

Kontakt: Dr. Gisela Maag, QuintilesIMS Pressesprecherin (gisela.maag@quintilesims.com)
+ 49 69 6604 4888 (Büro) +49 173 313 9895 (mobil)

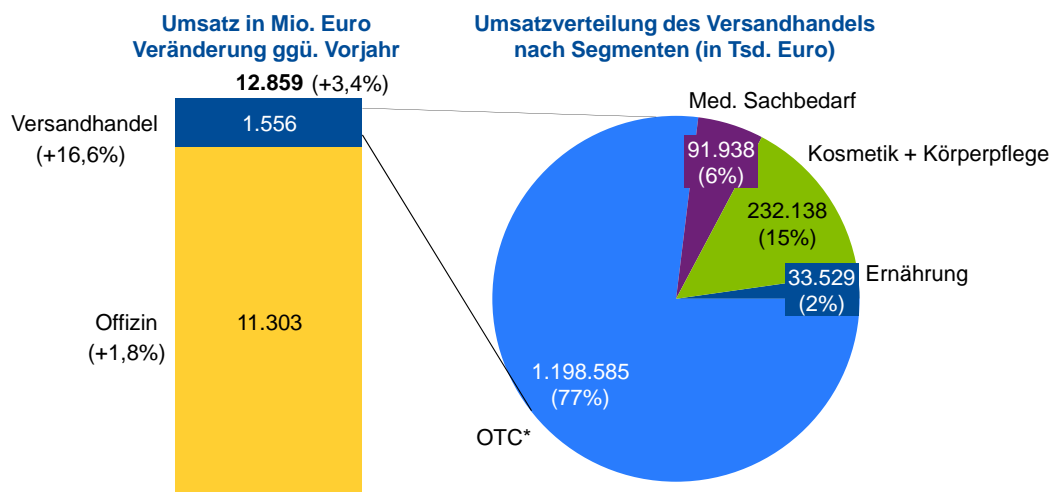
Apotheken-Versandhandel mit rezeptfreien Produkten im Jahr 2016: Zweistelliges Wachstum

Frankfurt, 11.05.2017. Der Apotheken-Versandhandel mit rezeptfreien Produkten - Arznei- und Gesundheitsmitteln, Kosmetika, Produkten zur Ernährung und zum medizinischen Sachbedarf – in und nach Deutschland setzte auch im Jahr 2016 seinen Wachstumskurs fort. Das OTC-Geschäft (OTC: over the counter) über den elektronischen/telefonischen Bestellweg wächst sowohl nach Wert als auch nach Menge niedrig zweistellig (rund +17 % / +13 %). Die Umsatzentwicklung der Vorort-Apotheken nimmt sich demgegenüber mit knapp +2 % bescheiden aus, die Menge ist tendenziell (rund -1 %) rückläufig.

Durch die Aufwärtsbewegung des Versandhandels verbucht der Gesamtmarkt rezeptfreier Produkte (Apotheken und Versandhandel) in 2016 eine Umsatzsteigerung von gut 3 % bei einer Mengenentwicklung von +1 % (Abb. 1 und 2).

Abbildung 1: Zweistellige Umsatzsteigerung des Apotheken-Versandhandels mit rezeptfreien Produkten in 2016

