

## **Performancevergleich OTC-Anbieter erstes Halbjahr 2020**

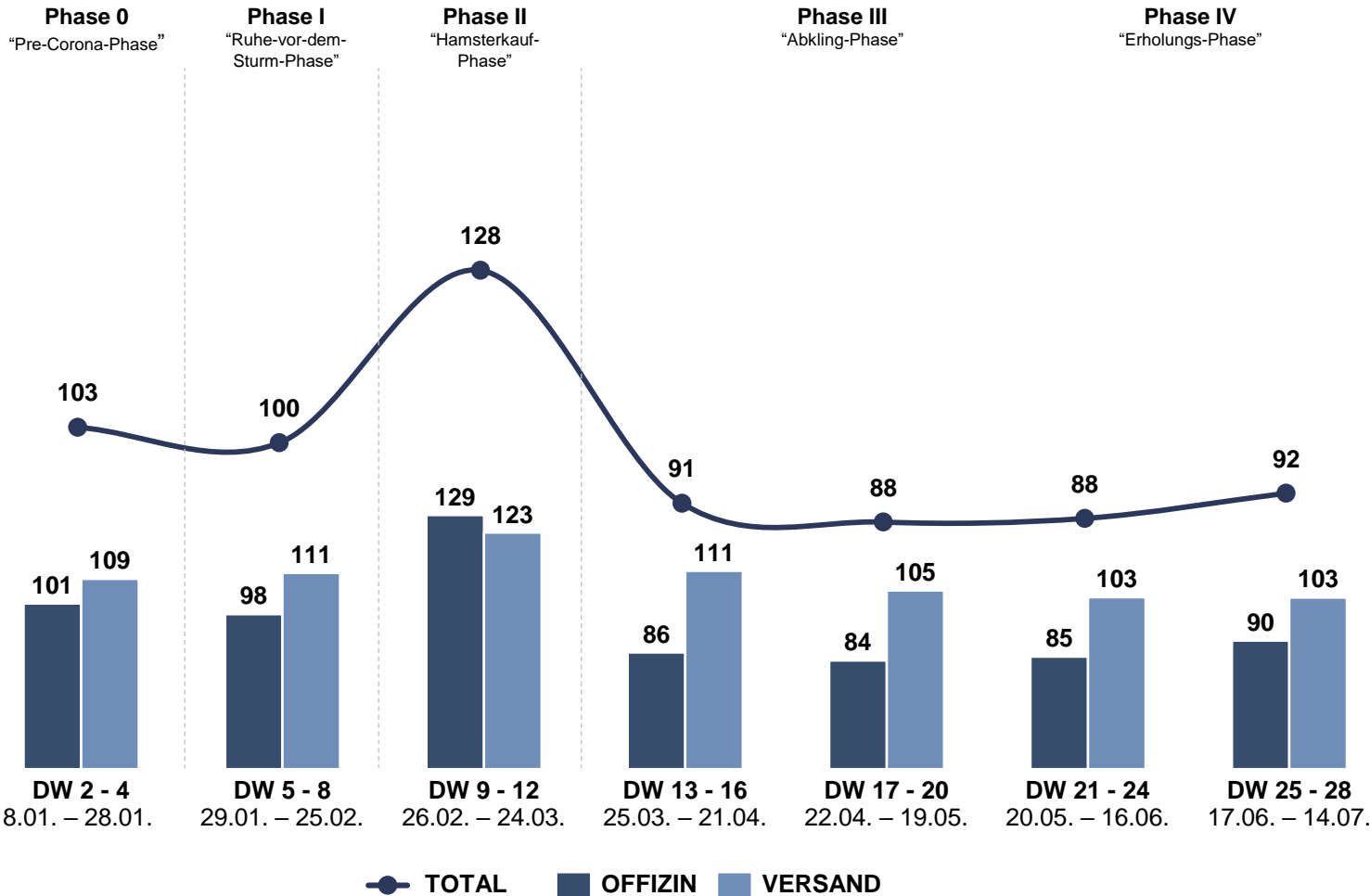
# OTC-Anbieter, die über differenzierte Produktportfolios einen direct-to-consumer Ansatz verfolgen, gehören zu den Gewinnern der Corona-Krise.

