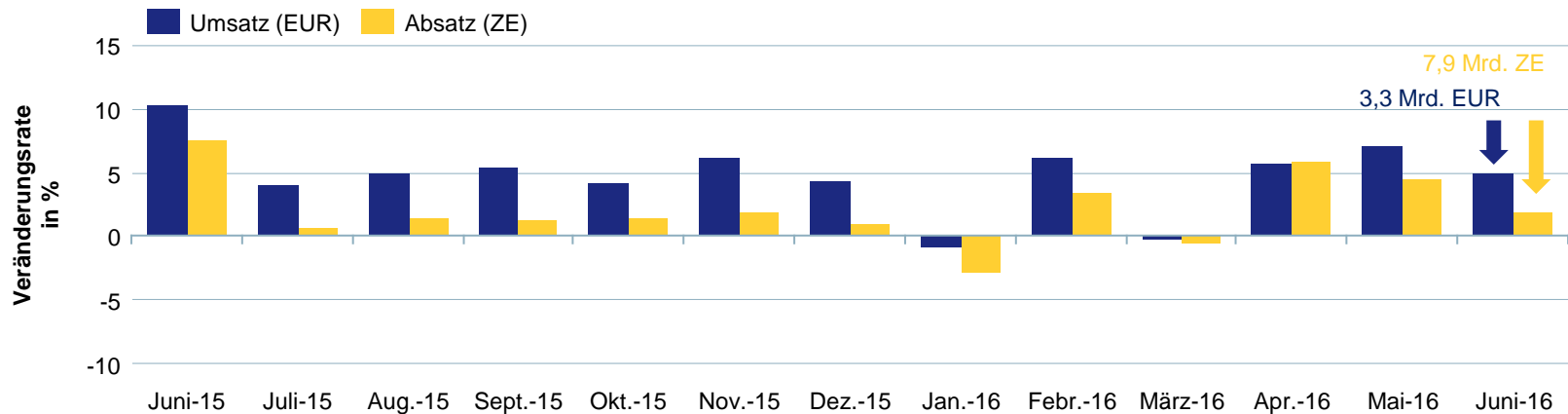


NOTE: All Euro sales figures on this page are calculated on the basis of ex-pharmacy prices less compulsory manufacturers discounts of 6 % / 7 % and reported rebates on the ex-manufacturer price (ApU) negotiated between pharmaceutical manufacturers and the National Association of SHI Funds on patent protected drugs with approved additional benefit (§130b SGB V), as well as pharmacy discounts.

*With the exception of Chart 24, savings from rebate contracts according to §130a (8) SGB V are not included.*

- In the first quarter of 2016 **SHI Euro expenditure** taking into account savings from discount agreements and manufacturers' (§130a (1), SGB V) and pharmacies' discounts stagnated at an amount of about 8 billion Euro despite increasing expenditure on innovative therapies against cancer and severe autoimmune diseases. Savings from discount agreements (BMG) increased by +8 % (385 million Euro) and, after strong growth in 2015, there was also a decrease in expenditure on Hepatitis C therapeutics in the first three months of the year 2016.
- **In the first half of 2016 SHI savings from manufacturers' discounts including negotiated rebates** amounted to 1,368 million Euro which was +19 % above last year's figure. This was mainly due to the fact that savings from negotiated rebates have increased significantly.
- SHI savings **from pharmacies' discounts** (§130 SGB V) totalled 571 million Euro in **the first six months** of the year which was +2% above last year's figure.
- **Private insurers' savings from manufacturers' discounts and negotiated rebates** amounted to 213 million Euro in the **first half of 2016** representing a growth of +8 % which was mainly due to significantly increased savings from negotiated rebates.

## Im Juni 2016 wächst der Umsatz des Pharma-Gesamtmarktes (Apotheke und Klinik) im mittleren einstelligen Bereich



Januar – Juni 2016:

Umsatz	19,4	Mrd. Euro	(+3,7 %)
Absatz	48,2	Mrd. Zählseinheiten	(+2,0 %)

Im Juni steigt das Umsatzvolumen des gesamten Pharmamarktes (Apotheke und Klinik) um 5 % auf 3,3 Mrd. Euro. Der Verbrauch nach Zählseinheiten (Tabletten, Kapseln, Portionsbeutel etc.) erhöht sich um rund 2 % (7,9 Mrd. ZE).

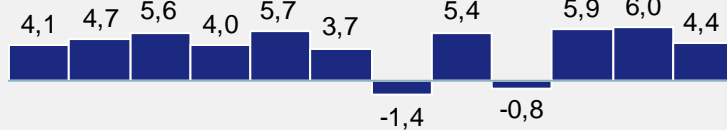
Im aktuellen Monat wächst der Umsatz des stationären Sektors mit rund +9 % deutlich stärker als des ambulanten Bereiches mit gut +4 %. Nach Menge verbucht der Apothekenmarkt mit +2 % einen etwas größeren Zuwachs als der Kliniksektor mit knapp +1 %. (siehe nächste Seite)

Quelle: IMS Dataview® Arzneimittelverbrauch (AMV) Datenbank: Klinikdaten aus IMS® Krankenhausindex (DKM®), \*Umsatz in Euro zu bewerteten Klinik-preisen, Absatz in Zählseinheiten (ZE = Tabletten, Kapseln, Fertigspritzen etc.); IMS PharmaScope® National, \*Umsatz in Euro zum Abgabepreis des pharmazeutischen Unternehmers (ApU=Erstattungsbetrag für AMNOG Produkte und Listenpreis für übrige Produkte) ohne Berücksichtigung von Herstellerabschlägen und Einsparungen aus Rabattverträgen, Absatz in Zählseinheiten, Berücksichtigung von Zubereitungen ab Jahr 2010, Apothekenumsatz inkl. Impfstoffe

## Marktentwicklung in Apotheke und Klinik im Juni 2016: Umsatz- und Absatzsteigerungen in unterschiedlichem Maße

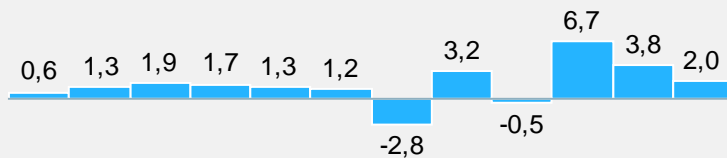
### Apotheke

#### Umsatz (ApU) in +/- %



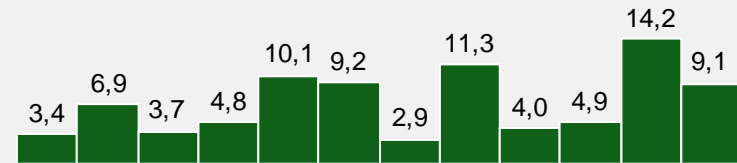
Juli-15 Aug.-15 Sept.-15 Okt.-15 Nov.-15 Dez.-15 Jan.-16 Febr.-16 März-16 Apr.-16 Mai-16 Juni-16

#### Absatz (ZE) in +/- %



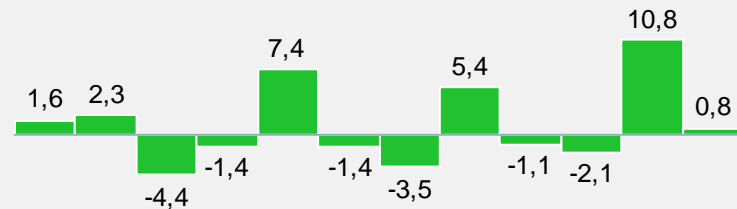
### Klinik

#### Umsatz (Eur bewertet) in +/- %



Juli-15 Aug.-15 Sept.-15 Okt.-15 Nov.-15 Dez.-15 Jan.-16 Febr.-16 März-16 Apr.-16 Mai-16 Juni-16

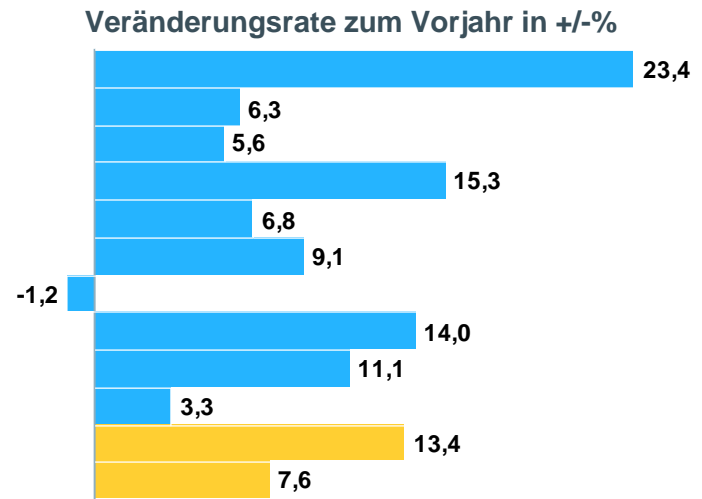
#### Absatz (ZE) in +/- %



Quelle: IMS Dataview® Arzneimittelverbrauch (AMV) Datenbank: Klinikdaten aus IMS® Krankenhausindex (DKM®), Umsatz in Euro zu bewerteten Klinikpreisen, Absatz in Zählheiten; IMS PharmaScope® National, Umsatz in Euro zum Abgabepreis des pharmazeutischen Unternehmers\* (ApU=Erstattungsbetrag für AMNOG Produkte und Listenpreis für übrige Produkte) ohne Berücksichtigung von Abschlägen und Einsparungen aus Rabattverträgen, Absatz in \*\* Zählheiten, Berücksichtigung von Zubereitungen ab Jahr 2010, Apothekenumsatz inkl. Impfstoffe

### Vier der zehn führenden Präparategruppen wachsen im ersten Halbjahr 2016 zweistellig

	Jan-Juni 2015	Jan-Juni 2016
L01G MAB ANTINEOPLASTIKA	432,4	533,5
B02D BLUTGERINNUNG	184,5	196,1
J02A ANTIMYKOTIKA, SYSTEMISCH	96,6	101,9
L04X SONST.IMMUNSUPPRESSIVA	75,3	86,8
J06C POLYVAL.IMMUNGLOBUL.,I.V	80,5	86,0
L04B ANTI-TNF PRODUKTE	68,0	74,2
L01B ANTIMETABOLITEN	69,3	68,4
L01X SONSTIGE ANTINEOPLASTIKA	59,8	68,2
S01P OPH.ANTINEOVASKULAR.PROD	45,8	50,9
N01A ALLGEMEINE ANAESTHETIKA	49,1	50,7
SUMME TOP 10	1.161,2	1.316,7
<b>GESAMT</b>	2.359,9	2.539,1