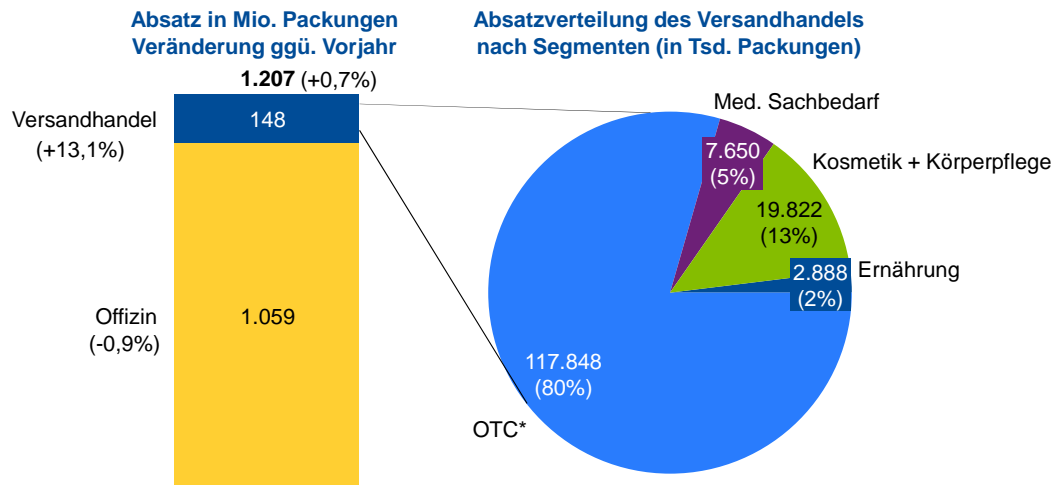
Jahr 2016: OTC-Markt Apotheke (OTC-Arznei-/Gesundheitsmittel, Apothekenkosmetik, Medizinischer Sachbedarf, Ernährung), Umsatz zu effektiven Verkaufspreisen



Quelle: IMS Apothekenstichprobe und Hochrechnung/Projektion, IMS® Consumer Health Analytics, cube 2330
* OTC = over the counter = rezeptfrei / hier inkl. Nichtarzneimittel (OTCGMS, PEC, PAC, Nutrition)

Abbildung 2: Zweistellige Absatzsteigerung des Apotheken-Versandhandels mit rezeptfreien Produkten in 2016

Jahr 2016: OTC-Markt Apotheke (OTC-Arznei-/Gesundheitsmittel, Apothekenkosmetik, Medizinischer Sachbedarf, Ernährung), Absatz in Packungen



Quelle: IMS Apothekenstichprobe und Hochrechnung/Projektion, IMS® Consumer Health Analytics, cube 2330
 * OTC = over the counter = rezeptfrei / hier inkl. Nichtarzneimittel

Marktanteil von 12 % nach Wert und Menge

Von den insgesamt 12,9 Milliarden Euro Umsatz (zu effektiven Verkaufspreisen) mit rezeptfreien Produkten entfallen in 2016 auf den Versandhandel knapp 1,6 Mrd. Euro bzw. 12 %. Die zweistellige Umsatzsteigerung dieses Vertriebskanals schlägt sich damit in einer Erhöhung des Marktanteils um einen Prozentpunkt nieder. Ebenfalls von 11 % auf 12 % gestiegen ist der Anteil versendeter Packungen.

Arznei- und Gesundheitsmittel größter Produktbereich, starke Nachfrage bei medizinischem Sachbedarf

Der größte Umsatz- wie auch Mengenanteil entfällt auch im Versandhandel mit 77 % bzw. 80 % nach wie vor auf Arznei- und Gesundheitsmittel. Den zweitgrößten Anteil vereint das Segment der Produkte zur Körperpflege und Kosmetik (15 %/13 %) auf sich, gefolgt von Artikeln des medizinischen Sachbedarfs (Tests, Messinstrumente usw.) und Ernährungsprodukten. Den größten Zuwachs verbucht der medizinische Sachbedarf (+29 %/+24 %), was auf eine gestiegene Nachfrage nach Tests und Testinstrumenten, Injektionsbedarf und Produkten für die Inkontinenzversorgung zurückzuführen ist. Umsatz und Absatz legen jedoch auch bei allen anderen untersuchten Kategorien deutlich zu. Dies dürfte u.a. mit der zunehmenden Akzeptanz des Versandhandels in der Gesundheitsversorgung zusammenhängen.