## Executive Summary

1. **Covid-19** hat im **ersten Halbjahr 2020** zu einer **unüblichen** und **schwierigen Marktentwicklung** im **deutschen Apothekenmarkt** geführt. Auf einen **kurzen Peak der Bevorratung** durch die Konsumenten (März 2020) folgte eine **negative Marktentwicklung in der Apotheke**, wobei sich allmählich ein **Aufwärtstrend abzeichnet** und eine **Erholungsphase eintritt**.
2. **Performancefalle Vertrieb: Stark vertriebslastige Geschäftsmodelle** (Arzt & Apotheke) der Hersteller **sind von Corona stärker betroffen**. Teilweise mit **dramatischen Umsatzeinbrüchen**. Hersteller die im Zuge der Kontaktbeschränkungen **Vertriebsaktivitäten**, insbesondere die **Außendienstbetreuung** vor Ort (Apotheke und Arzt) **massiv zurückfahren mussten**, gehören zu den Verlierern. Der negative Einfluss durch das veränderte Empfehlungsverhalten der Ärzte und Apotheker ist stark spürbar.
3. **Abhängigkeit von wenigen Indikationen gefährlich:** Hersteller deren Sortimente stark fokussiert sind, sind stärker von den Marktveränderungen betroffen. Erkältungspräparate oder Reisemedizin sind hierfür ein gutes Beispiel.
4. **Consumer first:** OTC-Anbieter wie **PharmaSGP**, deren Geschäftsmodell und Fokus auf einem **direct-to consumer Ansatz** liegt, sind strukturellen **Marktveränderungen weniger ausgesetzt** und **bewältigen erfolgsversprechender die Krise. Somit sind sie auch besser für die Zukunft gerüstet.**
5. **Innovationen wichtig:** endverbraucher-relevante **Neuprodukte und Schnelligkeit bei der Markteinführung** helfen ebenso, um trotz schwieriger Marktbedingungen zu bestehen. Hierfür ist z.B. **Dr. Loges** ein gutes Beispiel.
6. **Anpassung der Vermarktungsstrategie nötig:** Die Coronakrise zeigt, dass **Schnelligkeit** und **Flexibilität** und ein **klarer Endverbraucherfokus** der Weg für **nachhaltigen Markterfolg** ebnet. Viele Pharmahersteller sind hierzu noch nicht gut aufgestellt. Unternehmen wie **PharmaSGP bilden die Ausnahme** und haben somit einen **signifikanten Wettbewerbsvorteil**. In Zukunft werden **marketingfokussierte Geschäftsmodelle** und **Vermarktungsansätze** im Zuge des anhaltenden Wandels **stärker in den Vordergrund rücken** und **weiter an Bedeutung gewinnen**.

# Der OTC-Markt ist durch die Krise starken Umsatzeinbrüchen ausgesetzt, wobei langsam eine Erholungsphase eintritt und ein Aufwärtstrend erkennbar ist.

