

SEMPORA CONSULTING

STRATEGIES FOR MARKET SUCCESS.

MARKTBEARBEITUNG ABSATZKANAL APOTHEKE

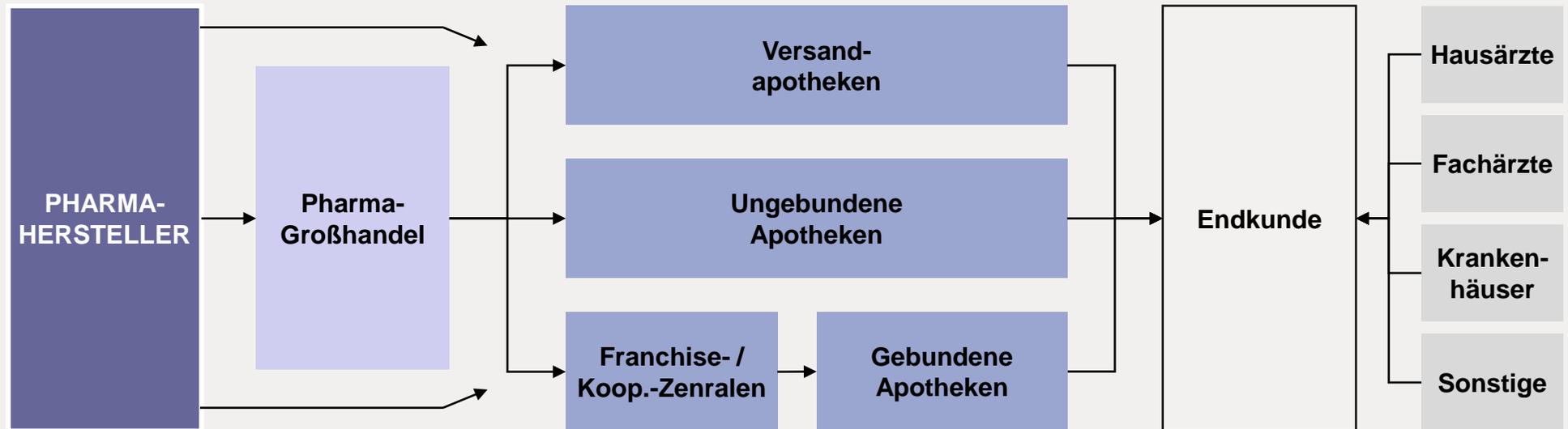
IKW-Mittelstandstagung

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
überdünnte Tabletten
zum Einatmen

EVP
13,95 €

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



Quelle: Insight Health

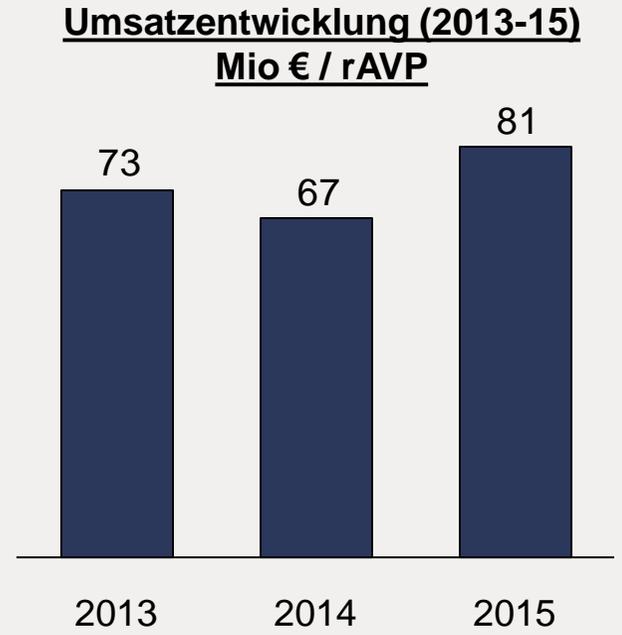
Beispiele Marktbearbeitung unterschiedlicher Hersteller

Wick / P&G



EVP
17,98 €

1. Apothekenaußendienst und POS Maßnahmen
2. Massive Endverbraucherwerbung



Quelle: Insight Health

Beispiele Marktbearbeitung unterschiedlicher Hersteller

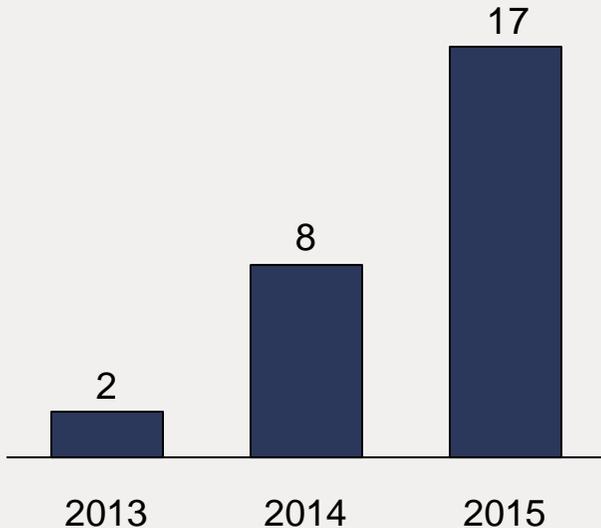
Kijimea / Fischer Gesundheitsprodukte



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 Gastweg

ST. HELENA apotheke

St. Helena
APOTHEKE

20.441



APOTHEKE

Hier eröffnet
demnächst:
SCHUH-SCHLÜSSEL-SERVICE
&
QUALITÄTSREINIGUNG


Nazareth-
Apotheke



schnell & preiswert!

