

SEMPORA CONSULTING

STRATEGIES FOR MARKET SUCCESS.

MARKTBEARBEITUNG ABSATZKANAL APOTHEKE

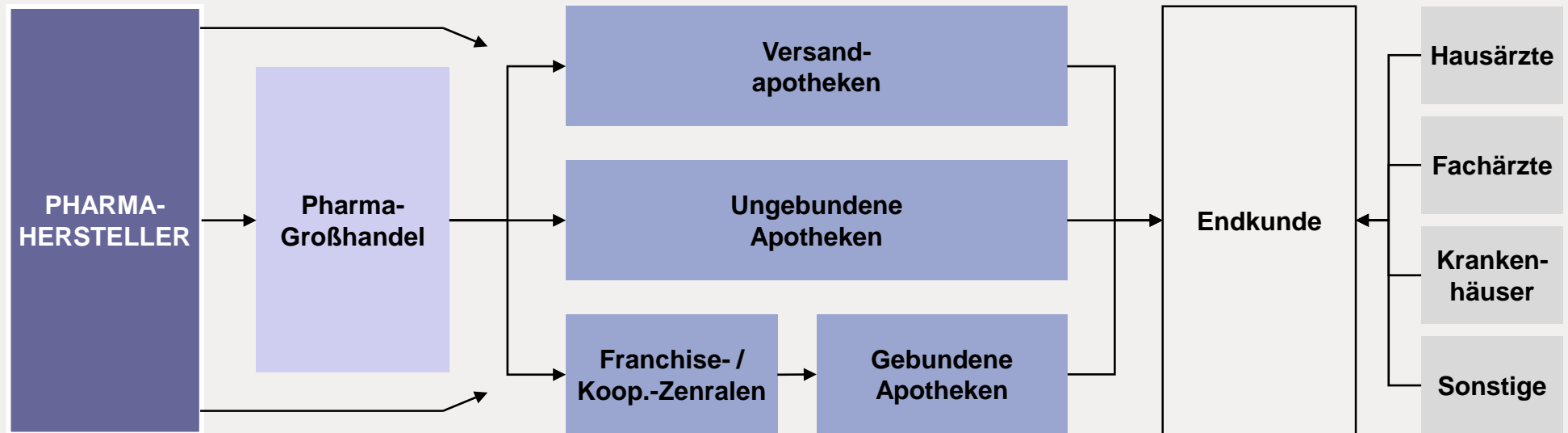
IKW-Mittelstandstagung

Bad Homburg, 08. März 2016

- **Handelsstruktur Apothekenmarkt**
- **Marktgrößen**
- **Wichtige Hersteller**
- **Erfolgsfaktoren**
- **Diskussion Apothekenkanal**
(Sebapharma und Weleda)

Der Apothekenmarkt in Deutschland ist geprägt von unterschiedlichen Handelskonzepten und Marktzugängen

Struktur Apothekenmarkt in Deutschland



Beispiele Marktbearbeitung unterschiedlicher Hersteller

Sinupret / Bionorica

Sinupret® eXtract

- 🍃 löst den Schleim
- 🍃 öffnet die Nase
- 🍃 befreit den Kopf

mehr erfahren über Sinupret® eXtract >

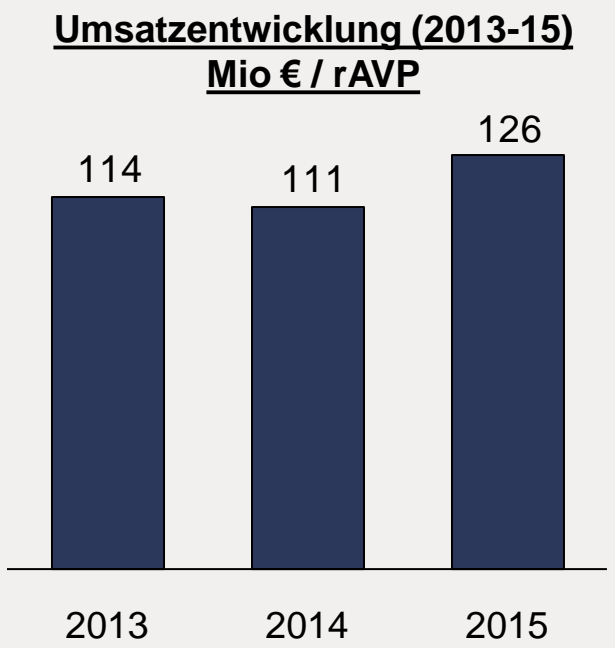
4-fach konzentriert*
ab 12 Jahren

Bionorica®
**Sinupret®
extract**

Bei akuten, unkomplizierten
Entzündungen der Nasennebenhöhlen
überzogene Tabletten
zum Einatmen

EVP
13,95 €

1. **Arztaußendienst**
2. **Apothekenaußendienst und POS Maßnahmen (Phytothek)**
3. **(Reduzierte) Endverbraucherwerbung**



Quelle: Insight Health

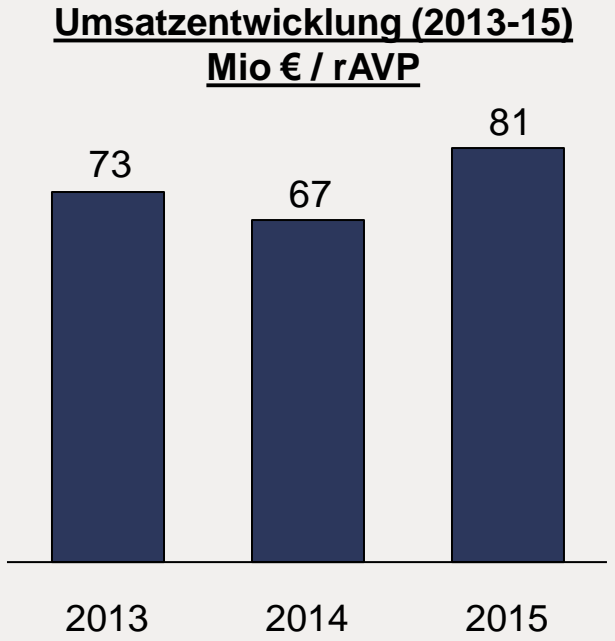
Beispiele Marktbearbeitung unterschiedlicher Hersteller

Wick / P&G



EVP
17,98 €

1. Apothekenaußendienst und POS Maßnahmen
2. Massive Endverbraucherwerbung



Quelle: Insight Health

Beispiele Marktbearbeitung unterschiedlicher Hersteller

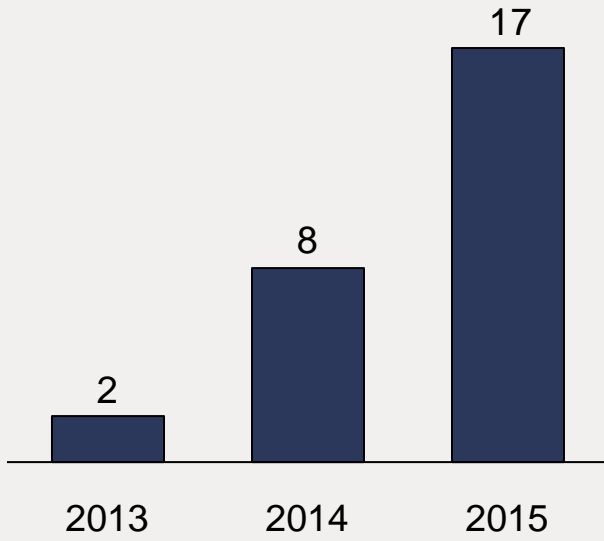
Kijimea / Fischer Gesundheitsprodukte



EVP 28,70 €

1. Massive Endverbraucherwerbung (Print / TV)
2. Listung beim Großhandel
3. Kein Außendienst!

Umsatzentwicklung (2013-15)
Mio € / rAVP



Quelle: Insight Health

Der gesetzliche Status zum Apothekenbetrieb

1.