## Corona-Timeline im Zeitverlauf 2020, Deutschland



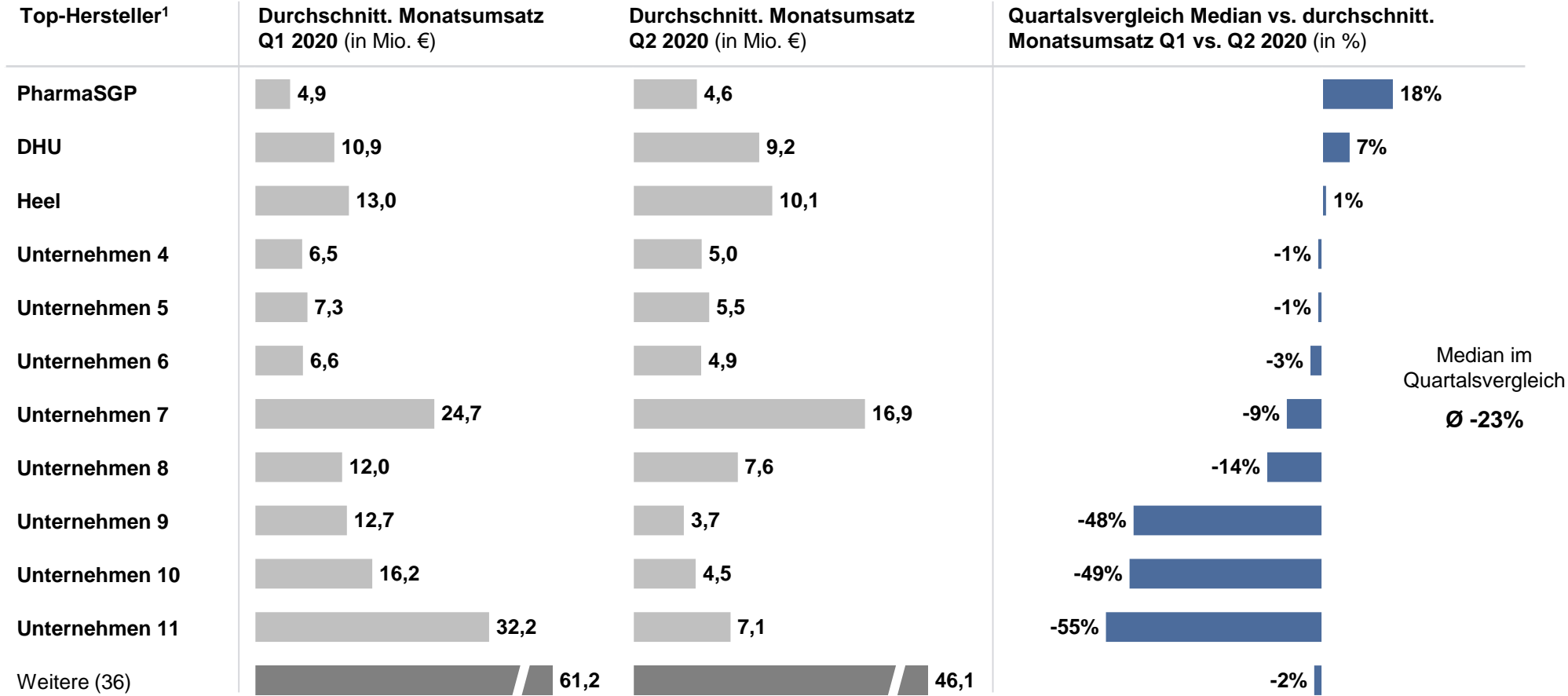
- Nach **Hamsterkäufen im März** und darauffolgenden **Umsatzeinbrüchen** ist der Markt in einer langsamen **Erholungsphase** (Index  $\hat{=}$  92, Woche 25-28)
- **Aufwärtstrend** setzt sich in Woche 29-30 **weiter fort** und ist mit einem Indexwert  $\hat{=}$  98-99 **nahezu auf Vorjahresniveau**
- **Die Offizin-Apotheke gewinnt** nach substantiellen Umsatzeinbußen aufgrund des Lockdowns **wieder an Momentum** (Index  $\hat{=}$  90, Woche 25-28)
- Der **Apothekenversandhandel gewinnt** in der Corona-Krise deutlich an **Bedeutung**, der sich mit Erholung der Offizin jedoch wieder geringfügig dem **Vorjahresniveau nähert**
- Im weiteren Vergleich wird deutlich, dass **OTC-Unternehmen** von der Krise **unterschiedlich stark** betroffen sind

Quelle: SEMPORA Consulting / Insight Health & DatamedIQ 2020, Sell-out zu rAVP; Woche 2 - Woche 28 vs. Vorjahr 2019