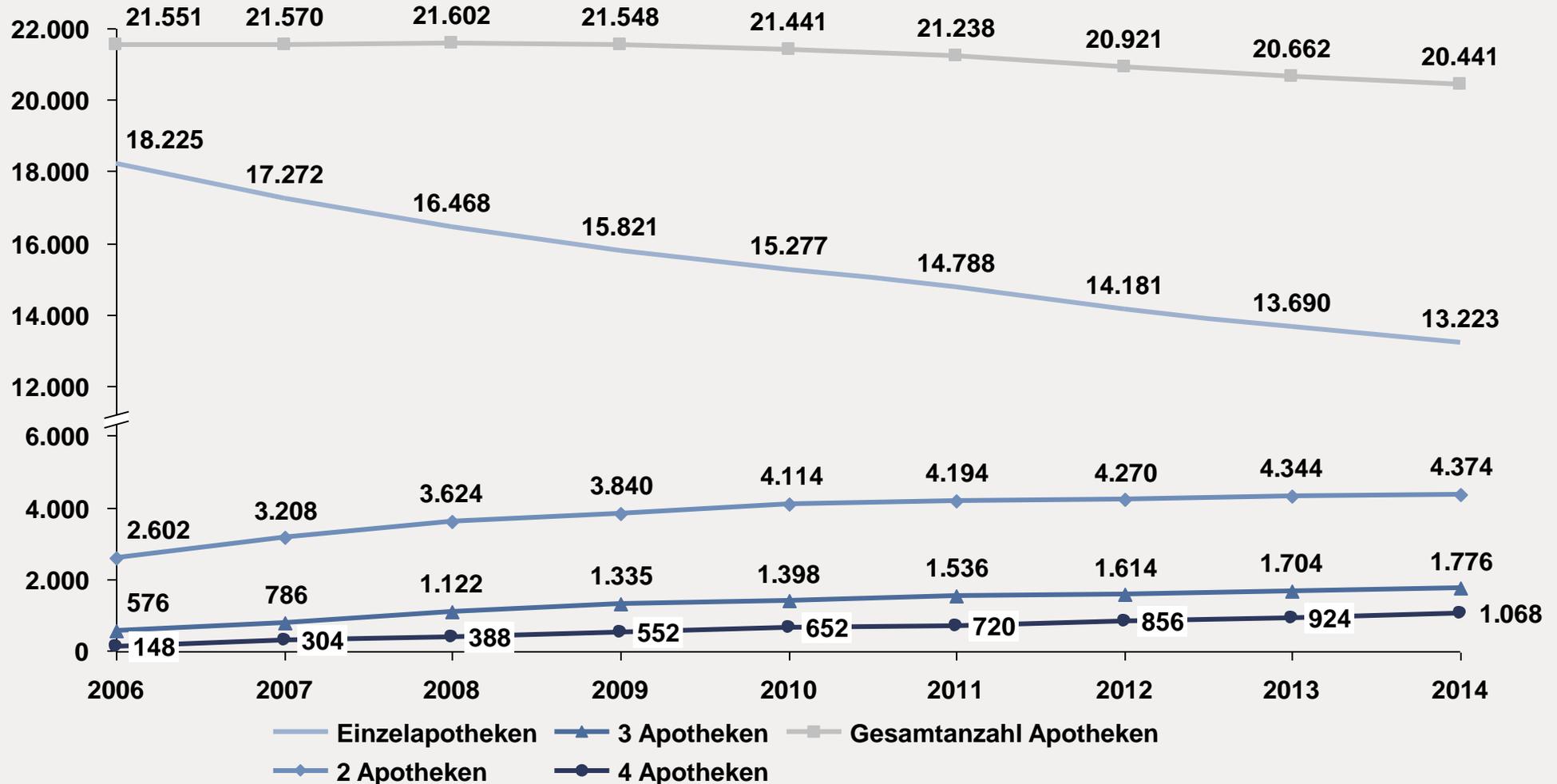
WÄRMUNGSVERKAUF

TV-VERKAUF

Kleine Apotheken sterben

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

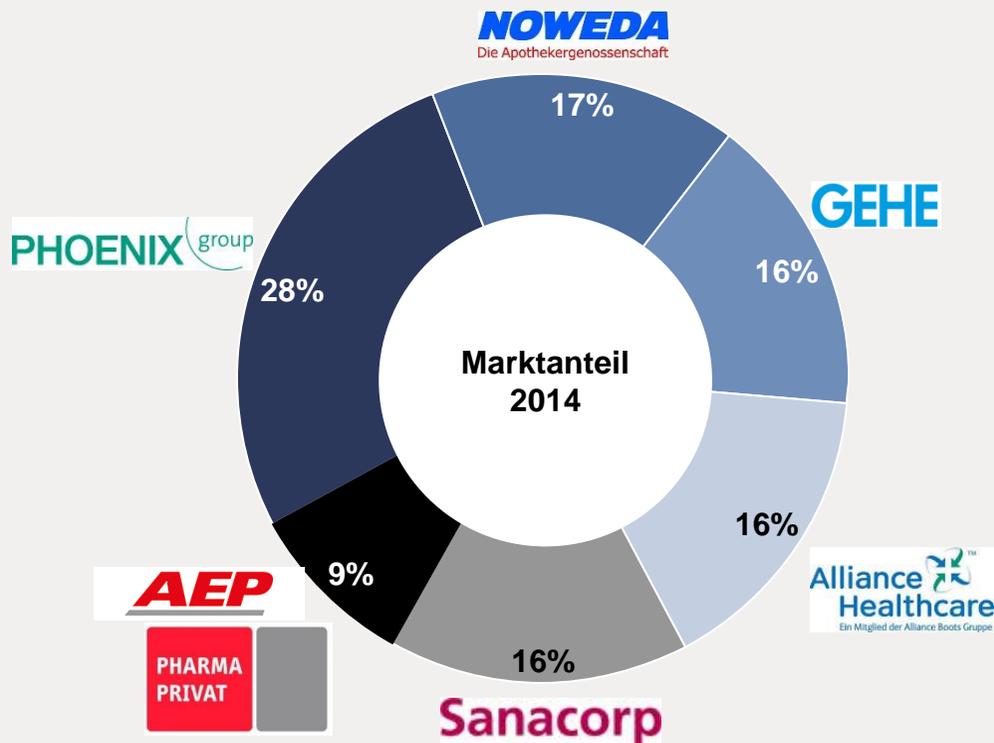
Entwicklung stationäre Apotheken in Deutschland