Fremdbesitzverbot – nur Apotheker dürfen Apotheken besitzen: keine Ketten erlaubt!

2.

Mehrbesitz – ein Apotheker darf bis zu 4 Apotheken besitzen

3.

Versandapotheke – eine stationäre Apotheke ist nötig, um eine Versandhandelslizenz zu erhalten (3.100 Apotheken mit VH-Lizenz)

APOTHEKE

ST. HELENA - apotheke



MOHREN-APOTHEKE
am Gastberg

ST. HELENA apotheke



St. Helena
APOTHEKE

20.441



APOTHEKE

**Hier eröffnet
demnächst:**

SCHUH-SCHLÜSSEL-SERVICE

&

QUALITÄTSREINIGUNG


Nazareth-
Apotheke



schnell & preiswert!

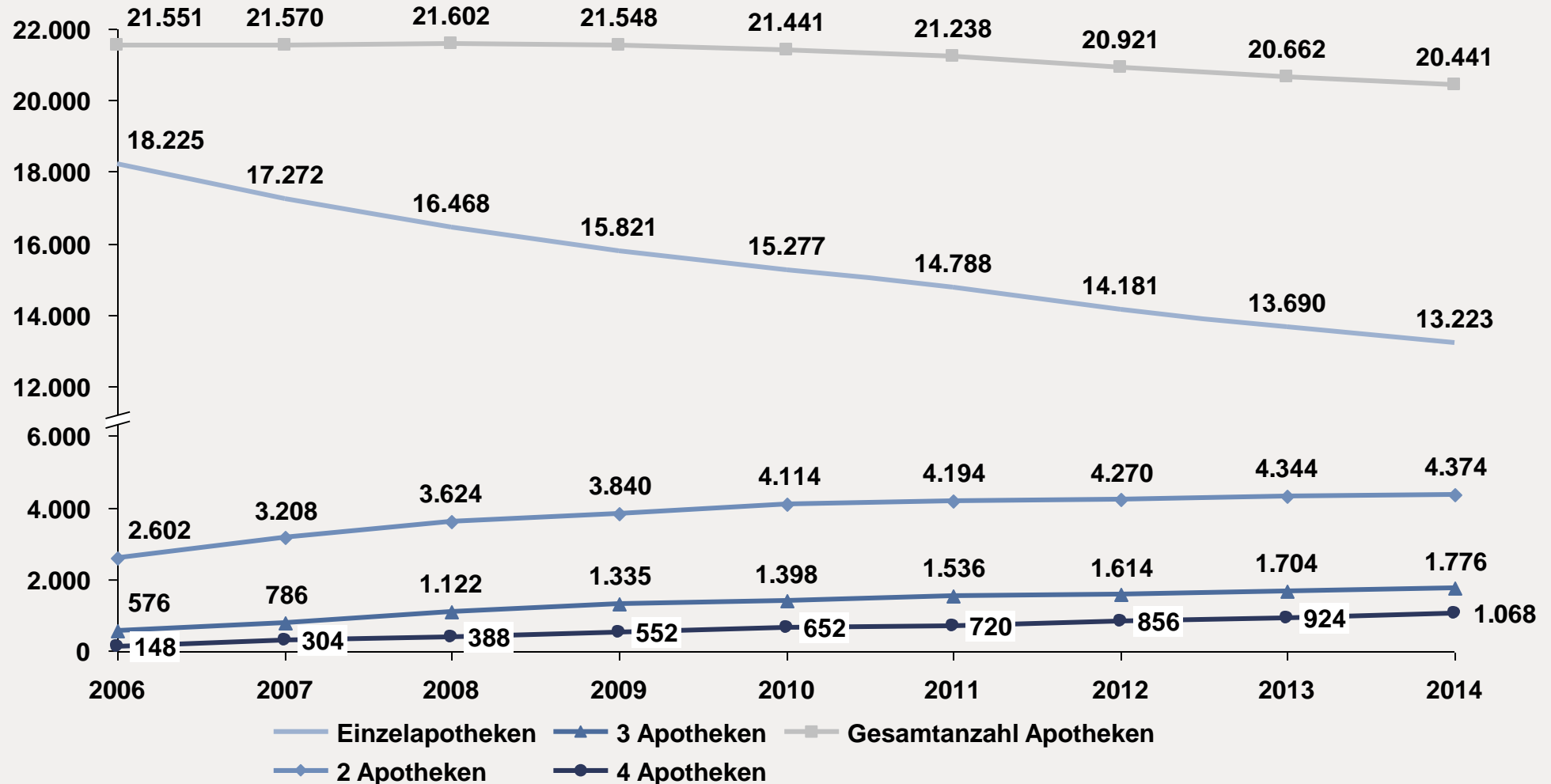
WÄRMUNGSVERKAUF

IVKUNGEN

Kleine Apotheken sterben

Trend: Apotheken nutzen zunehmend die Möglichkeit des Mehrbesitzes. Anzahl „Einzelkämpfer“ stark rückläufig

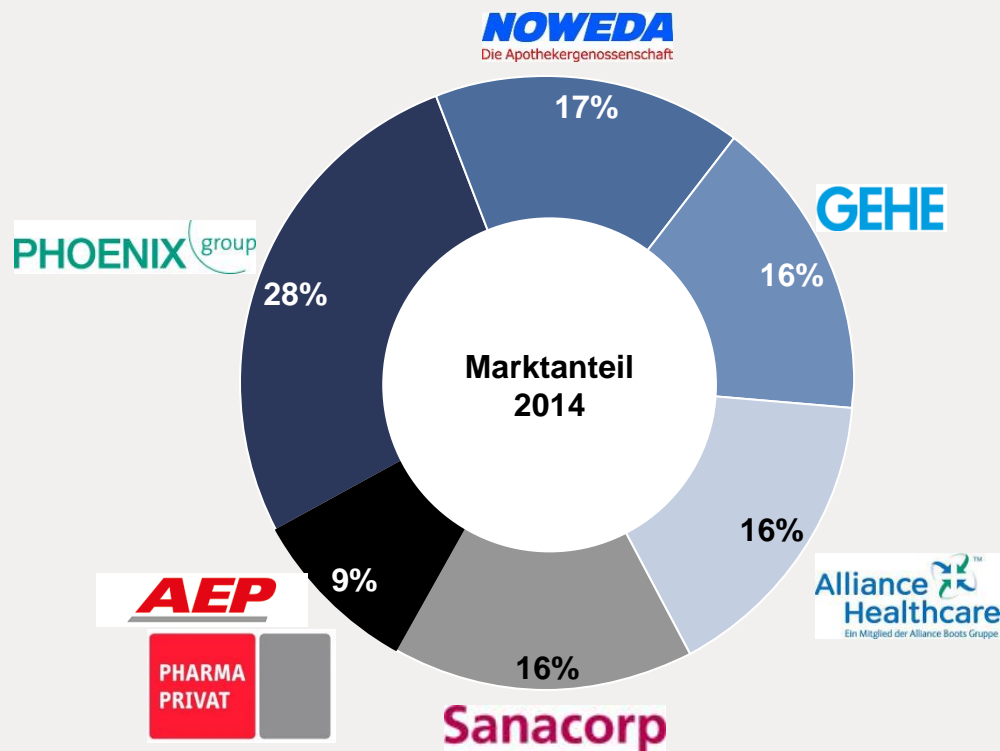
Entwicklung stationäre Apotheken in Deutschland