# Endverbraucher fokussiertes Modell von PharmaSGP ist klarer Krisengewinner.

## Umsatzentwicklung im Quartalsvergleich (Q1 vs. Q2 2020)

## OTC-Anbieter chemiefreier Arzneimittel

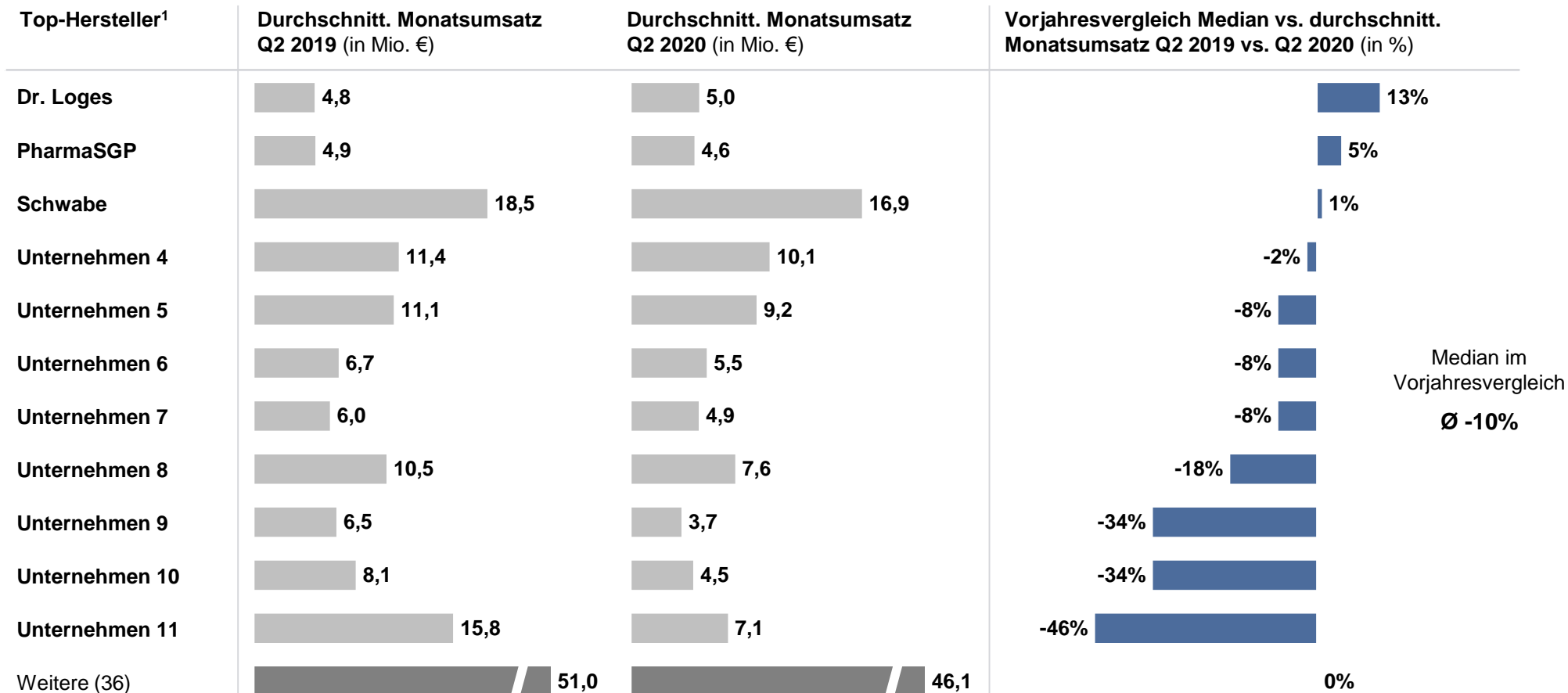


<sup>1</sup> Top-Hersteller chemiefreier OTC-Arzneimittel > 5 Mio. €, Sell-out zu rAVP in MAT 06/2020 Quelle: Insight Health / DatamedIQ 2020, Sell-out zu rAVP, Deutschland

# Der Q2 Vorjahresvergleich bestätigt die Stärken des direct-to-consumer Modells. Die positive Entwicklung von Dr. Loges ist Neuprodukteinführungen geschuldet.

## Umsatzentwicklung im VJ-Vergleich (Q2 2019 vs. Q2 2020)

OTC-Anbieter chemiefreier Arzneimittel



<sup>1</sup> Top-Hersteller chemiefreier OTC-Arzneimittel > 5 Mio. €, Sell-out zu rAVP in MAT 06/2020 Quelle: Insight Health / DatamedIQ 2019-2020, Sell-out zu rAVP, Deutschland