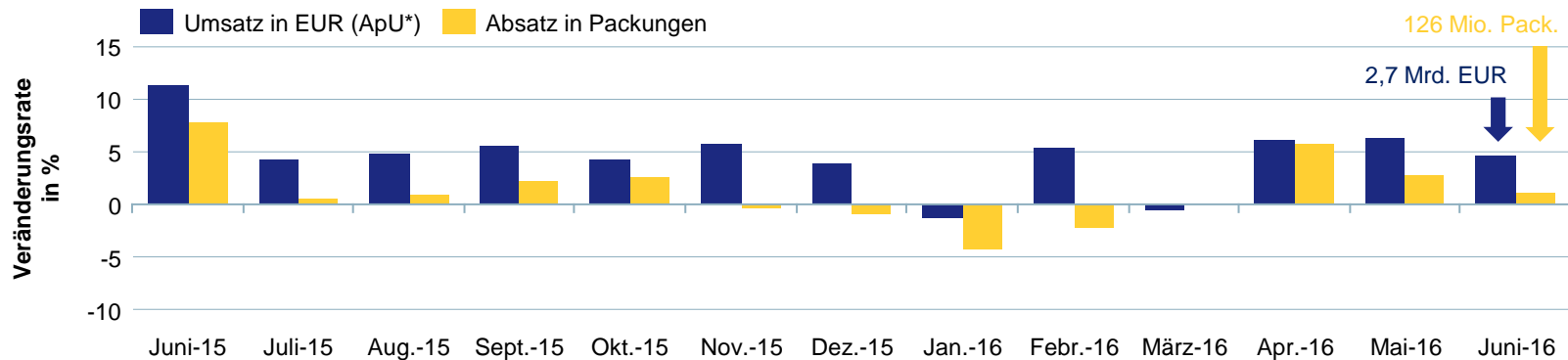
Im ersten Halbjahr 2016 wächst der Klinikmarkt um knapp 8 %. Die führenden zehn Präparategruppen, auf die gut die Hälfte des gesamten Klinikumsatzes entfällt, legen deutlich stärker (+13 %) zu als der gesamte stationäre Bereich. Bei vier Kategorien wächst der Umsatz niedrig zweistellig: MAB\* (+23 %) und sonstige Antineoplastika (+14 %) zur Therapie von Krebserkrankungen, Immunsuppressiva (+15 %) und ophthalmologische, antineovaskuläre Produkte zur Behandlung der altersbedingten Makuladegeneration (+12 %). Die relativ hohe Wachstumsrate bei MABs ergibt sich auch durch den Markteintritt von zwei neuen Präparaten im Jahr 2015, die sich erst am Markt etablieren.

Mittlere bzw. hohe einstellige Umsatzsteigerungen verbuchen Mittel zur Blutgerinnung (+6 %), systemische Antimykotika (+6 %), die zur Therapie von Pilzkrankungen eingesetzt werden und verschiedene Immuntherapeutika (intravenös verabreichte polyvalente Immunglobuline mit +7 % und Anti-TNF Produkte mit +9 %).

Quelle: IMS Dataview® hospital, Umsatz in Mio. EUR bewertet

\* MAB: Monoklonale Antikörper (monoclonal antibody)

## Im Juni 2016 wächst der Umsatz des Apothekenmarktes im mittleren einstelligen Bereich



<b>Januar - Juni 2016:</b>	<b>Umsatz</b>	<b>16,0</b>	<b>Mrd. Euro</b>	<b>(+3,3 %)</b>
	<b>Absatz</b>	<b>799</b>	<b>Mio. Packungen</b>	<b>(+0,4 %)</b>

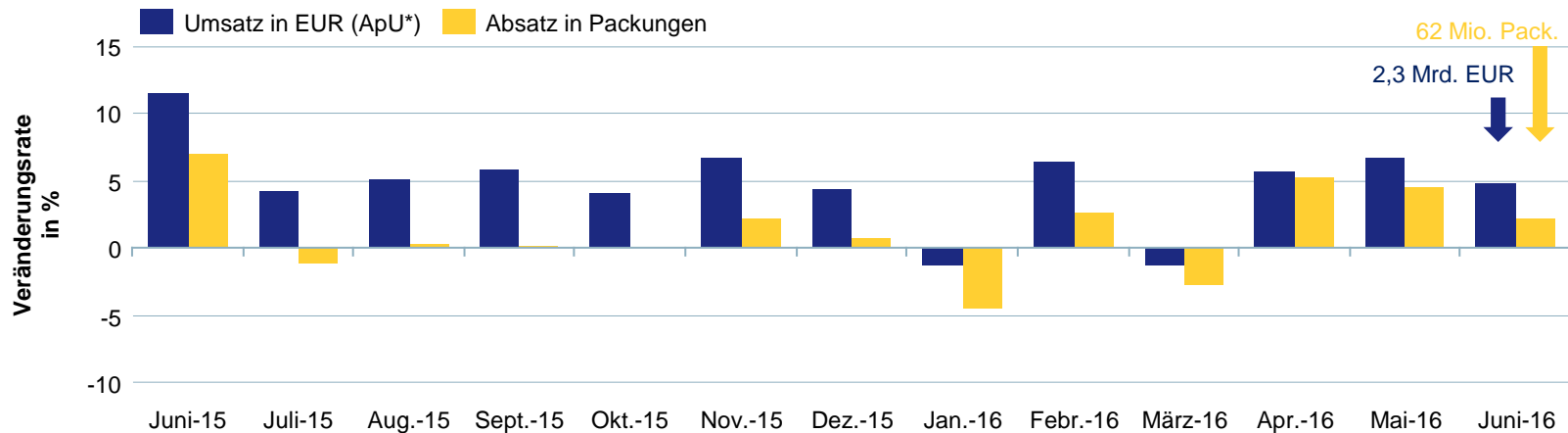
Im Juni 2016 steigt der Apothekenumsatz mit Arzneimitteln (einschließlich Diagnostika und Impfstoffen) um knapp 5 % auf 2,7 Mrd. Euro\*. Die Menge erhöht sich um 1 % (126 Mio. Packungen). Die Anzahl der Arbeitstage ist im Vergleich mit dem Vorjahr in zehn Bundesländern gleich, in sechs Ländern beträgt sie aktuell einen Tag mehr.

Hintergrundanalysen zur Absatzentwicklung im aktuellen Monat weisen bei den führenden Präparategruppen nur wenig Steigerungen aus, teilweise auch Rückgänge. Soweit die Medikationen der Dauertherapie dienen, könnte hier eine Rolle spielen, dass diese im Vormonat Mai Zuwächse verbuchten und der Bedarf somit noch gedeckt ist.

Auch im Juni wurden wie schon im Vormonat Mai 2016 mehr große (N3-)Packungen abgegeben (+4 %). Bei kleinen (N1) und mittleren (N2) Packungsgrößen zeigt sich eine Stagnation bzw. ein leichter Rückgang (+0 %/-1 %).

Quelle: IMS PharmaScope® Real, Basis: \*Umsatz in Mio. € zum Abgabepreis des pharmazeutischen Unternehmers (ApU=Erstattungsbeitrag für AMNOG Produkte und Listenpreis für übrige Produkte) abzüglich Herstellerabschlägen und Zusatzabschlag aufgrund des Preismoratoriums im GKV-Markt, ohne Einsparungen aus Rabattverträgen §130a Abs. 8 SGB V.

## Rezeptpflichtige Präparate im Juni 2016: Umsatz steigt im mittleren, Absatz im niedrigen einstelligen Bereich



Januar - Juni 2016:

Umsatz	13,6	Mrd. Euro	(+3,5 %)
Absatz	370	Mio. Packungen	(+1,1 %)

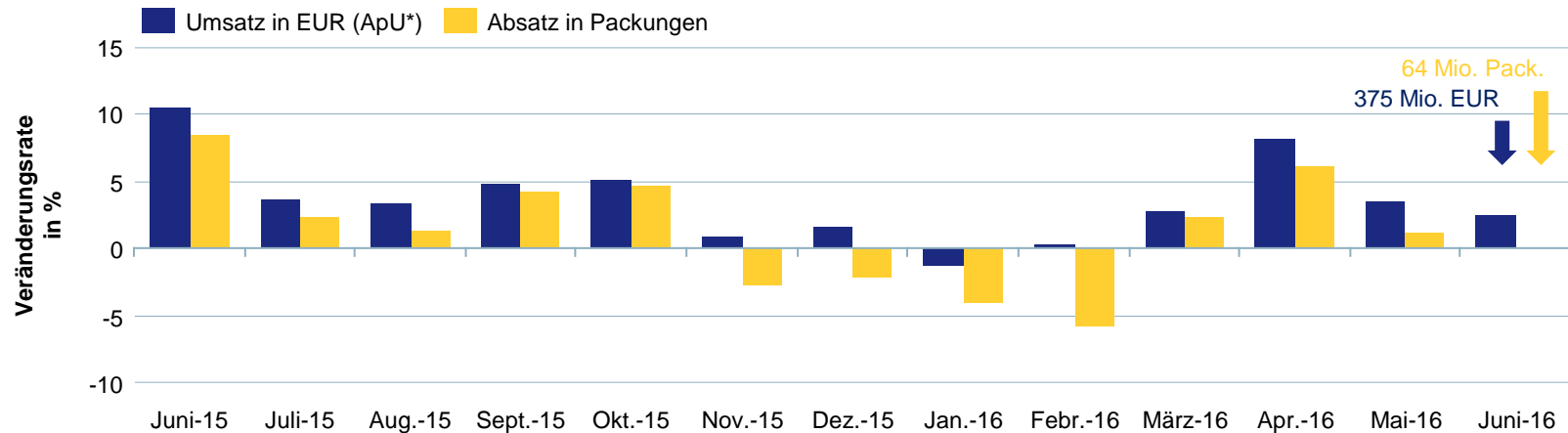
Im Juni 2016 beläuft sich der Apothekenmarkt der rezeptpflichtigen Arzneimittel auf 2,3 Mrd. Euro und 62 Mio. Packungen. Gegenüber Juni 2015 bedeutet das einen Umsatzzuwachs von rund 5 % bei einer Absatzsteigerung von gut 2 %. Die Anzahl der Arbeitstage entspricht im Juni 2016 in zehn Bundesländern dem Vorjahresvergleichsmonat, für sechs Länder ist aktuell ein Arbeitstag mehr registriert.