1 Quelle: ABDA

Phoenix ist der größte Pharmagroßhändler in Deutschland

Pharmazeutischer Großhandel



- **Fünf Großhändler** stehen für **90% des Marktes**
- **Phoenix, GEHE (Celesio) und Alliance Healthcare** sind internationale Schwergewichte im **Pharmagroßhandel und Apothekenbetrieb**
- **12 Großhändler** sind Vollversorger
- **112 Niederlassungen** versorgen die Apotheken
- **Jede Apotheke** arbeitet mit **mindestens 2 GH** zusammen
- **Umsatzvolumen:** 25 Mrd. €
- **Anzahl Packungen:** 1,56 Mrd.
- Durchschnittlich wird die Apotheke **3x am Tag beliefert**

83% der Apotheken haben sich für eine Apothekenkooperation entschieden. Die Leistungen / Gegenleistungen der Kooperationen unterscheiden sich stark

Apothekenkooperationen (Auszug)



LINDA ist die führende Apothekenkooperation. B2B Claim: „vom Apotheker für den Apotheker“

Apothekenkooperationen



Quelle: Sempora Research, linda.de

easyApotheke: Discount-Konzept mit drogeriemarktartigem Auftritt

Apothekenkooperationen



Problem vieler Kooperationen: Zentralabsprachen werden nicht flächendeckend umgesetzt

Leistungsbewertung Apothekenkooperationen

Bitte bewerten Sie die Gesamtleistung der folgenden Apothekenkooperationen anhand von Schulnoten!

	2013 ¹	2014 ¹		2015
LINDA	2,9	2,5	↑	2,1
Guten Tag Apotheke	2,9	2,6	↑	2,4
easyApotheke	2,9	2,8	↑	2,5
mea - meine apotheke	3,6	2,8	↓	2,7
AVIE	3,1	2,7	↑	2,8
MVDA e.V.	3,4	2,9		2,8
Migasa ²	-	-	↑	2,8
gesund leben-Apotheke	3,8	3,6	↑	2,8
1A-GESUND Apotheke	-	3,7	↑	2,9
NOWEDA	4,0	3,3	↓	3,2
EMK	3,2	2,6	↓	3,3
A-plus	3,4	2,9	↓	3,4
E-plus	3,4	2,9		3,5
MEDICON ²	-	-		3,5
AMM (Curadies) ²	-	-	↑	3,5
GESUND-IST-BUNT	4,0	3,7	↑	3,5
Natürlich (TORRE)	4,1	4,6	→	3,6
MIDAS	-	3,7		3,7
APOQUICK ²	-	-	↓	3,7
Alphega (vivesco)	3,5	3,4	↓	3,8
CURA-SAN	4,1	3,1	↓	3,9

Ø 3,1 (2015)³

Ø 3,2 (2014)

Ø 3,6 (2013)

Basis: 45 Hersteller

1 Basierend auf SEMPORA Coop-Study 2013 und 2014

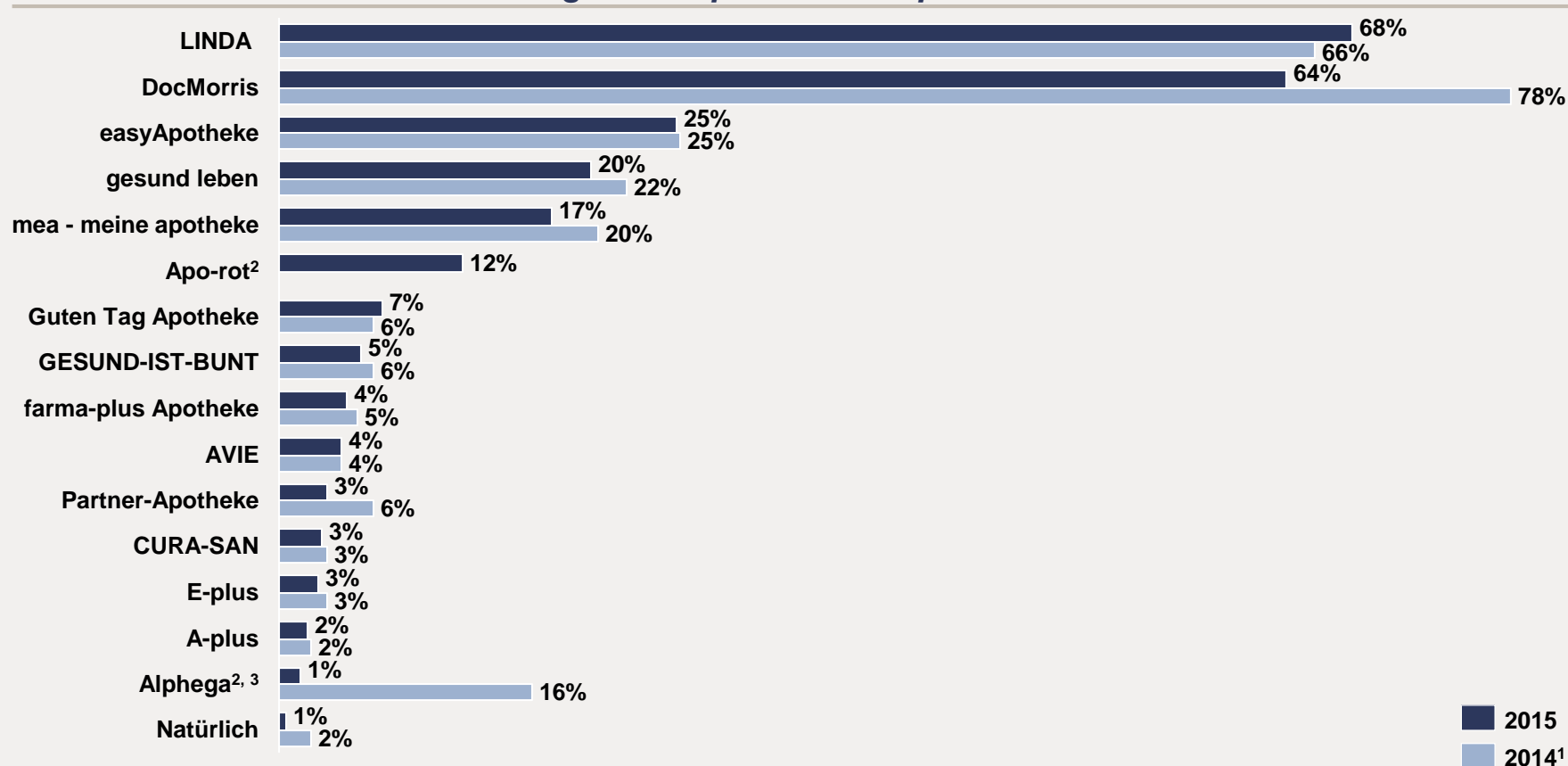
2 Erstmalig abgefragt in 2015

3 Zur Vergleichbarkeit beinhaltet der Mittelwert nur Kooperationen mit Vorjahreswert

Apothekenkooperation LINDA erstmals mit höchstem Bekanntheitsgrad im Vergleich

Bekanntheit Apothekenkooperationen

Welche der folgenden Apothekenkooperationen kennen Sie?