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

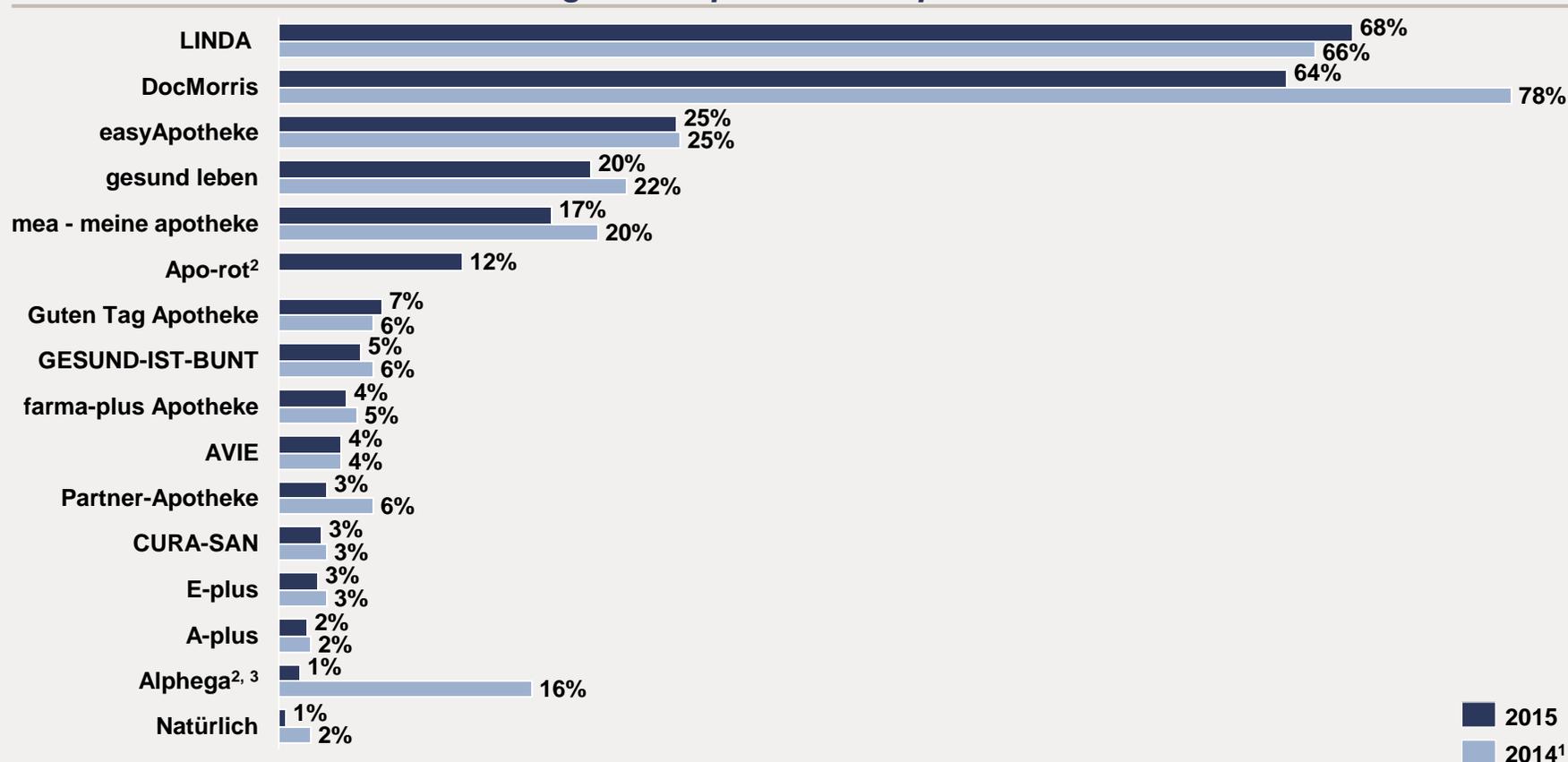
2 Erstmalig abgefragt in 2015

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, Diabetes, etc.
- Luitpold Apotheke:** "Ihre persönliche Versandapotheke". Features a search bar and a "HERZLICH WILLKOMMEN" (WELCOME) message.