Ergebnisse aus Hintergrundanalysen: Von den umsatzstärksten zehn Präparategruppen legen im Juni sieben zu, davon sechs niedrig zweistellig. Es handelt sich dabei um Therapeutika gegen Krebs, entzündliche Erkrankungen, Blutgerinnungsstörungen, Immunsuppressiva und eine Sammelkategorie verschiedener ZNS-Medikamente, die der Behandlung unterschiedlicher Erkrankungen dienen. Den höchsten Umsatzzuwachs erzielen direkte Faktor Xa-Hemmer (+34 %), das höchste Mengenwachstum Schmerzmittel (+6 %).

Quelle: IMS PharmaScope® Real, Basis: \*Umsatz in Mio. € zum Abgabepreis des pharmazeutischen Unternehmers (ApU=Erstattungsbetrag für AMNOG Produkte und Listenpreis für übrige Produkte) abzüglich Herstellerabschlägen und Zusatzabschlag aufgrund des Preismoratoriums im GKV-Markt, ohne Einsparungen aus Rabattverträgen §130a Abs. 8 SGB V.



## Rezeptfreie Arzneimittel im Juni 2016: geringer Umsatzzuwachs und Absatzstagnation



Januar - Juni 2016:

Umsatz	2,4	Mrd. Euro	(+2,5 %)
Absatz	429	Mio. Packungen	(-0,3 %)

Das Wachstum des Segments rezeptfreier Produkte schwächt sich im Juni 2016 weiter ab. Insgesamt kauften Verbraucher 64 Mio. Packungen im Wert von 375 Mio. Euro, das entspricht einer Mengenstagnation und einem Umsatzwachstum von unter 3 %.

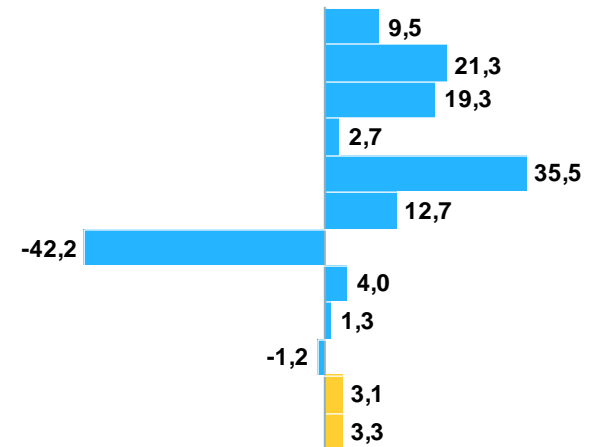
Hintergrundanalysen zeigen, dass innerhalb der absatzstärksten Produktgruppen wie schon im Vormonat ein Mehrbedarf an topischen Antirheumatika/Analgetika (+4 %) bestand. Bei den übrigen Kategorien aus den „Top 10“ entwickelt sich der Markt mehrheitlich stagnierend bis rückläufig. Nach Umsatz ändert sich das Bild teilweise: vier der führenden zehn Kategorien legen im mittleren bis höheren einstelligen Bereich zu, ebenso viele verzeichnen Rückgänge und zwei Gruppen wachsen um 1 bzw. 2 %.

Quelle: IMS PharmaScope® Real, Basis: \*Umsatz in Mio. € zum Abgabepreis des pharmazeutischen Unternehmers (ApU=Erstattungsbetrag für AMNOG Produkte und Listenpreis für übrige Produkte) abzüglich Herstellerabschlägen und Zusatzabschlag aufgrund des Preismoratoriums im GKV-Markt, ohne Einsparungen aus Rabattverträgen §130a Abs. 8 SGB V.

## Umsatzstärkste Produktgruppen im Apothekenmarkt im ersten Halbjahr 2016: überwiegend Wachstum, zweistelliger Rückgang bei antiviralen Mitteln exkl. HIV

	Jan-Juni 2015*	Jan-Juni 2016*
L04B ANTI-TNF PRODUKTE	775,1	848,6
L01H PROTEINKIN.HEMM.A.NEOPL.	491,1	595,9
L01G MAB ANTINEOPLASTIKA	416,2	496,6
A10C HUMANINSULIN UND ANALOGA	482,0	494,9
B01F DIREKTE FAKTOR XA HEMMER	311,0	421,3
L04X SONST.IMMUNSUPPRESSIVA	370,3	417,3
J05B ANTIVIRALE MITT.EXKL.HIV	712,8	411,8
N02A BETAEBUNGSMITTEL	374,5	389,7
J05C VIRUSTATIKA GEGEN HIV	383,3	388,2
T02D DIABETES-TESTS	322,0	318,1
SUMME TOP 10	4.638,4	4.782,6
<b>GESAMT</b>	<b>15.524,7</b>	<b>16.040,3</b>

Veränderungsrate zum Vorjahr in +/- %



Die führenden zehn Arzneimittel- bzw. Produktgruppen verbuchen bis auf zwei Ausnahmen im ersten Halbjahr 2016 Umsatzsteigerungen. Am stärksten legen direkte Faktor Xa Hemmer zu (+36 %), gefolgt von verschiedenen onkologischen Therapien wie Proteinkinasehemmern (+21 %) und MAB Antineoplastika (+19 %). Leicht zweistellig wachsen auch Immunsuppressiva, deren Einsatz bei starkem Rheuma, chronischen Darmerkrankungen und schweren Fällen von Psoriasis indiziert ist.

Der Umsatz antiviraler Mittel exkl. HIV, zu denen im Schwerpunkt innovative Therapien gegen Hepatitis C gehören, sinkt um 42 %.

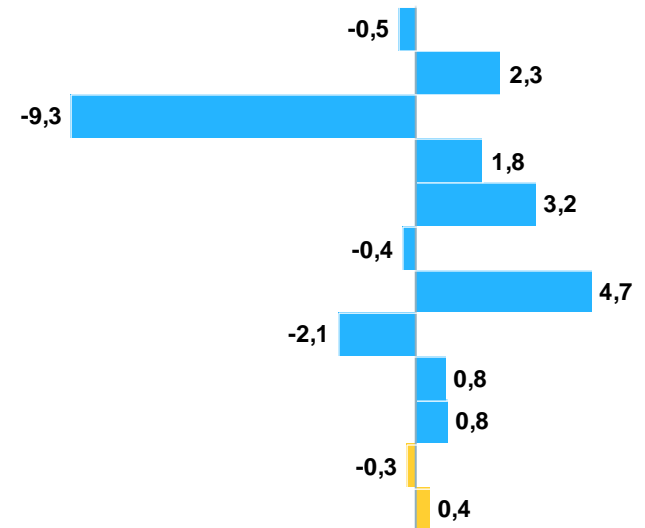
\*\* MAB: Monoklonale Antikörper (monoclonal antibody)

Quelle: IMS PharmaScope® Real, Basis: \*Umsatz in Mio. € zum Abgabepreis des pharmazeutischen Unternehmers (ApU=Erstattungsbetrag für AMNOG Produkte und Listenpreis für übrige Produkte) abzüglich Herstellerabschlägen und Zusatzabschlag aufgrund des Preismoratoriums im GKV-Markt, ohne Einsparungen aus Rabattverträgen §130a Abs. 8 SGB V.

## Absatzstärkste Produktgruppen im ersten Halbjahr 2016: im Durchschnitt Stagnation

	Jan-Juni 2015*	Jan-Juni 2016*
N02B SONSTIGE ANALGETIKA	72,5	72,1
R01A RHINOLOGIKA, TOPISCH	49,8	50,9
R05C EXPECTORANT.O.ANTIINFEKT	33,6	30,5
C07A BETA-BLOCKER REIN	21,1	21,5
A02B ULCUSTHERAPEUTIKA	20,4	21,1
M01A NICHTSTEROID.ANTIRHEUMAT	19,7	19,7
M02A TOP.ANTIRHEUM+ANALGETIKA	17,8	18,6
V03X SONST.THERAPEUT.PRAEP.	19,0	18,6
T02D DIABETES-TESTS	15,8	15,9
N05B HYPNOTIKA UND SEDATIVA	14,7	14,8
<b>SUMME TOP 10</b>	<b>284,4</b>	<b>283,7</b>
<b>GESAMT</b>	<b>796,2</b>	<b>799,2</b>

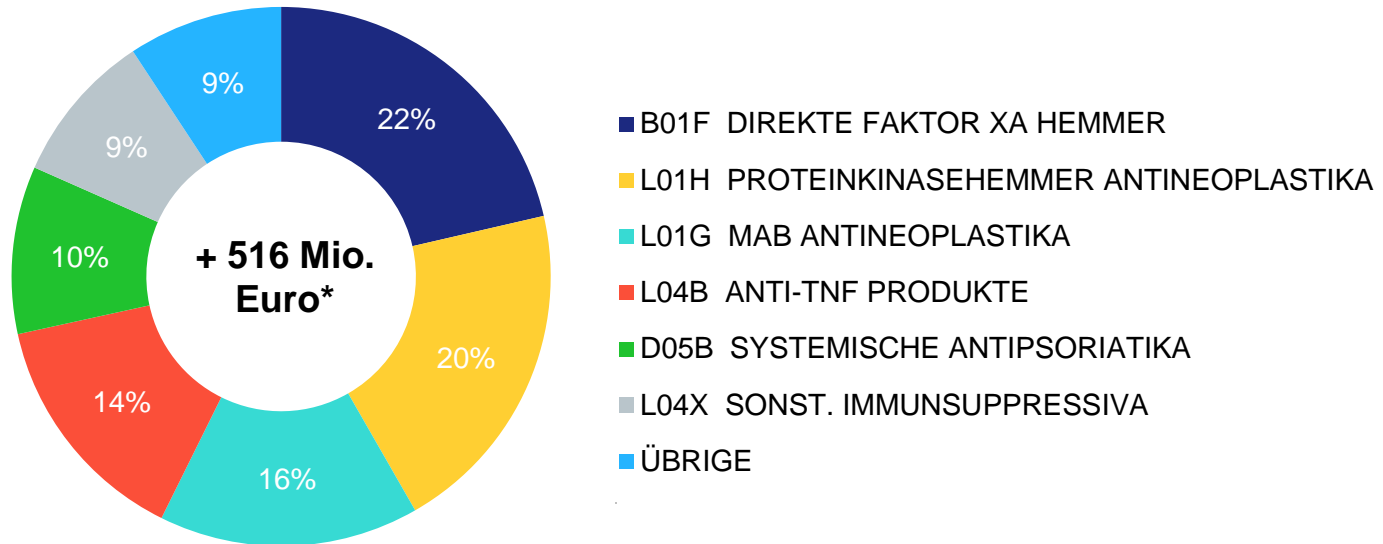
Veränderungsrate zum Vorjahr in +/- %



Die zehn nach Menge führenden Präparategruppen im Apothekenmarkt stagnieren im ersten Halbjahr 2016 bei einer „roten“, der Gesamtmarkt bei einer „schwarzen Null“. Zwar verbuchen sechs von zehn Kategorien tendenziell leichte Zuwächse. Dem stehen jedoch Rückgänge bei vier absatzstarken Gruppen gegenüber. Die im Vergleich mit dem Vorjahr aktuell schwächer ausgeprägte Erkältungssaison führt beispielsweise bei Auswurfmitteln ohne antiinfektive Komponente zu einem Absatzrückgang von 9 %.