Basis: 560 Konsumenten (Gestützte Befragung, Mehrfachnennungen möglich)

1 Basierend auf 11. SEMPORA Apothekenmarktstudie 2014

2 Erstmals abgefragt in 2015

3 2014 bezogen auf Vivesco

In Deutschland gibt es eine Vielzahl von Versandapotheken. 3010 Apotheken haben eine Lizenz

Top-Versandapotheken D

The collage displays several prominent online pharmacies in Germany:

- zurRose:** "Ihre Versandapotheke mit Premium-Service". Features a search bar and a "Top-Angebote für entspannte Tage in der..." banner with a 50% discount offer.
- DocMorris:** "Meine neue Apotheke". Includes a search bar for "Begriff, PZN, Medikament" and a shopping cart showing 0 items for 00,00 €.
- mycare.de:** "Die Versand-Apotheke". Promotes a "10% Gutschein" (10% coupon) and a "JETZT EINLÖSEN" (Redeem Now) button.
- Apo-rot:** "2 Millionen Kunden". Lists various categories like Allergien, Brillen, Linsen & Augen, and Diabetes.
- Luitpold Apotheke:** "Ihre persönliche Versandapotheke". Features a search bar and a "HERZLICH WILLKOMMEN" (Warm Welcome) message.

Other visible elements include navigation menus, product listings (e.g., Fenistil, Tromcardin complex), and promotional banners for "Mein Tipp für den Mai" (My tip for May) and "Achtung Sonnenbrand!" (Beware of sunburn!).

Wichtige Apothekenversender sollten als Key Accounts bearbeitet werden

Deutschland: Top15-Versandapotheken (nur OTC)

Top Versender 2014/15 (nur OTC / Freiverkäufliche-Umsatz, in Mio. €, Schätzwerte ¹)		
1.	EuropaApotheek / ShopApotheke	160
2.	Apo-rot	120
3.	Medikamente-per-klick	100
4.	Apotal	80
5.	Medpex	75
6.	Sanicare	70
7.	DocMorris	68
8.	Apo-Discounter	60
9.	myCare	45
10.	ZurRose / VfG	35
11.	Aponeo	35
12.	Besamex	30
13.	Deutsche Internet Apotheke	23
14.	Vitalsana	20
15.	Mediherz	20

1 Quelle: SEMPORA Research, Experten-Interviews

Im Vergleich zum Vorjahr scheinen die Hersteller generell zufriedener mit der Gesamtleistung der Versandhändler; shop-apotheke.com erneut mit Bestnoten

Leistungsbewertung Versandapotheken

Wie beurteilen Sie die Gesamtleistung der folgenden Versandapotheken (nach Schulnoten)?

	2013 ¹	2014 ¹		2015
shop-apotheke.com	2,1	2,0	↑	1,9
europa-apotheek.com	2,3	2,2	↑	2,0
apo-rot.de	2,0	2,3	→	2,0
medpex.de	2,4	2,3	↑	2,3
apotal.de	2,6	2,7	↑	2,4
docmorris.de	2,6	2,8	↑	2,6
medikamente-per-klick.de	3,6	3,2	↑	2,6
sanicare.de	2,8	2,8	↓	2,7
mycare.de	2,7	2,6	↑	2,7
aponeo.de	2,8	3,0	↓	2,7
besamex.de	2,8	2,7	↑	2,9
easyapotheke.de	3,1	3,4	↓	3,0
mediherz-shop.de	3,2	3,0	↑	3,2
medipolis.de	3,3	3,3	↑	3,2
vitalsana.eu	3,4	4,1	↓	3,2
zurrose.de / vfg.com	3,1	3,3	↑	3,4
apodiscounter.de	3,6	3,7	↑	3,4
vfg.com	3,6	4,0		3,4
eu-versandapotheke.com ²	-	-		3,4
deutscheinternetapotheke.de ²	-	-		3,7

Ø 2,7 (2015)³

Ø 3,0 (2014)

Ø 2,9 (2013)

Basis: 45 Hersteller

1 Basierend auf 10. und 11. SEMPORA Apothekenmarktstudie 2013 und 2014

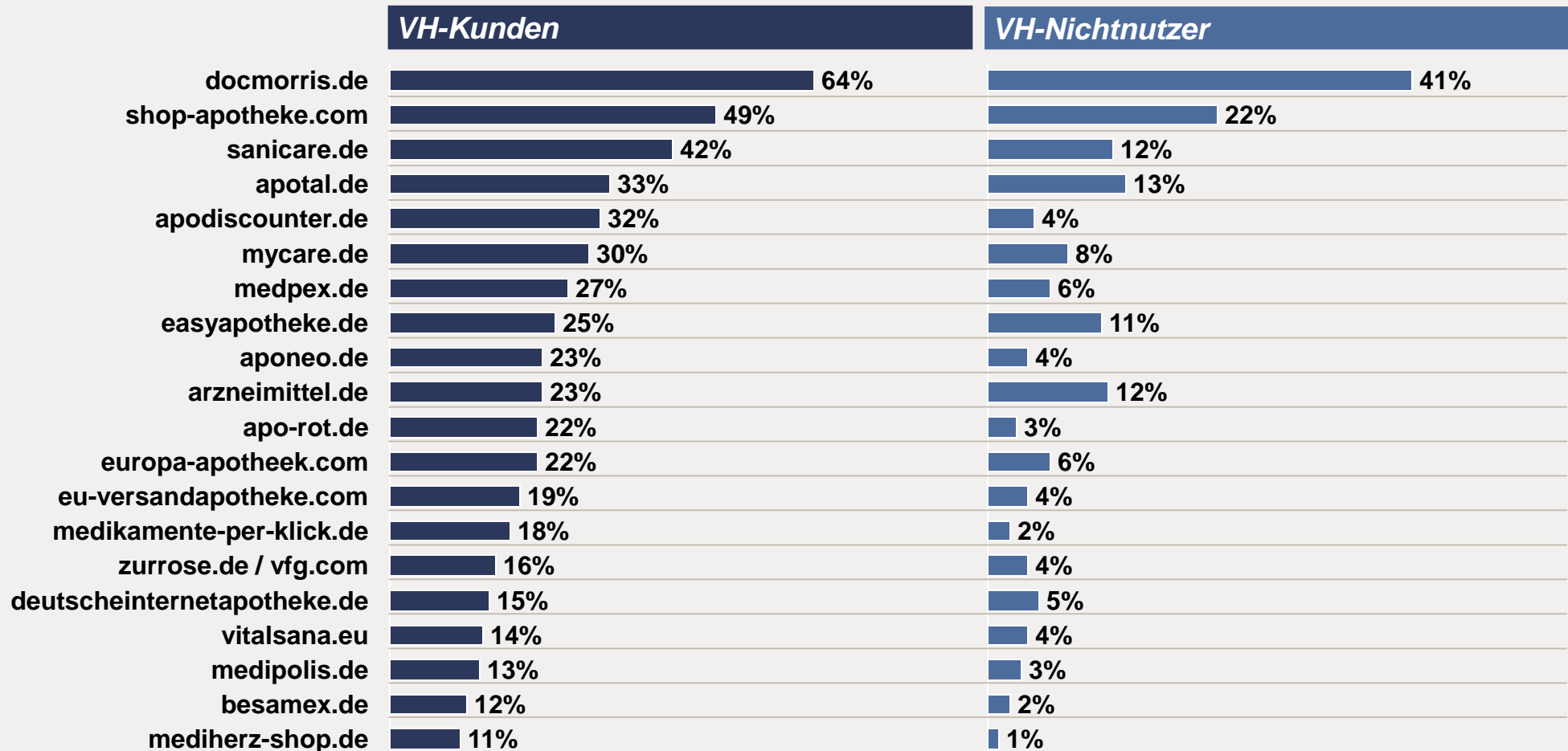
2 Erstmals abgefragt in 2015

3 Zur Vergleichbarkeit beinhaltet der Mittelwert nur Kooperationen mit Vorjahreswert

DocMorris ist unter kaufenden und nicht-kaufenden Konsumenten die bekannteste Marke unter den Versandapotheken

Bekanntheit Versandapotheken

Welche der folgenden Internetapotheken sind Ihnen bekannt?