Other visible elements include promotional banners for "10% Gutschein", "JETZT EINLÖSEN", "GUTEN TAG...", and "Highlights der Apotheke".

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

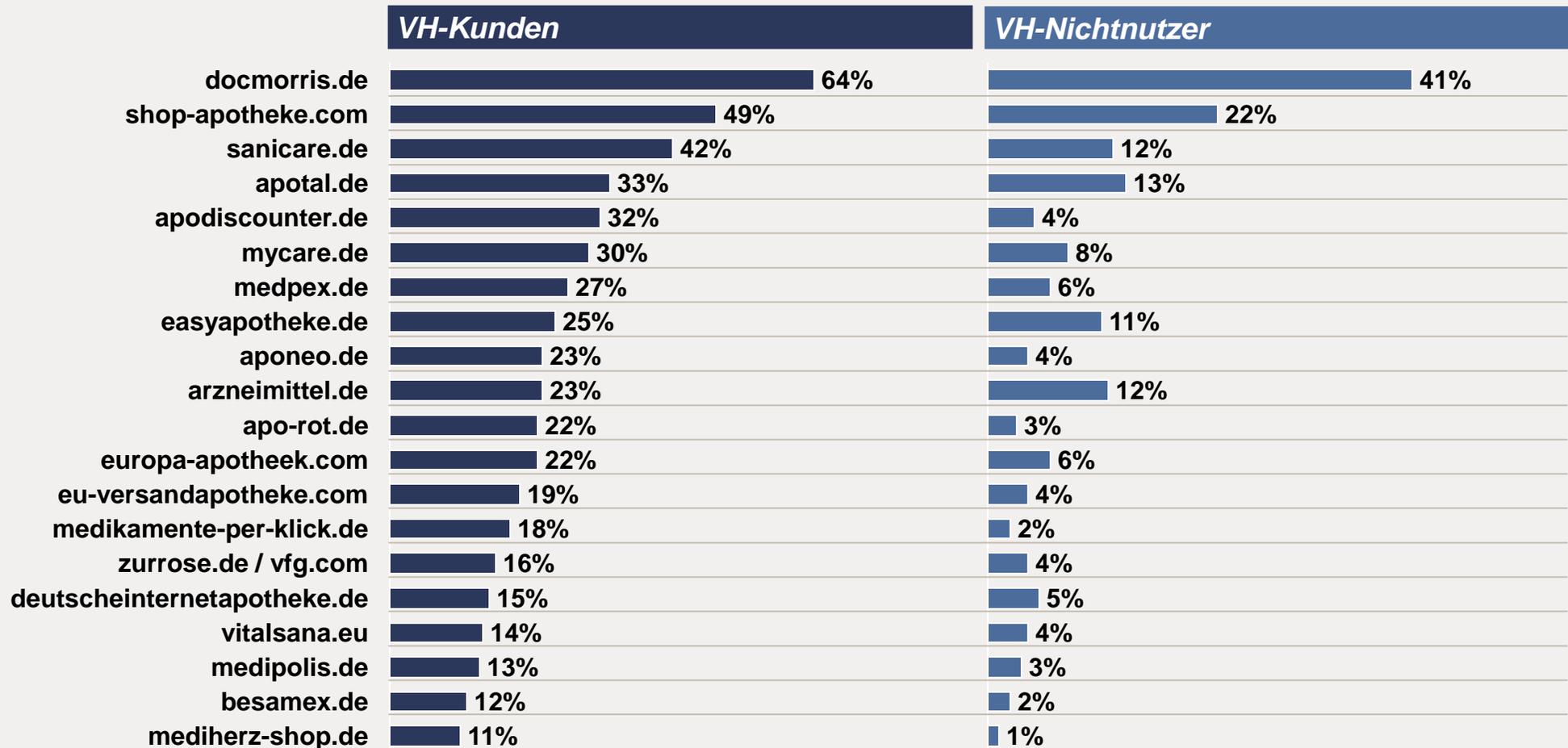
2 Erstmals abgefragt in 2015

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)