Quelle: IMS PharmaScope® National, \*Absatz in Mio. Packungen

## Im ersten Halbjahr 2016 entfällt gut ein Fünftel des Umsatzwachstums auf die Gruppe der direkten Faktor Xa Hemmer

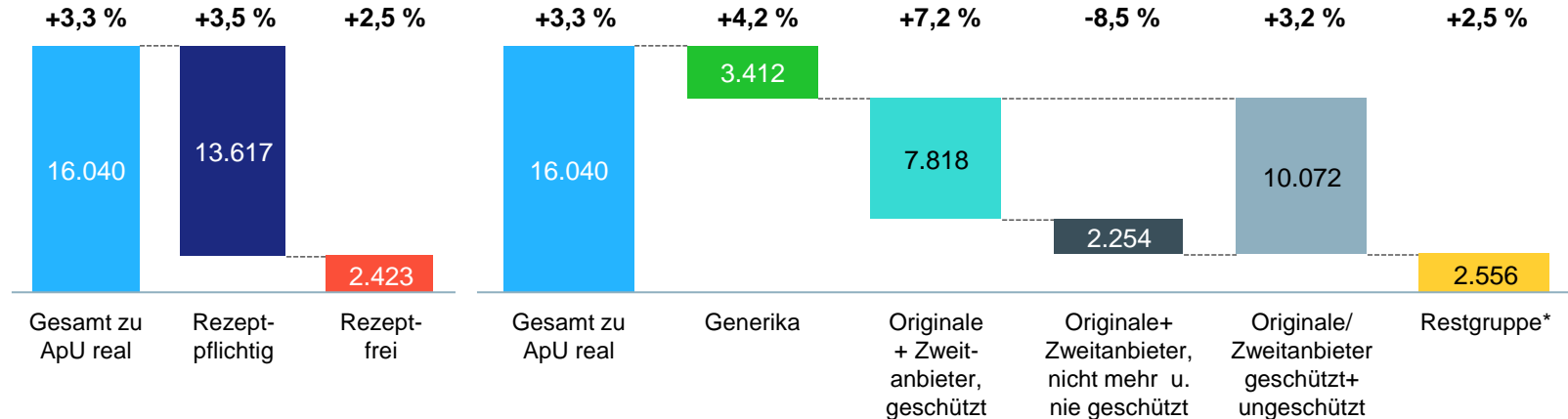


Der Umsatz des gesamten Apothekenmarktes erhöht sich im ersten Halbjahr 2016 um gut 500 Mio. Euro (+ 3%). Davon entfällt der größte Anteil (22 %) auf die Kategorie der direkten Faktor Xa Hemmer, die zur Prophylaxe von Thrombosen und Embolien bei verschiedenen Arten von Herz-Kreislauf-Erkrankungen eingesetzt werden. Zu dieser Arzneigruppe gehören auch neue orale Antikoagulanzen (NOAKs) mit verschiedenen Vorteilen ggü. traditionellen Medikationen. Ferner tragen zum Gesamtmarktwachstum onkologische Therapien (L01H, L01G) mit 20 % bzw. 16 % bei, Anti-TNF Präparate (L04B) gegen bestimmte entzündliche Erkrankungen mit 14 % und systemische Antipsoriatika (D05B) mit 10 %. Keine Rolle mehr spielen im Gegensatz zum Vorjahr Hepatitis-Präparate, deren Umsatz rückläufig ist.

Quelle: IMS PharmaScope® Real, Basis: \*Umsatz in Mio. € zum Abgabepreis des pharmazeutischen Unternehmers (ApU=Erstattungsbetrag für AMNOG Produkte und Listenpreis für übrige Produkte) abzüglich Herstellerabschlägen und Zusatzabschlag aufgrund des Preismoratoriums im GKV-Markt, ohne Einsparungen aus Rabattverträgen §130a Abs. 8 SGB V.

## Im ersten Halbjahr 2016 verbucht der Apothekenmarkt ein geringes Umsatzwachstum

(Umsatzbasis: Abgabepreis des pharmazeutischen Unternehmers abzgl. Herstellerabschlägen)



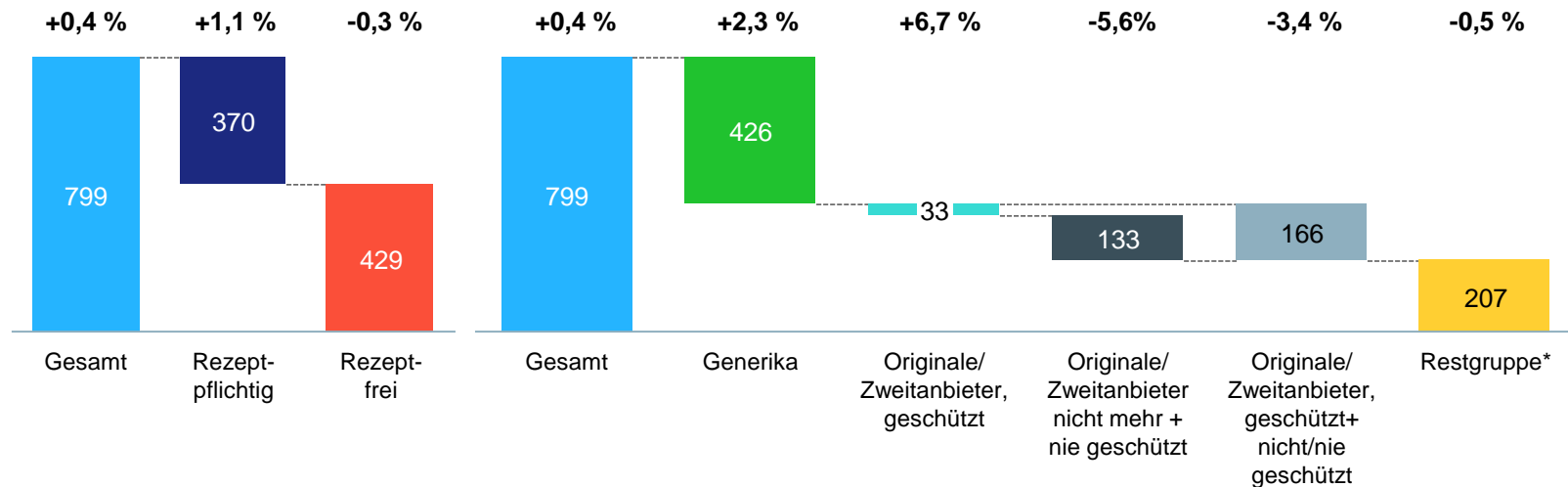
\* Restgruppe beinhaltet u.a.: Impfstoffe und Testdiagnostika als umsatzstärkste Kategorien, des Weiteren auch Therapeutika, die körpereigene Stoffe substituieren oder ergänzen

Das Umsatzvolumen des Apothekenmarktes beläuft sich im ersten Halbjahr 2016 auf rund 16 Mrd. Euro\* und liegt um 3 % über dem Vorjahreswert. 85 % des Umsatzes entfallen auf rezeptpflichtige Präparate, die um knapp 4 % zulegen. OTC-Arzneimittel verbuchen ein Wachstum von knapp 3 %.

Eine andere Sichtweise zeigt den Apothekenmarkt unterteilt in Generika, (patent) geschützte Originale und Präparate nach Schutzende. Den größten Zuwachs erreichen geschützte Präparate (+7 %), die sich erst am Markt etablieren. In ähnlichem Maße sinkt der Umsatz mit Arzneimitteln nach Patentende (sog. „Altoriginale“; -9 %). Generika wachsen um 4 %. Dabei ist zu beachten, dass die angegebenen Werte Berechnungen zum Listenpreis darstellen. Ein Großteil der Generika ist allerdings „rabattiert“, so dass der tatsächliche Umsatz geringer ausfallen dürfte.

Quelle: IMS PharmaScope® Real, Basis: \*\*Umsatz in Mio. € zum Abgabepreis des pharmazeutischen Unternehmers (ApU=Erstattungsbetrag für AMNOG Produkte und Listenpreis für übrige Produkte) abzüglich Herstellerabschlägen und Zusatzabschlag aufgrund des Preismoratoriums, ohne Einsparungen aus Rabattverträgen §130a Abs. 8 SGB V. Seit Juli 2009 sind Marktinformationen zum Versandhandel integriert.