Kontinuierliches Wachstum durch breiteres Sortiment und Serviceoptimierung

Dass der Versandhandel von Jahr zu Jahr Zuwächse verbucht, hat mehrere Gründe. So bedient dieser Vertriebskanal immer mehr Segmente aus dem rezeptfreien Markt. Diese breitere Produktpalette beinhaltet sowohl günstigere als auch hochpreisige Produkte und zunehmend mehr Produktformen und Packungsgrößen. Ferner hat der Versandhandel an Schnelligkeit gewonnen, Lieferzeiten haben sich deutlich verkürzt. Diese und weitere Verbesserungen von Service-Merkmalen honorieren die Verbraucher. „Die elektronische Bestellung von Produkten aus der Apotheke hat sich inzwischen als normaler Einkaufsweg etabliert. Der Verbraucher bestellt Medikamente für den Akutbedarf wie auch zur Vorsorge, nimmt aber auch Angebote aus anderen Produktbereichen wie etwa der Apothekenkosmetik wahr“ sagt Marlies Spiegel, Expertin für den Bereich Consumer Health bei QuintilesIMS.

Hinzu kommt, dass immer mehr Menschen Gesundheitsthemen über das Internet recherchieren und sich mit Gleichgesinnten bzw. Betroffenen über soziale Medien austauschen. Patienten informieren sich vor dem Arztbesuch, aber eben auch vor der elektronischen Bestellung, über verschiedene Quellen, und zwar nicht mehr nur über Preise, sondern auch über die Produkte selbst hinsichtlich Inhaltsstoffen, Wirkung und eventuellen Nebenwirkungen. Hersteller erkennen das Internet zunehmend als wichtiges Werbemedium und richten den werblichen Auftritt gezielt darauf aus. Systematische Verlinkungen von Suchbegriffen zu Produktempfehlungen, Rankings bei der Eingabe von Suchbegriffen und die Verlinkung von Produkten auf Online-Shops führen Verbraucher schnell von der Recherche zu Gesundheitsthemen auf Produktseiten und zur Online-Bestellung. Oftmals erscheinen bei der Suche nach bestimmten Produkten zuoberst die Angebote von Versandhändlern noch vor der Herstellerseite und auf der Produktseite schon der Hinweis zum Online-Shop.

Über QuintilesIMS

QuintilesIMS (NYSE: Q) ist ein führender internationaler Anbieter von klinischen Studienleistungen und integrierten Informations- und Technologielösungen, der Kunden im Gesundheitsbereich dabei unterstützt, ihre klinischen, wissenschaftlichen und wirtschaftlichen Ergebnisse zu verbessern. QuintilesIMS ist durch Fusion von Quintiles und IMS Health im Oktober 2016 entstanden. Das Unternehmen beschäftigt etwa 50.000 Mitarbeiter in mehr als 100 Ländern. Unternehmen, die durch innovative Behandlungsformen, Pflegeleistungen und besseren Zugang zu den Gesundheitssystemen Verbesserungen für Patienten im Versorgungsalltag und beim Outsourcing von klinischen Prüfungen anstreben, können die umfangreichen Informationssysteme, Technologien und Dienstleistungen von QuintilesIMS für neue Einsichten und Ansätze nutzen. QuintilesIMS bietet Lösungen von der klinischen Erprobung bis zur Vermarktung an und ermöglicht damit seinen Kunden auf einzigartige Weise, ihr ganzes Innovationspotenzial auszuschöpfen und das Gesundheitswesen zu verbessern.

Als international führendes Unternehmen, das sich dem Schutz der Privatsphäre verpflichtet, nutzt QuintilesIMS anonyme Gesundheitsdaten, um wichtige empirische Erkenntnisse zu Erkrankungen und Behandlungsformen zu liefern. Durch ein breites Spektrum an Technologien und Sicherheitsmechanismen garantiert QuintilesIMS den Schutz der Privatsphäre, und trägt durch sein

Informationsmanagement dazu bei, den Healthcare-Bereich voranzutreiben. Die gewonnenen Einsichten und die Fähigkeiten des Unternehmens, sie umzusetzen, ermöglichen es Biotechnologie- und Pharmaunternehmen, Medizintechnikfirmen, medizinischer Forschung, Behörden, Kostenträgern und anderen Akteuren im Gesundheitswesen, neue Therapien zu entwickeln und zu vermarkten, ungedeckte Bedarfe zu identifizieren und ein Verständnis dafür zu entwickeln, wie effizient und wertvoll Pharmaprodukte im Hinblick auf bessere Behandlungserfolge sind. Weitere Informationen finden Sie unter www.QuintilesIMS.com.