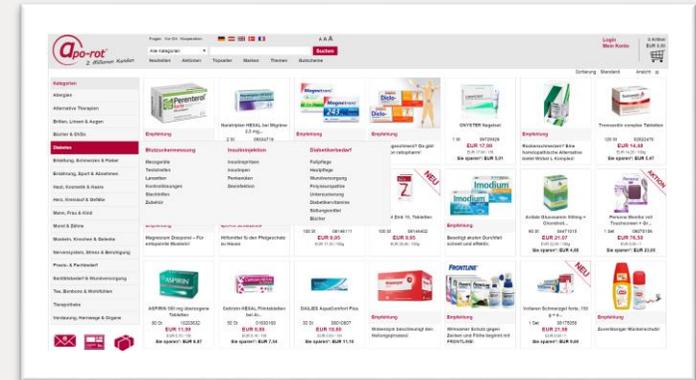
Auch in Deutschland gibt es Multi-Channel Ansätze

Beispiele Multi-Channel Vorgehensweise

Offline

Online

Apo-rot

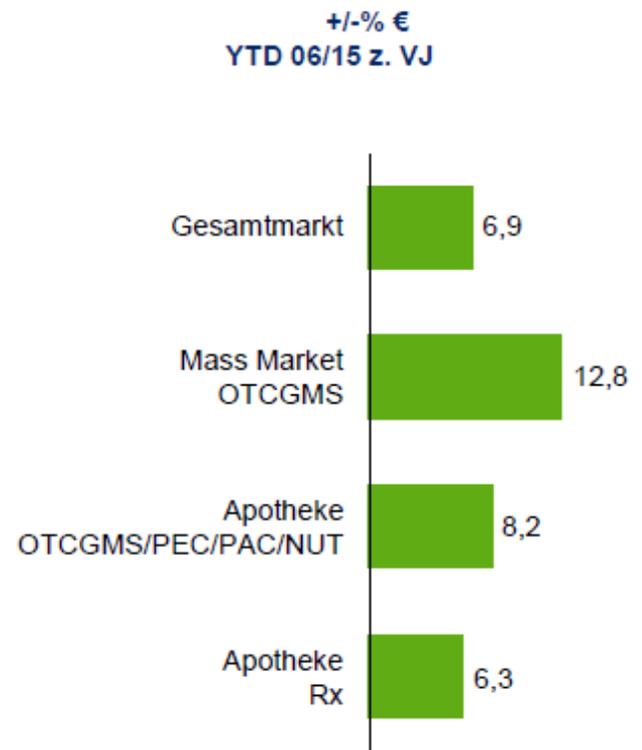
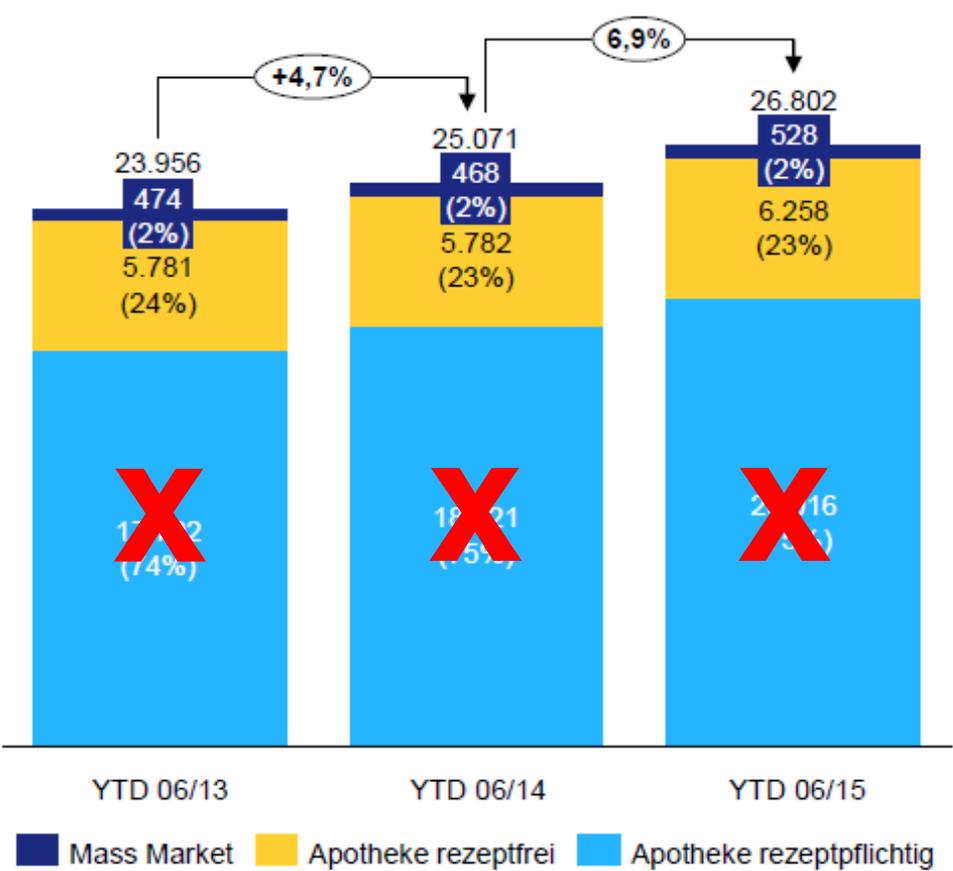