## Der Absatz im Apothekenmarkt des ersten Halbjahres 2016 stagniert bei einer „schwarzen Null“



\* Restgruppe beinhaltet u.a.: Impfstoffe und Testdiagnostika als umsatzstärkste Kategorien, des Weiteren auch Therapeutika, die körpereigene Stoffe substituieren oder ergänzen

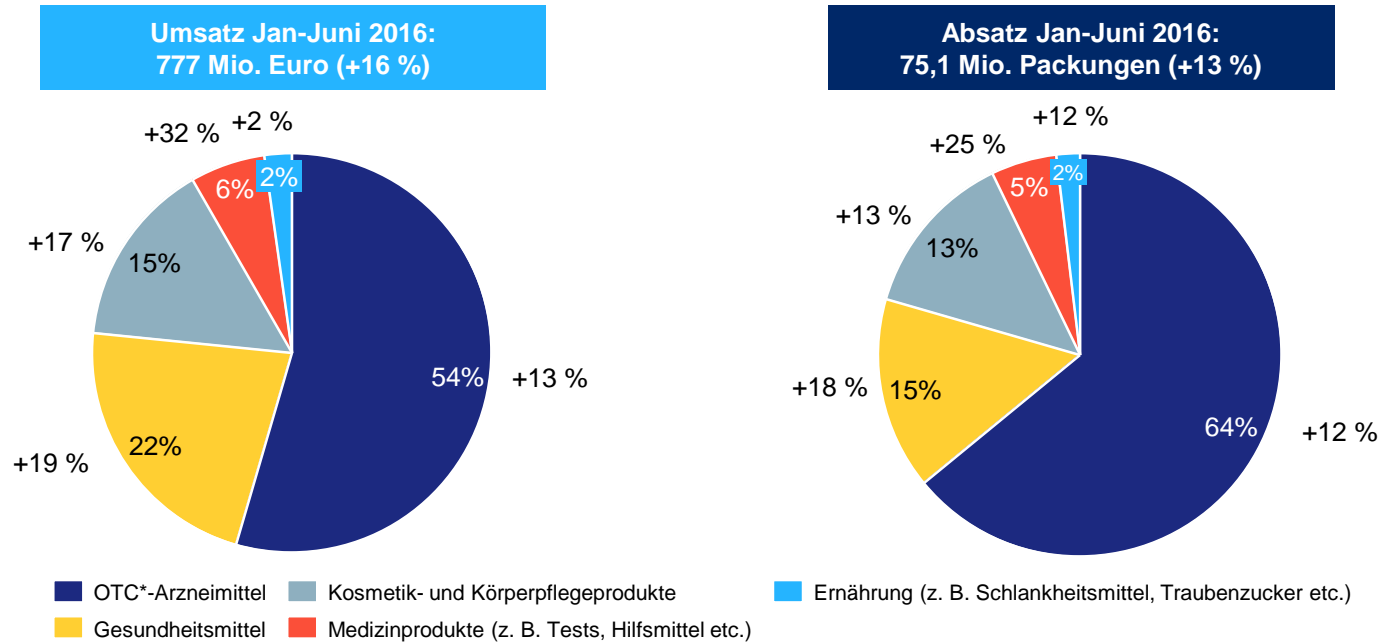
Nach Menge stagniert der Apothekenmarkt im ersten Halbjahr 2016 (799 Mio. Packungen). Während rezeptpflichtige Präparate um 1 % zulegen, stagniert der Absatz von rezeptfreien Arzneimitteln mit rückläufiger Tendenz.

Gut die Hälfte der abgegebenen Packungen in den Apotheken waren Generika (+2 %). Weitere 17 % des Absatzes vereinen sog. „Altoriginale“ (Präparate nach Ablauf des Patentschutzes; -6 %) auf sich. Der geringste Marktanteil (4 %) entfällt auf geschützte Präparate, die im genannten Zeitraum nach Menge um knapp 7 % zulegen.

Quelle: IMS PharmaScope® Real, Basis: Absatz in Mio. Packungseinheiten. Seit Juli 2009 sind Marktinformationen zum Versandhandel integriert.



## Deutlicher Umsatz- und Absatzzuwachs über den Versandhandel bei allen rezeptfreien Produktbereichen im ersten Halbjahr 2016

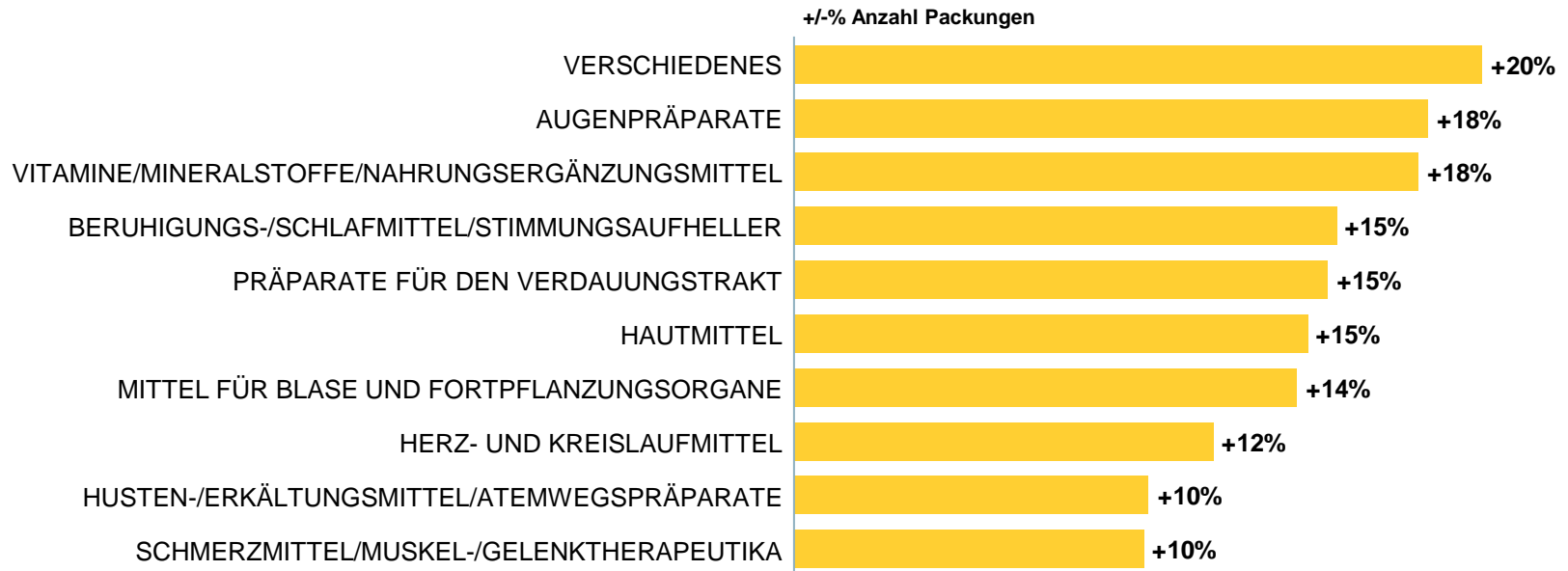


Im ersten Halbjahr 2016 steigt die Nachfrage nach Produkten über den Versandhandel zweistellig (Umsatz +16 % / Absatz +13 %). Insgesamt wurden 75 Mio. Packungen Arznei-/Gesundheitsmittel, Kosmetik- und Medizinprodukte (Tests, Hilfsmittel etc.) sowie Produkte für die Ernährung (Schlankheitsmittel, Traubenzucker etc.) im Wert von 777 Mio. Euro\* geordert.

Nahezu alle Teilbereiche wuchsen im niedrig zweistelligen Bereich. Arznei- und Gesundheitsmittel vereinen auf sich den größten Marktanteil sowohl nach Umsatz (54 %) als auch nach Absatz (64 %).

Quelle: IMS® Consumer Report Apotheke, Basis: \*Umsatz in EUR zum effektiven Verkaufspreis; Absatz in Packungen; \*OTC: over the counter (rezeptfrei)

## Zweistelliges Mengenwachstum bei den absatzstärksten OTC-Arznei- und Gesundheitsmittelgruppen im ersten Halbjahr 2016



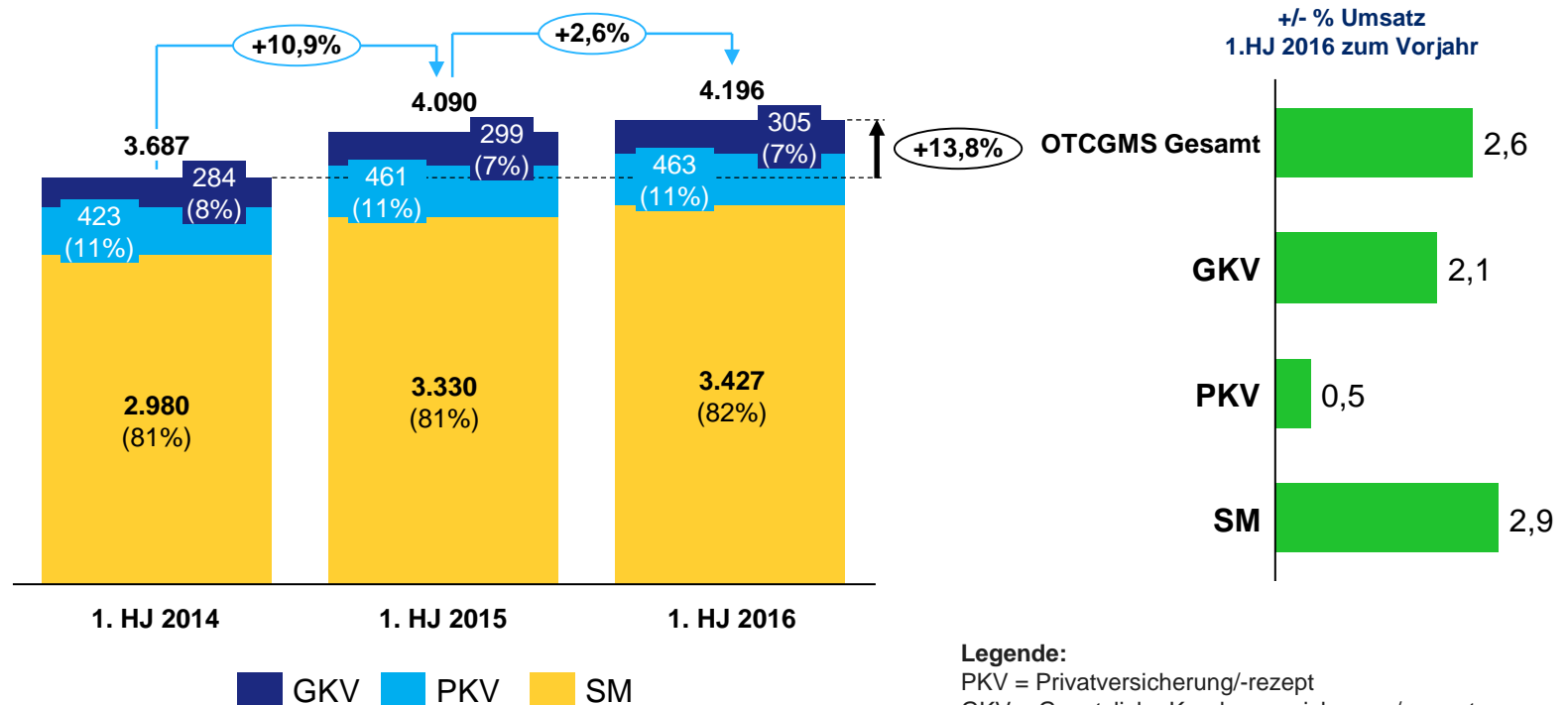
Im ersten Halbjahr 2016 verbuchen die absatzstärksten zehn Gruppen der Arznei- und Gesundheitsmittel über den Versandhandel sämtlich einen Zuwachs im niedrig zweistelligen Bereich. Am stärksten legen die Gruppen Verschiedenes (überwiegend Homöopathika, +20 %), Augenpräparate und Vitamine/Mineralstoffe/Nahrungsergänzungsmittel zu (je +18 %).