Basis: 560 Konsumenten (gestützte Befragung)

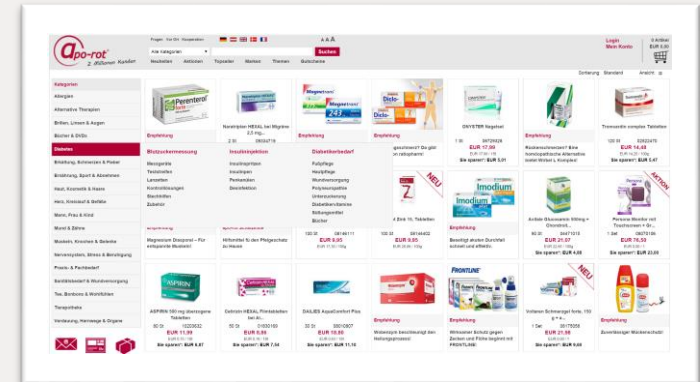
Auch in Deutschland gibt es Multi-Channel Ansätze

Beispiele Multi-Channel Vorgehensweise

Offline

Online

Apo-rot

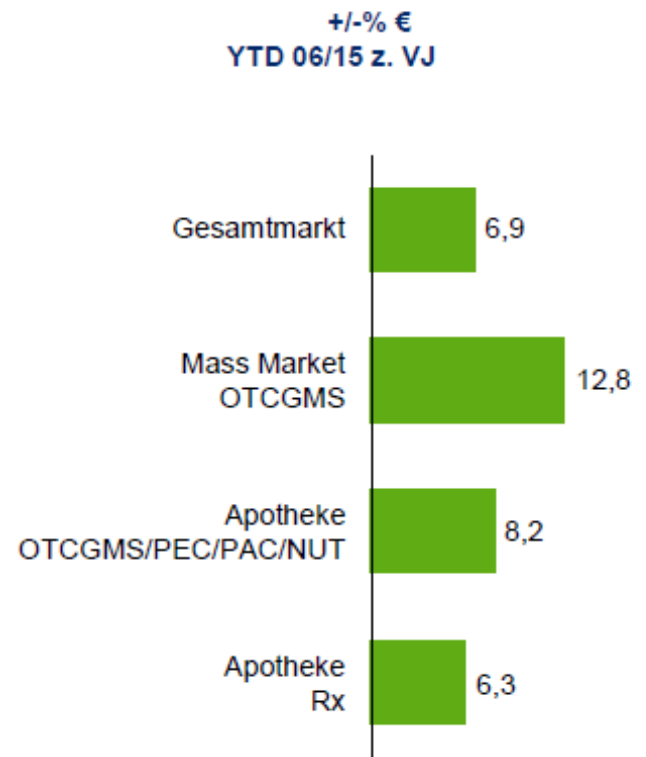
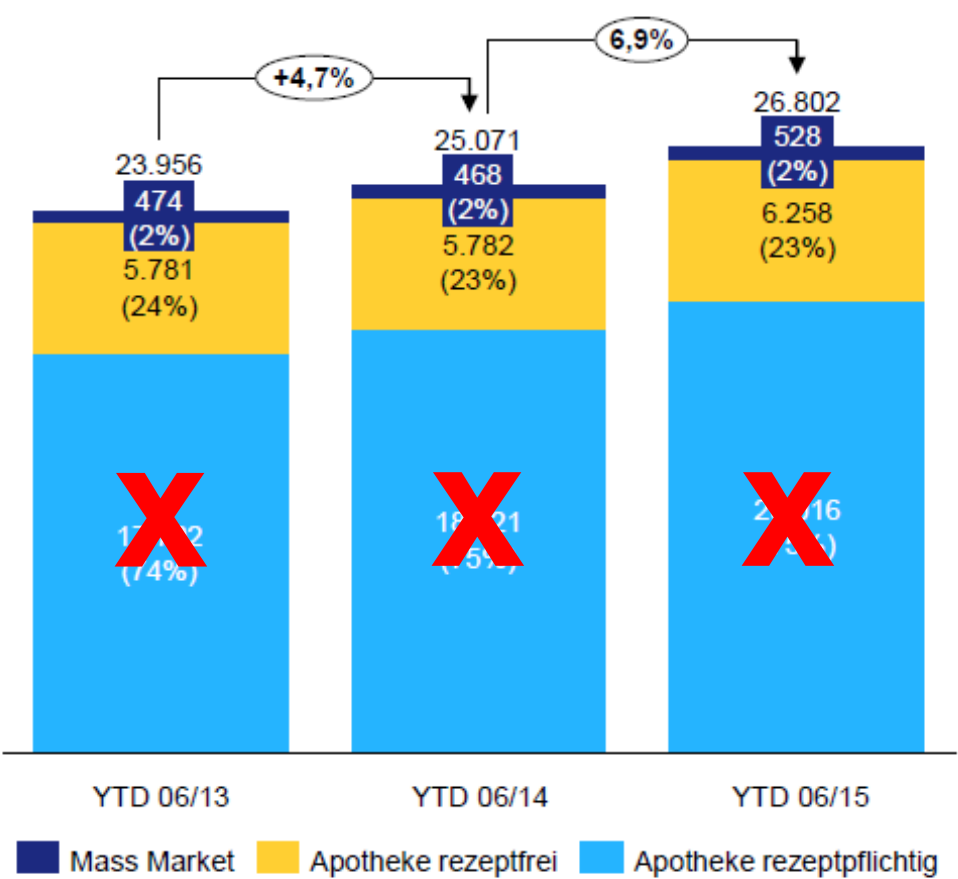


Easy
Apotheke



Der Apothekenmarkt wächst – im OTC Markt trug eine starke Erkältungs-/Grippewelle dazu bei

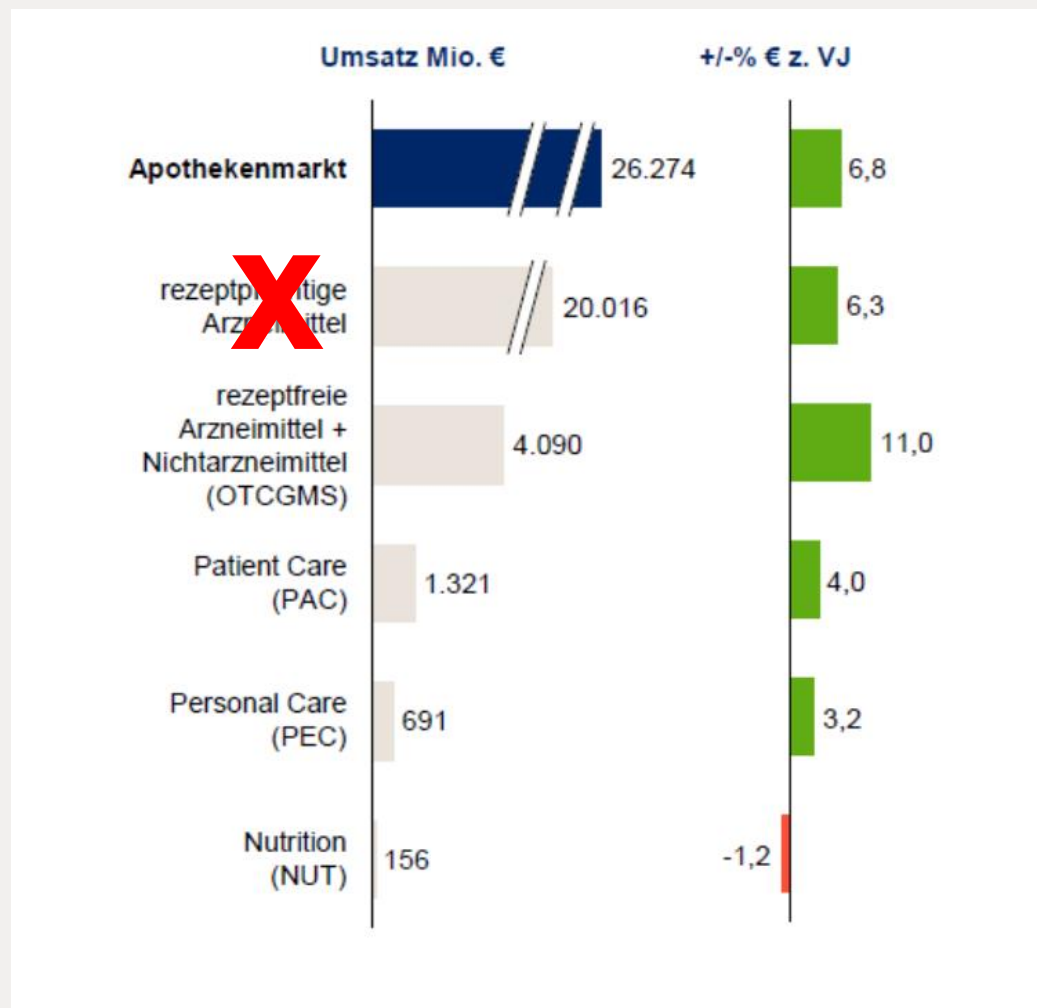
Erweiterter Apothekenmarkt (Offizin, VH, Mass Market)