Easy
Apotheke



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

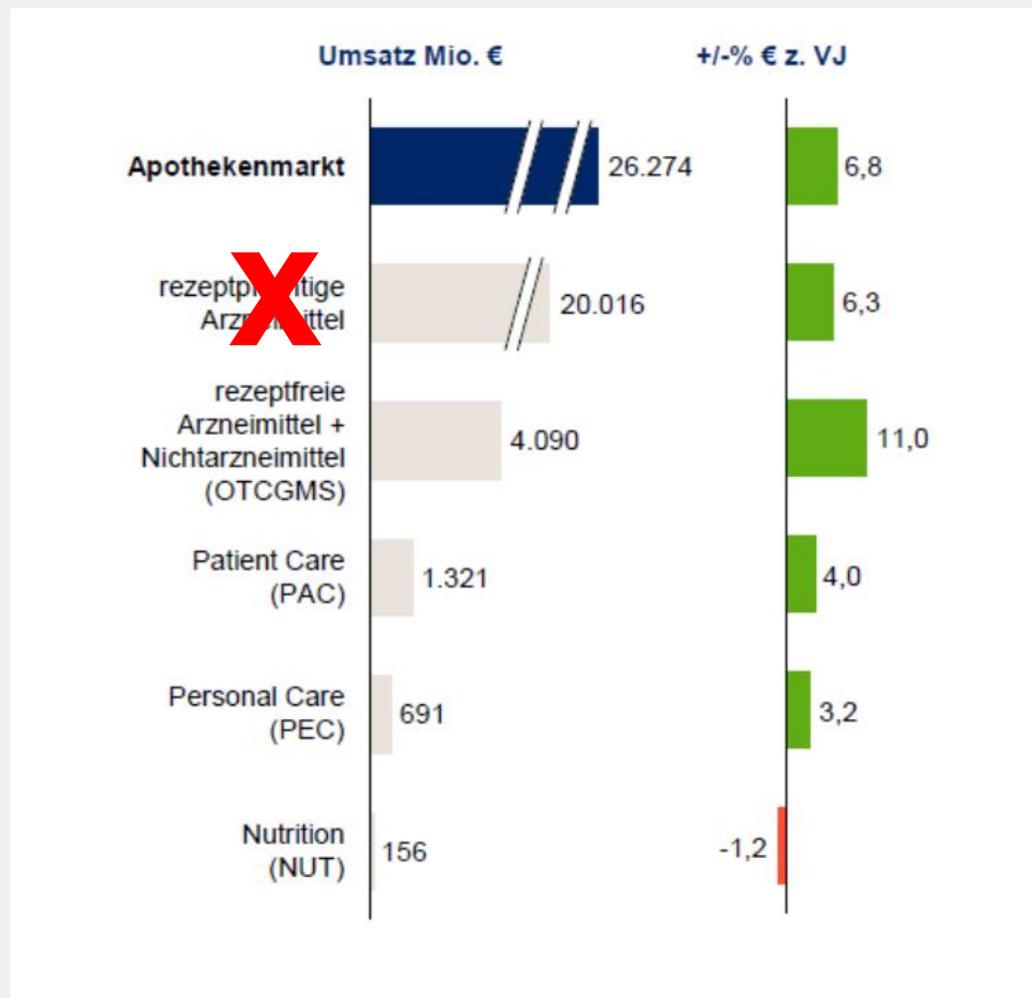
Erweiterter Apothekenmarkt (Offizin, VH, Mass Market)