Der elektronische/telefonische Bestellweg hat deutlich an Attraktivität gewonnen, was u.a. an schnelleren Lieferungen und an der Ausweitung des Sortimentes von Versandhändlern liegt. Selbst bei akuten Erkrankungen wie Erkältungen und Atemwegserkrankungen bestellen Verbraucher häufiger über diesen Vertriebsweg, wie der Zuwachs um 10 % für diese Präparate zeigt.

Quelle: IMS® OTC/GMS, Basis: Absatz in Packungen

## Niedrig einstelliges Umsatzwachstum des Gesamtmarktes rezeptfreier Arznei- und Gesundheitsmittel im ersten Halbjahr 2016 – umsatzstarkes Vorjahr zu berücksichtigen

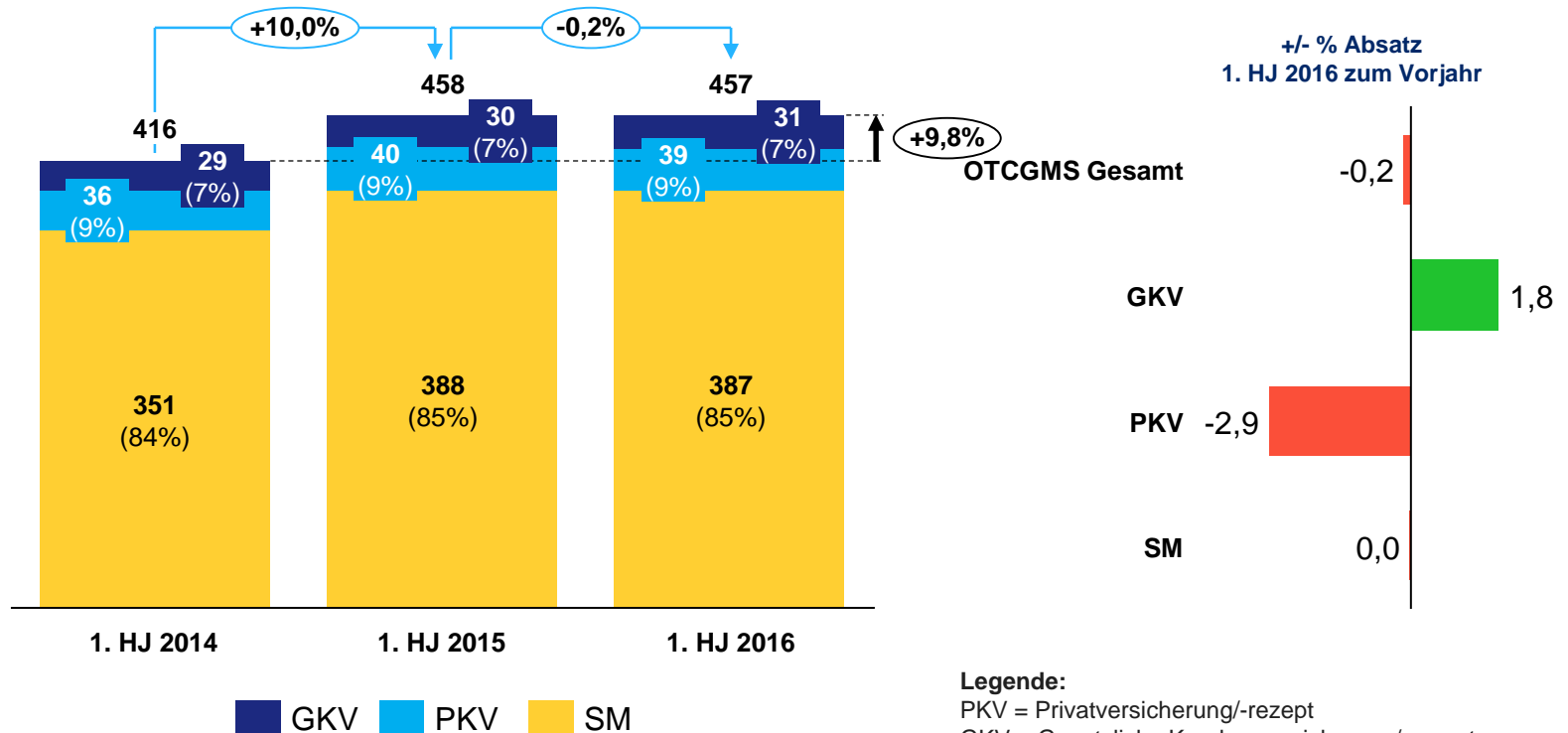
Umsatz rezeptfreier Arznei- und Gesundheitsmittel im deutschen Apothekenmarkt (Offizin plus Versandhandel) in Mio. Euro (effektiver Verbrauchspreis), 1. Halbjahr 2016



Quelle: IMS® Consumer Report Apotheke; OTCGMS (Gruppen 1-19+97)

## Absatz von OTC-Arznei- und Gesundheitsmitteln stagniert im ersten Halbjahr 2016 gegenüber Vorjahr

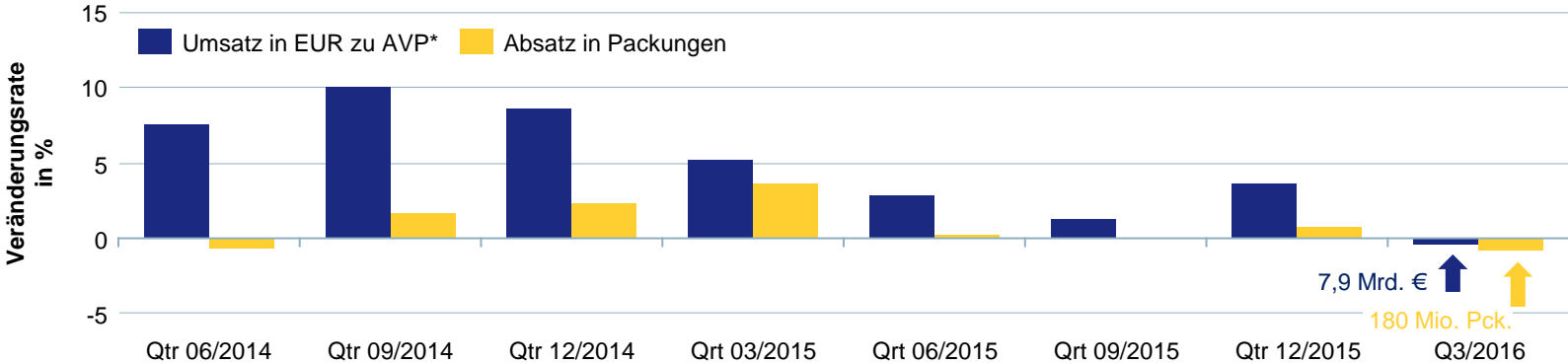
Absatz rezeptfreier Arznei- und Gesundheitsmittel im deutschen Apothekenmarkt (Offizin plus Versandhandel) in Mio. Packungen, 1. Halbjahr 2016



Quelle: IMS® Consumer Report Apotheke; OTCGMS (Gruppen 1-19+97)

**Legende:**  
 PKV = Privatversicherung/-rezept  
 GKV = Gesetzliche Krankenversicherung/-rezept  
 SM = Selbstmedikation

### GKV-Arzneimittelkosten im ersten Quartal 2016: Ausgaben für Arzneimittel stagnieren



<b>1. Quartal 2016:</b>	<b>Umsatz</b>	<b>7,9</b>	<b>Mrd. Euro</b>	<b>(-0,4 %)</b>
	<b>Absatz</b>	<b>180</b>	<b>Mio. Packungen</b>	<b>(-0,8 %)</b>

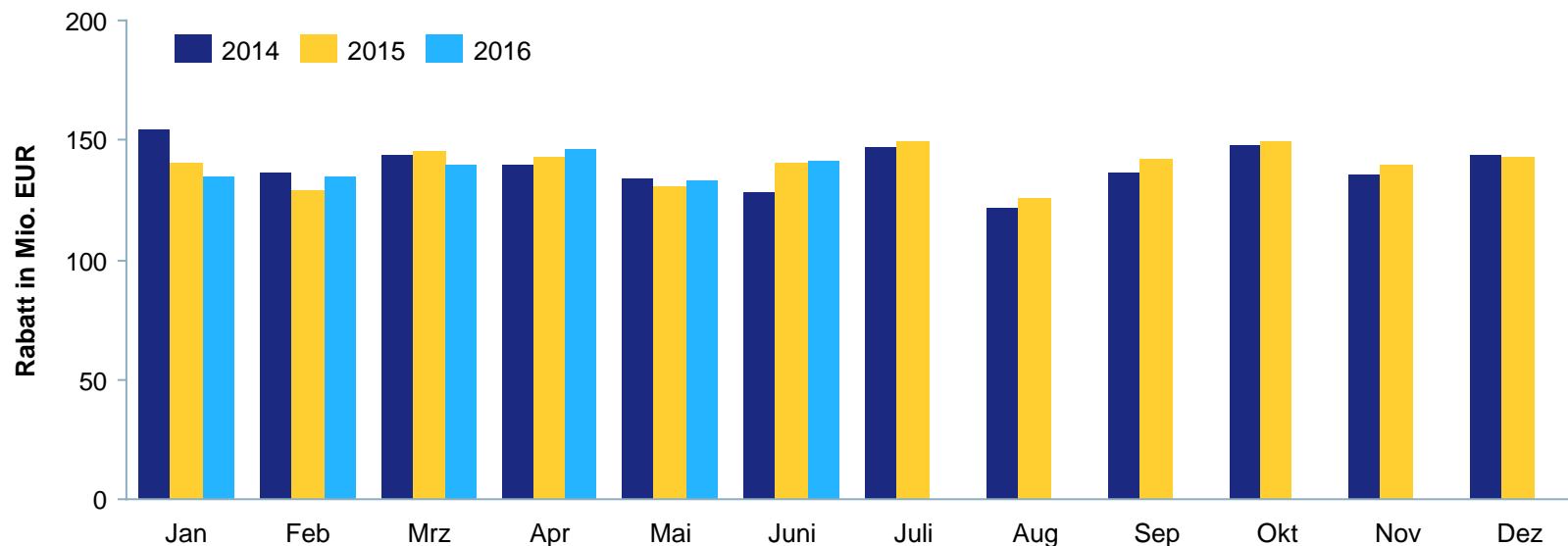
Die GKV-Arzneimittelausgaben unter Berücksichtigung von Einsparungen aus Rabattverträgen und Abschlägen der Hersteller (§ 130a Abs. 1 SGB V) und Apotheken stagnieren im ersten Quartal 2016. Der Wert der Ausgaben beläuft sich auf 7,9 Mrd. Euro. Insgesamt wurden 180 Mio. Packungen Arzneimittel an Versicherte abgegeben, 1 % weniger als im ersten Quartal des Vorjahres.