Quelle: IMS Consumer Report Apotheke, RX aus IMS PharmaTrend monatlich

Der Apothekenkanal ist ein Wachstumsmarkt

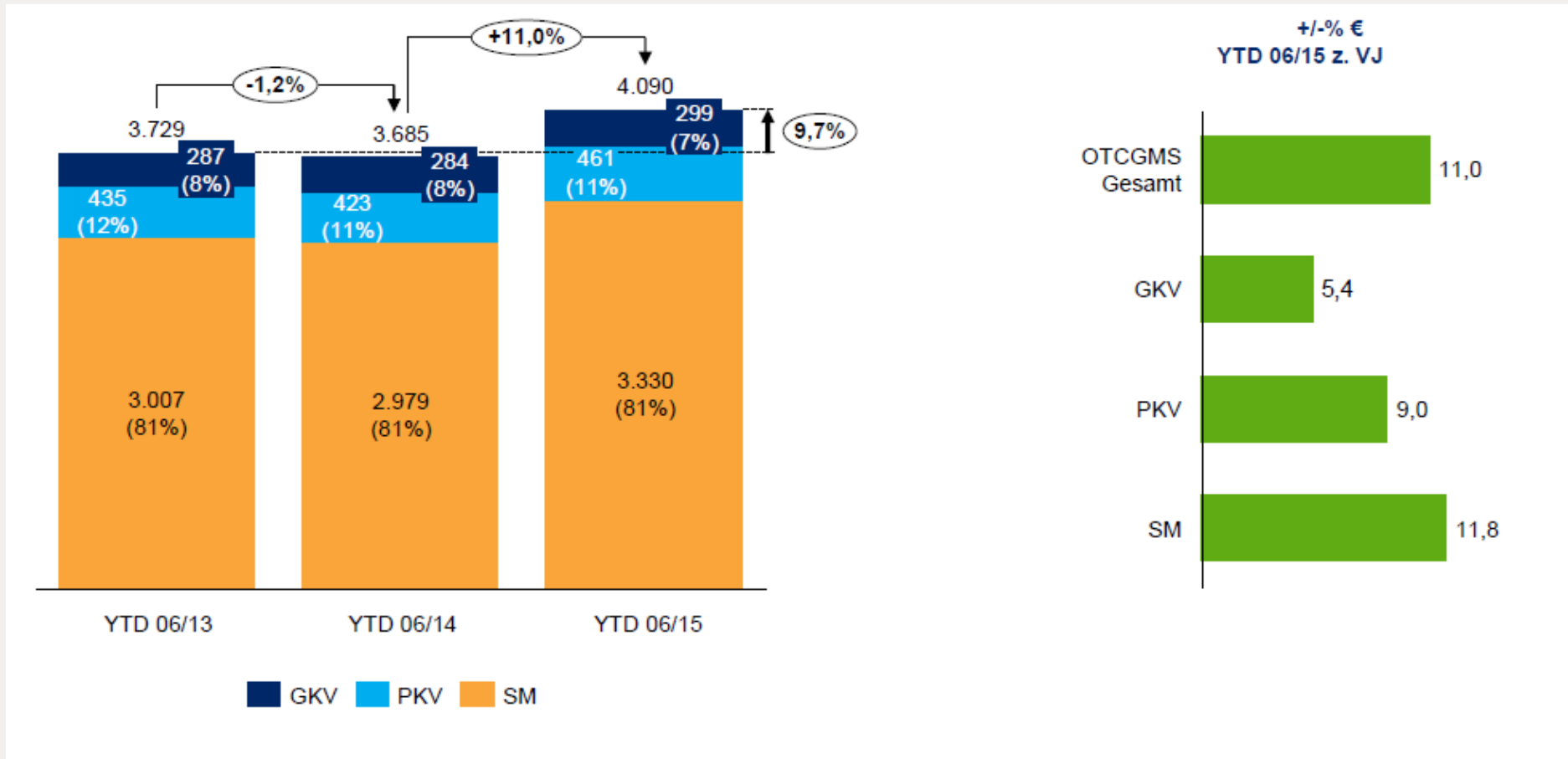
Apothekenmarkt nach Segmenten – Offizin und VH – YTD 06/2015



Quelle: IMS Consumer Report Apotheke, RX aus IMS PharmaTrend monatlich

Auch OTC Produkte werden teilweise verschrieben

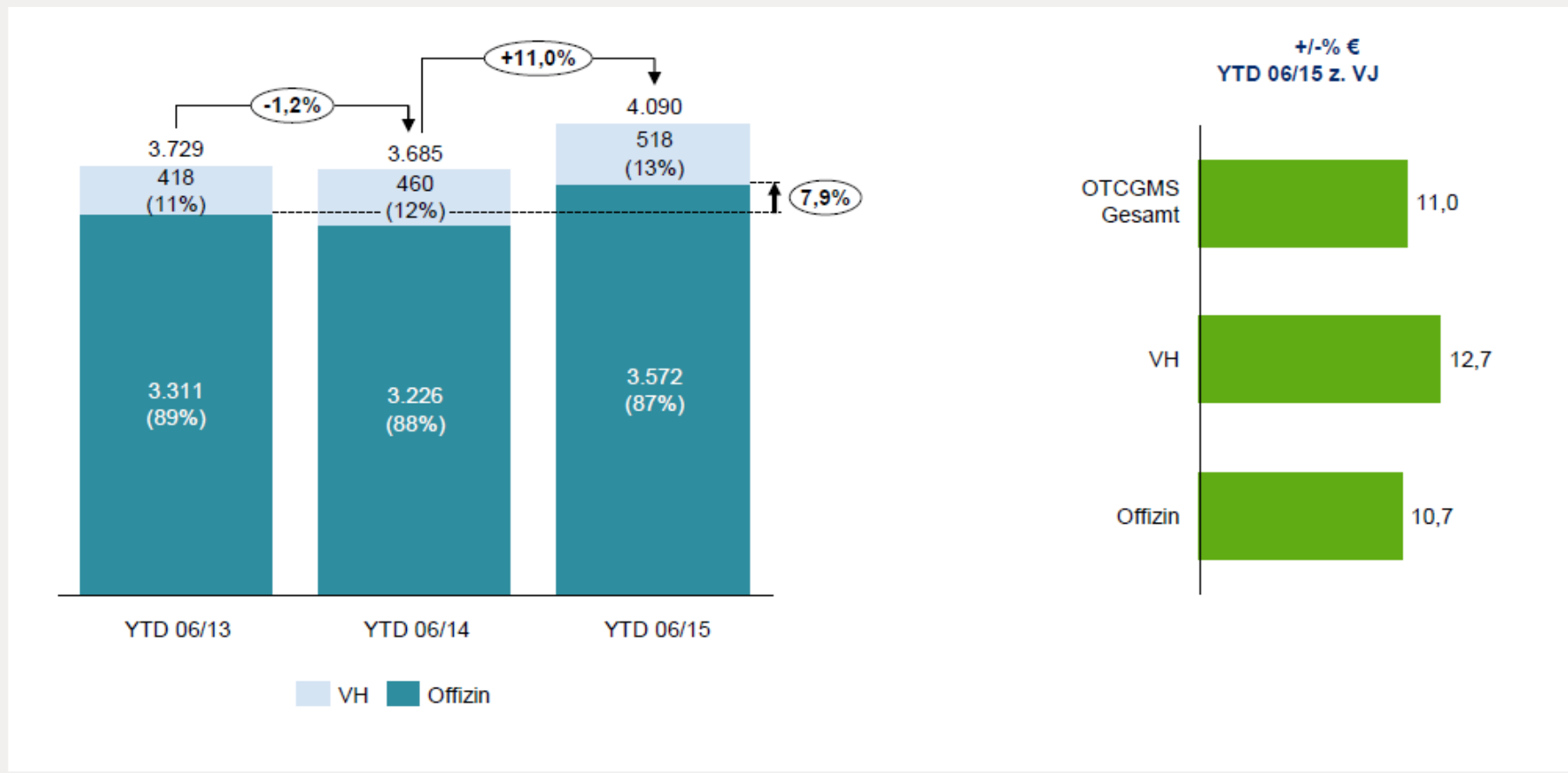
Apothekenmarkt OTC – Offizin und VH – YTD 06/2015