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

Der Apothekenkanal ist ein Wachstumsmarkt

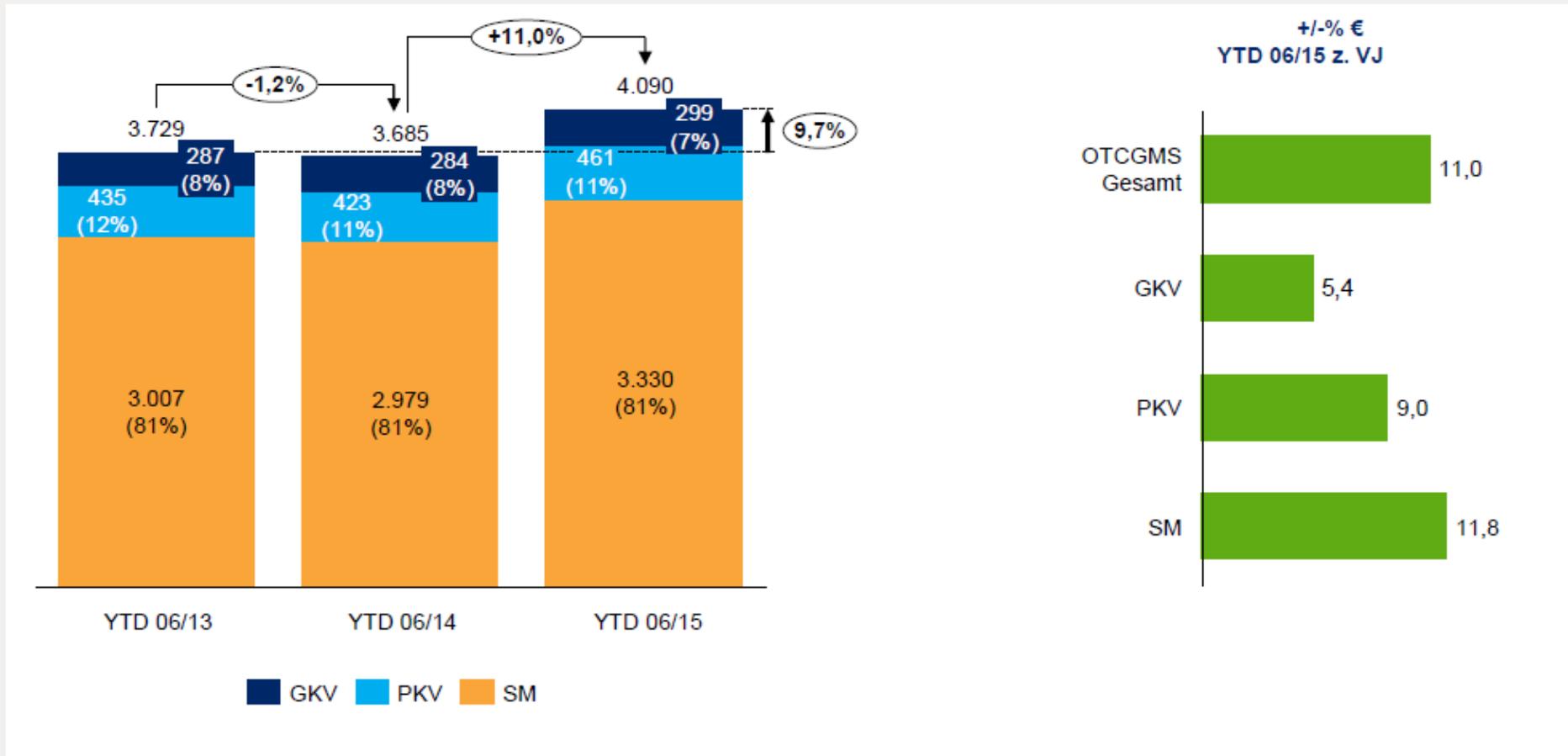
Apothekenmarkt nach Segmenten – Offizin und VH – YTD 06/2015



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

Auch OTC Produkte werden teilweise verschrieben

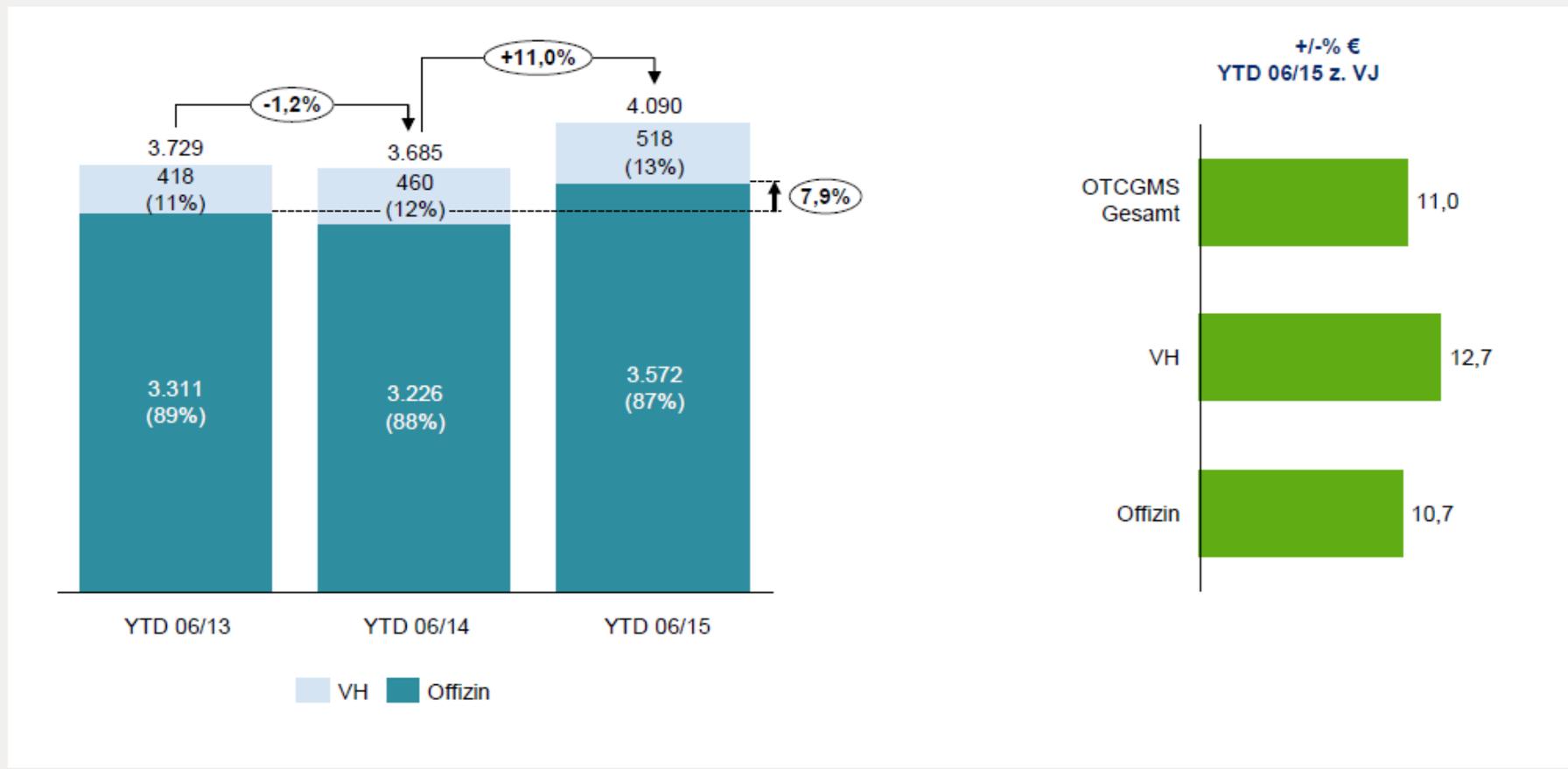
Apothekenmarkt OTC – Offizin und VH – YTD 06/2015