*Hintergrundanalysen zur Absatzentwicklung zeigen*, dass innerhalb der führenden Präparategruppen nur wenige im unteren einstelligen Bereich zulegen (bspw. Analgetika, Thyreoidpräparate, Lipidregulatoren je +3 %). Eine rückläufige Entwicklung erfahren dagegen verschiedene Antibiotika-Therapien (z. B. Makrolide -13 %; Cephalosporine -8 %), nicht-steroidale Antirheumatika (-2 %) und Expektorantien ohne antiinfektive Komponente (-8 %).

Die Ausgabenentwicklung im ersten Quartal 2016 wird maßgeblich von den gestiegenen Einsparungen durch Rabattverträge (+8 %; 835 Mio. Euro) beeinflusst. Außerdem sind die Ausgaben für antivirale Mittel exkl. HIV zu Beginn des Jahres wieder deutlich gesunken, nachdem diese in 2015 nach der Einführung innovativer Therapien gegen Hepatitis C stark gestiegen waren.

Quelle: IMS PharmaScope® Polo, Basis: \*Umsatz in Euro zum Apothekenverkaufspreis (AVP) abzüglich der von Herstellern und Apotheken zu leistenden Abschläge, abzüglich gemeldeter Rabatte aus Erstattungsbeträgen nach §130b SGB V; abzgl. Einsparungen aus Rabattverträgen nach §130a Abs. 8 SGB V laut BMG KV-45 für 1. Quartal 2016 ggü. 1.Quartal 2015; Absatz in Packungseinheiten; ohne Impfstoffe

## Herstellerabschläge liegen im Juni 2016 leicht über Vorjahresmonat



Im aktuellen Monat belaufen sich die Einsparungen aus Herstellerabschlägen im GKV-Markt auf 142 Mio. Euro (+1 %).

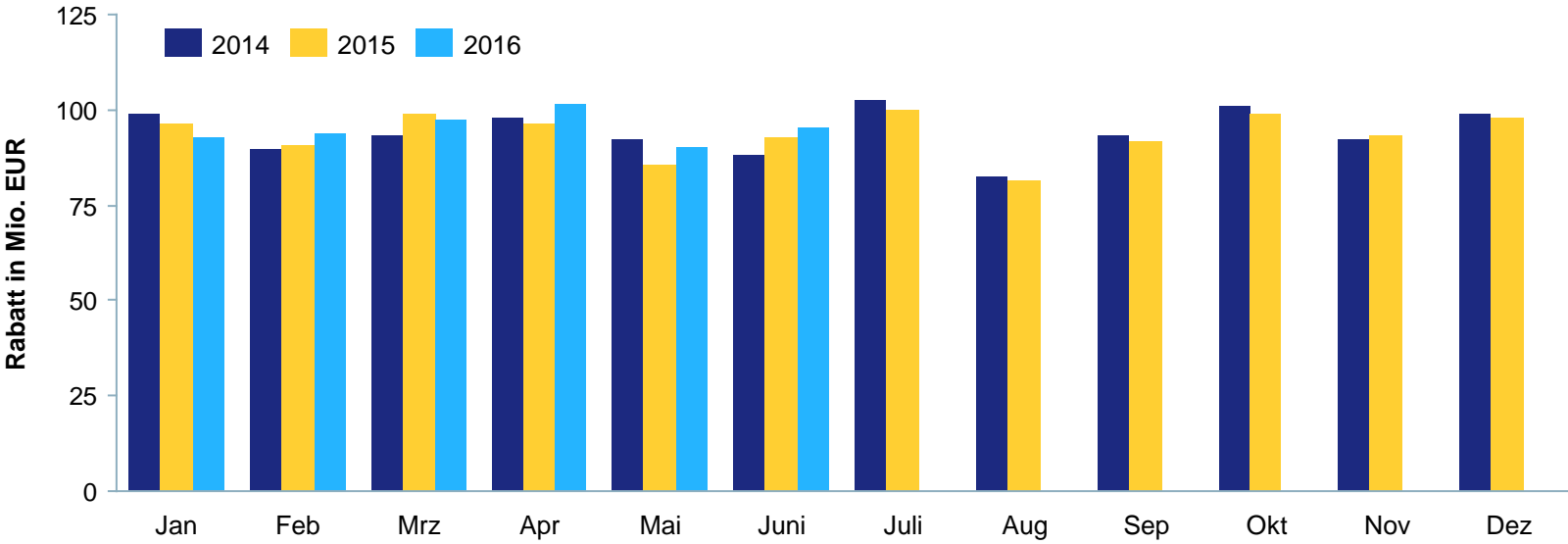
Der Abschlag für patentgeschützte, nicht festbetragspflichtige Arzneimittel lag im Jahr 2013 bei 16 %. Im Januar 2014 wurde der Rabattsatz zunächst auf 6 % gesenkt und zum 1. April 2014 dann auf 7 % festgelegt.

**Hinweis:** In den Werten für den Herstellerabschlag sind die Einsparungen durch Erstattungsbeträge nach § 130b SGB V wegen der Umstellung der Abrechnungsweise seit April 2014 (Erstattungspreis = neuer Listenpreis) nicht mehr berücksichtigt.

Quelle: IMS PharmaScope® Polo; inklusive Rabatte für Zubereitungen; inkl. Berücksichtigung Zusatzabschläge infolge des Preis moratoriums, inkl. gemeldete Rabatte aus Erstattungsbeträgen nach §130b SGB V bis einschließlich März 2014



### Apothekennachlässe im Juni 2016 gering über Vorjahresniveau

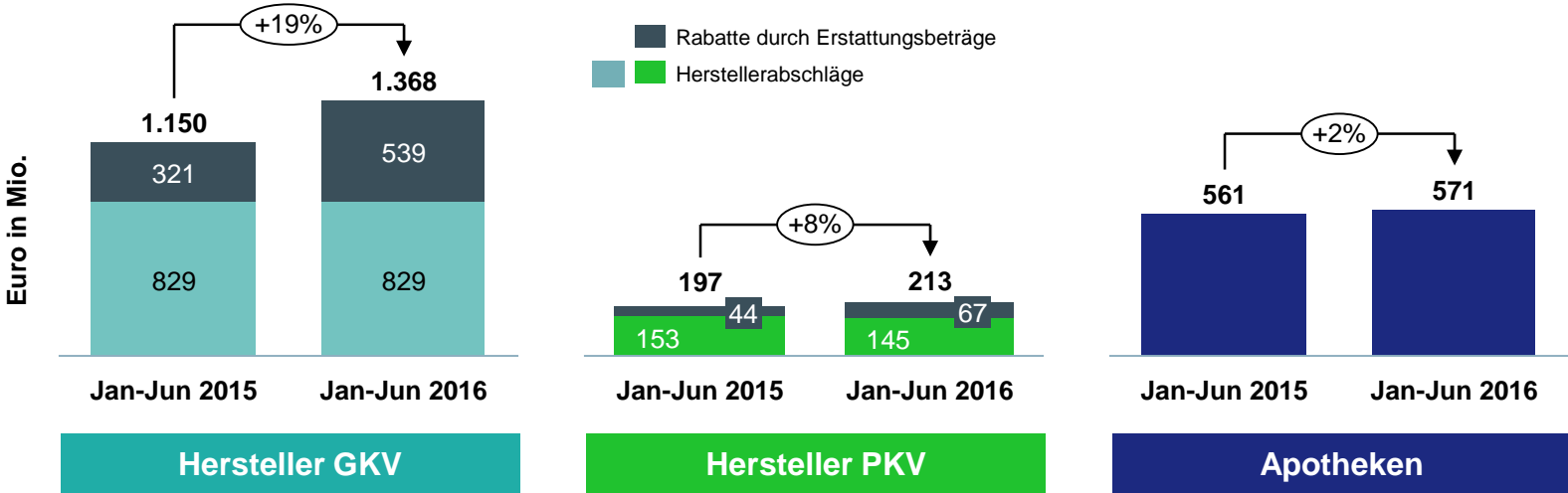


Die GKV-Einsparungen durch Apothekennachlässe steigen im Juni 2016 um etwas mehr als 2 % ggü. dem Vorjahresvergleichsmonat und belaufen sich auf 95 Mio. Euro. Dies korrespondiert mit der Absatzentwicklung rezeptpflichtiger Arzneien in gleicher Größenordnung.

Die Apotheken entrichten pro auf GKV-Rezept abgegebener Rx-Arzneimittelpackung einen Abschlag von 1,77 Euro. Dieser Packungsabschlag ist seit Januar 2015 gültig. Im Jahr 2014 betrug der Wert noch 1,80 Euro.

Quelle: IMS PharmaScope® Polo; inklusive Rabatte für Zubereitungen

Im ersten Halbjahr 2016 steigen GKV-Einsparungen um 13 %



Im ersten Halbjahr 2016 spart die Gesetzliche Krankenversicherung durch Abschläge von Herstellern und Apotheken rund 1,9 Mrd. Euro (+13 %) bei den Arzneimittelkosten.