Quelle: IMS Consumer Report Apotheke, RX aus IMS PharmaTrend monatlich

Der Versandhandel steht inzwischen für 13% des OTC Marktes

Apothekenmarkt OTC – Offizin und VH – YTD 06/2015



Quelle: IMS Consumer Report Apotheke, RX aus IMS PharmaTrend monatlich

Husten und Erkältung standen in ersten Halbjahr 2015 für 25% des OTC Marktes

Apothekenmarkt OTC – Offizin und VH – YTD 06/2015

OTC-Gruppe	Umsatz Mio. €	Umsatzanteil Offizin/VH	Offizin +/-% € z. VJ	VH +/-% € z. VJ
OTCGMS Gesamtmarkt	4.090	87% -13%	10,7	12,7
01 HUST.+ERKAELT.MITT/ATEMW.	1.014	92% -8%	25,0	20,9
02 SCHMERZMITT+MUSKEL/GELENK	623	86% -14%	6,9	10,5
03 PRAEP.F.D.VERDAUUNGSTRAKT	551	88% -12%	7,9	15,8
04 VITAM/MINERALST/NAHR.ERG.	425	85% -15%	7,0	14,0
06 HAUTMITTEL	369	89% -11%	3,6	8,1
10 HERZ- U. KREISLAUFMITTEL	249	81% -19%	1,1	3,6
07 AUGENPRAEPARATE	181	87% -13%	5,7	12,0
12 MITT.BLASE+FORTPFL.ORGANE	149	84% -16%	3,2	3,8
18 VERSCHIEDENES	139	84% -16%	29,2	34,7
13 BERUH+SCHLAFM+STIMM.AUFH	124	84% -16%	-0,6	7,2
05 TONIKA/GERIATR/MELISS/IMM	93	81% -19%	10,2	14,3
09 MUND- UND ZAHNBEHANDLUNG	46	93% -7%	0,1	8,1
11 MITTEL GEGEN UEBELKEIT	37	92% -8%	9,2	10,0
17 ENTWOEHNUNGSMITTEL	28	79% -21%	0,9	11,6
14 PROD.Z.GEWICHTSABNAHME	28	65% -35%	6,9	2,8
97 ALLE AND.NI.KLASS.PRAEP.	21	94% -6%	12,1	28,9
08 OHRENPRAEPARATE	14	94% -6%	11,5	17,1

Quelle: IMS Consumer Report Apotheke, RX aus IMS PharmaTrend monatlich

Bayer ist das führende OTC Unternehmen – gefolgt von Novartis

Apothekenmarkt OTC – Offizin und VH – YTD 06/2015

Hersteller Top 15	Umsatz Mio. €	VH-Anteil Umsatz	+/-% Umsatz z. VJ
OTCGMS Gesamtmarkt	4.090	13%	11,0
BAYER	208	12%	7,6
NOVARTIS CONS.HEAL	199	14%	7,9
RATIOPHARM	197	12%	6,3
HEXAL	171	13%	6,8
BOEHRINGER I.	166	10%	12,3
KLOSTERFRAU	139	10%	-3,6
STADA	136	10%	14,4
BIONORICA	115	6%	32,2
SCHWABE	111	22%	5,7
JOHNSON&JOHNS.OTC	107	12%	-0,5
PFIZER CONS.HEALTH	83	12%	12,3
MERCK SELBSTMEDIK.	67	14%	13,9
STEIGERWALD	64	12%	21,0
MEDICE	61	8%	11,4
MANN	60	11%	-1,5
Alle anderen Hersteller	2.206	13%	13,1

Quelle: IMS Consumer Report Apotheke, RX aus IMS PharmaTrend monatlich

Voltaren von Novartis ist die mit Abstand größte OTC Marke

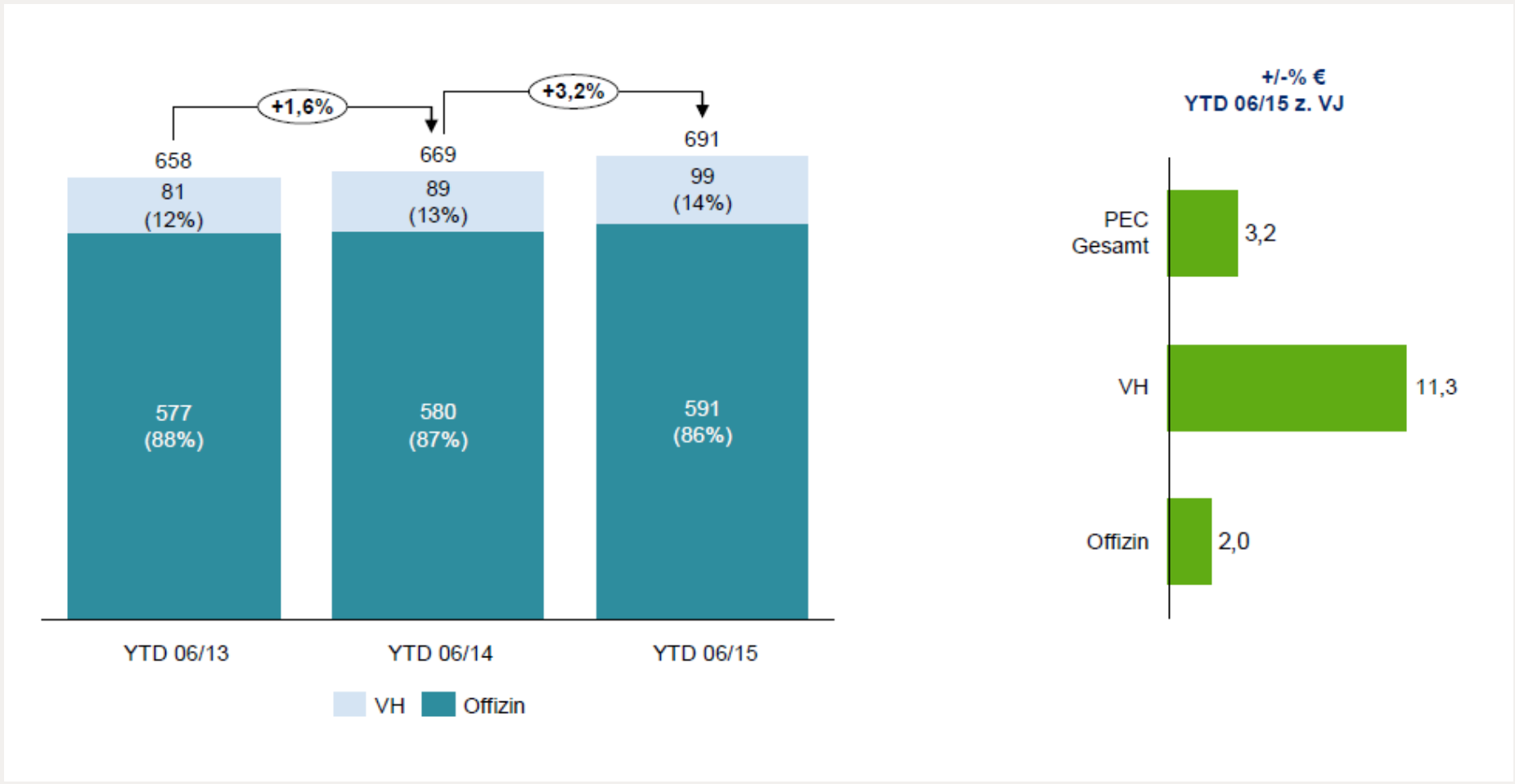
Apothekenmarkt OTC – Offizin und VH – YTD 06/2015