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

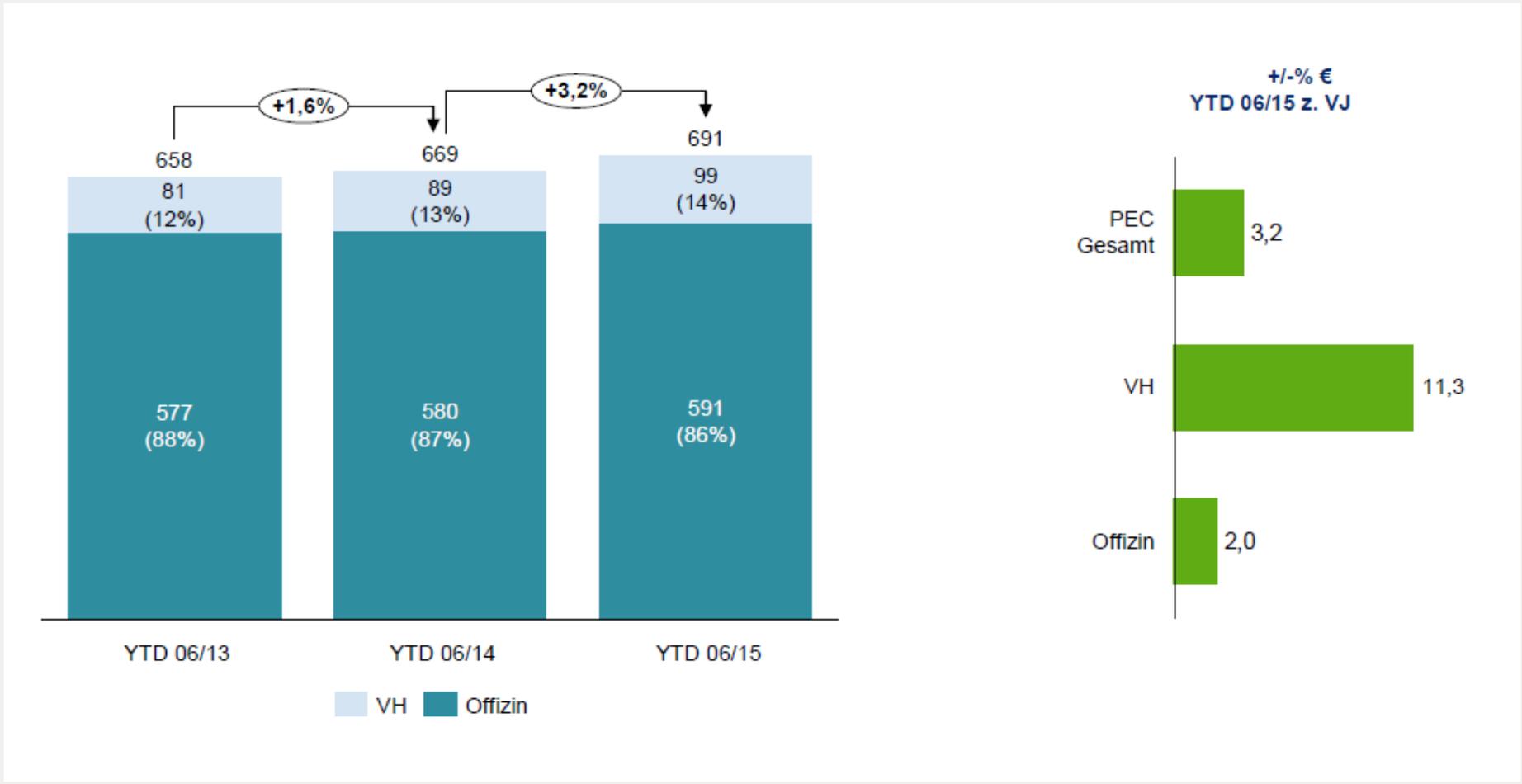
Apothekenmarkt OTC – Offizin und VH – YTD 06/2015

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