Rund 70 % der Einsparungen werden durch Herstellerabschläge und Erstattungsbeträge generiert (1,4 Mrd. Euro; +19 %). Weitere 571 Mio. Euro resultieren aus Apothekennachlässen (+2 %).

Die pharmazeutischen Hersteller gewähren auch den privaten Assekuranzen gegenüber Abschläge. Dieses Volumen liegt im ersten Halbjahr 2016 bei 213 Mio. Euro (+8 %).

Quelle: IMS PharmaScope® Polo; inklusive Rabatte für Zubereitungen; \*inklusive Berücksichtigung Zusatzabschläge infolge des Preis-moratoriums und inklusive Berücksichtigung von gemeldeten Rabatten aus Erstattungsbeträgen nach §130b SGB V; PKV-Rabatte berechnet aus Umsatz und Abschlagshöhe pro Segment

**IMS® Krankenhausindex (DKM®):** Arzneimittel-Verbrauchsstudie der IMS Krankenhausforschung. Über die jeweils versorgende Klinikapotheke werden monatlich Verbrauchsdaten auf Basis von Fachabteilungen und Stationen erhoben. Ermittelt wird das Absatz- und bewertet das Umsatzvolumen des kompletten Klinikmarktes sowie dessen Entwicklung gegenüber Vorjahreszeitraum. Die Datenbasis bilden rund 480 Panelkrankenhäuser.

Die Hochrechnung erfolgt nach 4 Bettengrößenklassen, 15 Fachrichtungen und 7 Regionen.

**IMS PharmaScope®:** Die Daten umfassen die Arzneimittelabgaben der Apotheken für den GKV-Markt, Privatrezepte und Barverkäufe auf Basis der Abgaben der öffentlichen Apotheken. Datenbasis für den GKV-Markt sind von den Apothekenrechenzentren getätigte GKV-Abrechnungen. Der Anteil der Privatrezepte und Abgaben ohne Rezept werden auf Basis einer Stichprobe von rund 4.000 Apotheken erhoben.

Marktinformationen zum Versandhandel umfassen die Einkäufe der deutschen Verbraucher beim Versandhandel.

Dazu bildet ein Versandhandelspanel die Grundlage, die um eine Projektion ergänzt wird.

Der **IMS® Consumer Report Apotheke** ist eine kontinuierliche Marktstudie über die Verkäufe von rezeptfreien Arzneimitteln und Nichtarzneimitteln/diätetischen Lebensmitteln sowie Medizinprodukten in öffentlichen Apotheken und Versandhandelsapotheken in Deutschland.

Die Verkäufe in öffentlichen Apotheken in Deutschland werden über eine repräsentative Stichprobe von rund 4.000 Apotheken erfasst und hochgerechnet. Informationen zum Apothekenversand werden durch eine gesonderte Projektion aus dem IMS Versandhandelspanel ermittelt. Außerdem gehen Verkäufe von öffentlichen Apotheken ein, sofern sie als Versandhandelsverkäufe deklariert werden.

## Erläuterungen zu den Auswertungen im IMS Health Marktbericht

Der Marktbericht enthält monatliche Auswertungen zum Pharma-Gesamtmarkt und zu den Bereichen Klinikmarkt, Apothekenmarkt, OTC-Apothekenmarkt und GKV-Markt. Dabei unterscheiden sich je nach Sichtweise der Warenkorb und/oder die Variablen für die Darstellung des Absatzes und Umsatzes.

### Klinikmarkt

Die Auswertungen zum Klinikmarkt zeigen den Verbrauch von Arzneimitteln in deutschen Krankenhäusern. Der Absatz wird auf Basis von Zähleinheiten (=ZE; Tabletten, Kapseln, Portionsbeutel, Injektionen etc.) erfasst.

Die Berechnung des Umsatzes erfolgt mithilfe eines bewerteten Preises pro Zähleinheit. Dadurch sind Rabatte, die die pharmazeutischen Hersteller den versorgenden Klinikapotheken gewähren, mitberücksichtigt.

### Pharma-Gesamtmarkt

Alle Auswertungen zum Pharma-Gesamtmarkt beinhalten den Umsatz und Absatz im Klinikmarkt und Apothekenmarkt.

Um eine Marktsumme zu bilden, wird in dieser Darstellung der Absatz im Apothekenmarkt wie im Klinikmarkt ebenfalls in Zähleinheiten (Tabletten, Kapsel, Portionsbeutel etc.) umgerechnet gezeigt.

Anders als für den Klinikmarkt beruhen die Umsatzvolumina für das Segment Apotheke auf dem Listenpreis zu ApU (=Abgabepreis des pharmazeutischen Unternehmers bzw. Erstattungsbetrag für AMNOG Produkte). Abschläge und Einsparungen aus Rabattverträgen sind hierbei nicht berücksichtigt.

### Apothekenmarkt

Die Analysen zum Apothekenmarkt zeigen den Absatz von abgegebenen Packungen rezeptfreier und rezeptpflichtiger Arzneimittel.

Das gezeigte Umsatzvolumen wird mit den Listenpreisen auf der Preisstufe ApU (=Abgabepreis des pharmazeutischen Unternehmers bzw. Erstattungsbetrag für AMNOG Produkte) berechnet. Außerdem werden Herstellerabschläge und Abschläge aufgrund des Preismoratoriums in Abzug gebracht.

### OTC-Apothekenmarkt

Die Auswertungen zum OTC-Apothekenmarkt unterscheiden sich in zwei Punkten von den übrigen Analysen über den Apothekenmarkt. Zum einen wird ein anderer Warenkorb verwendet, der neben rezeptfreien Arzneimitteln auch Gesundheitsmittel berücksichtigt. Zum anderen ist die Preisbasis für die Berechnung des Umsatzes der effektive Verkaufspreis. Dies ist der Preis, zu dem der Verbraucher OTC-Arznei- und Gesundheitsmittel in den Apotheken oder über den Versandhandel erwirbt.

### GKV-Markt

In diesem Kapitel zeigt der Marktbericht die Ausgaben- und Mengenentwicklung der gesetzlichen Krankenversicherung für Arzneimittel aus Offizin-Apotheken und dem Apothekenversandhandel. Der Absatz wird als Anzahl Packungen erfasst und gezeigt.

Die Ausgaben werden mithilfe des Apothekenverkaufspreises (AVP) abzüglich der von Herstellern und Apotheken zu leistenden Abschläge, gemeldeter Rabatte aus Erstattungsbeträgen nach §130b SGB V und der Einsparungen aus Rabattverträgen nach §130a Abs. 8 SGB V (lt. BMG Veröffentlichungen) berechnet. Der Apothekenverkaufspreis ist der Preis, der den gesetzlichen Krankenversicherungen in Rechnung gestellt wird. Weitere Analysen zum GKV-Markt zeigen die Entwicklung der Hersteller- bzw. Apothekenabschläge für einzelne Monate bzw. den kumulierten Jahreswert im laufenden Kalenderjahr.

## Impressum

### **Herausgeber:**

IMS HEALTH GmbH & Co. OHG, Registergericht  
Frankfurt am Main HR A 29291, Persönlich haftende  
Gesellschafter sind: IMS HEALTH Beteiligungsgesellschaft mbH,  
Frankfurt am Main, Registergericht Frankfurt am Main, HR B 46001  
Geschäftsführer: Dr. Frank Wartenberg (Vorsitzender), Jens Thumann

### **Chefredaktion:**

Dr. Gisela Maag

### **Redaktion:**

Rita Carius, Dagmar Wald-Eßer

### **Kontakt:**

IMS Pressestelle,  
Dr. Gisela Maag, Tel. 069 6604 4888  
E-Mail: [GMaag@de.imshealth.com](mailto:GMaag@de.imshealth.com)

### **Copyright:**

IMS Health Marktbericht ist ein regelmäßig erscheinender Newsletter.

Alle Angaben und Informationen in diesem IMS-Newsletter wurden sorgfältig zusammengestellt und geprüft.

Die gegebenenfalls im Zusammenhang mit Daten verwendeten Begriffe „Patient, Arzt, Arztpraxis, Verordner oder Apotheke“ bezeichnen keine personenbezogenen, sondern ausschließlich (nach § 3 Abs. 6 Bundesdatenschutzgesetz) anonyme Informationen.

Für die Richtigkeit, Aktualität und Vollständigkeit der Informationen wird keine Haftung übernommen.

Alle Angaben und Inhalte sind ohne Gewähr. Irrtum und Änderungen vorbehalten.



## Über IMS Health

IMS Health ist ein weltweit führendes Informations- und Technologie-Unternehmen und bietet seinen Kunden in der Gesundheitsbranche ganzheitliche Lösungen zur Messung und Verbesserung ihrer Geschäftsergebnisse.

15.000 Mitarbeiter in über 100 Ländern spannen ein globales Netz über die lokalen Märkte und unterstützen die Healthcare-Branche dabei, effizienter zu arbeiten. Zu den Kunden zählen u.a. Pharma-, Consumer-Health- und Medizintechnik-Unternehmen, Leistungserbringer, Kostenträger und Regierungsbehörden.

Unsere 7.500 Service-Experten verbinden konfigurierbare SaaS-Anwendungen mit über 15 Petabytes an komplexen Gesundheitsdaten in der IMS One<sup>™</sup> Cloud-Plattform. Damit liefert IMS Health einzigartige Einblicke in Krankheiten, ihre Behandlungen sowie damit zusammenhängende Kosten und Auswirkungen.

Grundlage der IMS Health Dienstleistungen sind valide und anonymisierte Daten aus dem Arzneimittelmarkt und Versorgungsalltag (Real-World Data). Datenschutz, Anonymität der Datenquellen sowie Neutralität sind dabei für IMS Health oberste Gebote. Mithilfe der IMS Health Daten können ungedeckter medizinischer Bedarf von Patienten erkannt, die Wirksamkeit und der Wert von Arzneimitteln verdeutlicht sowie die Gesundheit im Allgemeinen verbessert werden. Weitere Informationen finden Sie unter [www.imshealth.de](http://www.imshealth.de)

## Kontakt

**IMS Health GmbH & Co. OHG**  
Darmstädter Landstraße 108  
60598 Frankfurt am Main

Tel.: 0 69 6604-0

Fax: 0 69 6604-5000

E-Mail: [info@de.imshealth.com](mailto:info@de.imshealth.com)

[www.imshealth.de](http://www.imshealth.de)

 [@IMSHealthDE](https://twitter.com/IMSHealthDE)