Brands Top 15	Umsatz Mio. €	VH-Anteil Umsatz	+/-% Umsatz z. VJ
OTCGMS Gesamtmarkt	4.090	13%	11,0
VOLTAREN	122	16%	10,2
ASPIRIN	83	11%	16,1
SINUPRET	73	8%	29,1
BEPANTHEN	62	13%	9,5
ORTHOMOL	57	22%	18,2
IBEROGAST	52	13%	20,5
WICK	43	9%	44,3
TEBONIN	42	25%	1,9
GRIPPOSTAD	42	10%	57,4
NASENSPRAY-RATIOPHARM	39	11%	15,5
ACC	37	8%	33,1
GELOMYRTOL	36	11%	21,8
DOLORMIN	35	14%	-3,1
NASIC	34	9%	21,0
MUCOSOLVAN	33	6%	34,2
Alle anderen Brands	3.301	13%	9,3

Quelle: IMS Consumer Report Apotheke, RX aus IMS PharmaTrend monatlich

Personal Care wächst deutlich langsamer als OTC – VH gewinnt an Bedeutung

Apothekenmarkt OTC – Offizin und VH – YTD 06/2015



Quelle: IMS Consumer Report Apotheke, RX aus IMS PharmaTrend monatlich

Das Segment PEC wird dominiert von der Kategorie Damenkosmetik

Apothekenmarkt OTC – Offizin und VH – YTD 06/2015

OTC-Gruppe	Umsatz Mio. €	VH-Anteil Umsatz	+/-% Umsatz z. VJ
PEC Gesamtmarkt	690,6	14%	3,2
82 DAMENKOSMETIK	268,6	12%	4,2
83 PFLEGEPROD.F.DIE FAMILIE	197,3	13%	5,8
86 HAARPFLEGE	96,7	22%	3,0
85 KOERPERHYGIENE	56,2	15%	-0,2
87 ORALE HYGIENE	25	17%	-7,3
93 MUNDPFLEGEZUBEHOER	18,3	12%	-3,2
88 BABYHYGIENE UND -PFLEGE	12	14%	0,9
90 SCHOENHEITZUBEHOER	6	10%	1,7
91 KOERPERHYGIENEZUBEHOER	2,8	8%	8,2
81 HERRENKOSMETIK	2,6	15%	-8,9
94 BABY-ZUBEHOER	2,2	5%	-7,7
80 DUEFTE	1,9	4%	6,4

Quelle: IMS Consumer Report Apotheke, RX aus IMS PharmaTrend monatlich

Die L'Oreal Gruppe (Vichy und La Roche Posay) generieren im Halbjahr 122 Mio € Umsatz

Apothekenmarkt OTC – Offizin und VH – YTD 06/2015

Brands Top 15	Umsatz Mio. €	VH-Anteil Umsatz	+/-% Umsatz z. VJ
PEC Gesamtmarkt	690,6	14%	3,2
EUCERIN	70,0	12%	2,0
VICHY	65,0	10%	-2,4
LA ROCHE POSAY	57,4	10%	12,6
AVENE	44,6	14%	11,4
MEDIPHARMA COSMETICS	24,9	11%	-2,3
EUBOS	17,6	13%	8,6
HAUSCHKA	16,7	5%	2,9
LADIVAL	16,0	14%	-4,9
REGAINE	15,4	45%	-4,5
WELEDA	15,2	21%	-2,3
PHYSIOGEL	12,2	15%	1,7
DERMASENCE	11,5	21%	27,3
WIDMER	10,4	7%	0,0
BEPANTHOL	9,4	10%	9,1
PRIORIN	9,1	29%	10,1
Alle anderen Brands	295,2	15%	2,5

Quelle: IMS Consumer Report Apotheke, RX aus IMS PharmaTrend monatlich

Auch die Apotheken erwarten konditionelle Zugeständnisse von den Herstellern

Konditionen

- **Großhandel**

- Skonto von 1,5%-2%
- Logistik-/Bevorratung-/ Servicerabatte von 2-6% (auf HAP)

Margenerwartung: 3-5%

- **Apotheke**

- 20% Rabatt vom GH auf AEP
- 50% Rabatt auf Generika vom Hersteller auf AEP
- 0%-35% Rabatt auf OTC Produkte vom Hersteller auf AEP
- Valuta: bis zu 6 Monaten

Margenerwartung OTC: mindestens 35-40%

- **Kooperationen**

- WKZ (Produkt des Monats, Platzierung, Flyer, Apozeitschriften,...)
- Year End Bonus

- **Versandhandel**

- WKZ (Sampling, Flyer, Banner, Themenshops, Call Center,...)
- Rabatte, Year End Bonus
- SEO/SEM

ERFOLGSFAKTOREN APOTHEKENMARKT

1. **Relevantes Produktangebot für den Apothekenkanal – Best Case: Apothekenexklusives Sortiment / Marke**
2. **Marketingteam mit Apothekenverständnis** (besonders Trade Marketing)
3. **Verfügbarkeit beim Großhandel sicherstellen**
4. **Apothekensegmentierung / Targeting: nicht alle 20.441 Apotheken relevant**
5. **Außendienst für Direktgeschäft / Schulung** – Identifikation der richtigen Ansprechpartner Apotheker / PTA?
6. **KAM für Apothekenkooperationen und Versandapotheken** (Leistungsfähigkeit / Potentiale der Accounts zu prüfen)
7. **Adequates Konditionensystem** (Rabatte, Zahlungsziele und WKZ)
8. **Leistungsfähiger Abwicklungspartner für kleinteiliges Geschäft** (Auftragsabwicklung, Logistik, etc.)

EIN BECKEN OHNE HAIFISCHE

- 1. Keine Ketten**
- 2. Keine Listung**
- 3. Hohe Preise**
- 4. Weniger Wettbewerbsdruck**
- 5. Fragmentierter Markt**

...aber kleinteiliges Geschäft