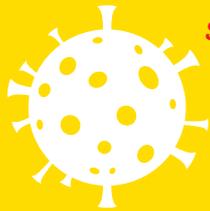


CORONA: UPDATE OTC-MARKT #5



SEMPORA Consulting beleuchtet und bewertet die Entwicklung des OTC-Marktes unmittelbar vor und während der aktuellen Coronakrise. SEMPORA nutzt hierfür im Rahmen einer strategischen Partnerschaft die wöchentlichen Paneldaten von Insight Health für die stationäre Apotheke sowie von DatamedIQ für den Apothekenversandhandel. Dies ist die fünfte Erhebung – wieder im Vorjahresvergleich.

KERNERGEBNISSE

- Weiterhin liegt der **OTC-Umsatz** über den **gesamten Coronazeitraum nur leicht unter dem Vorjahresniveau** (Index 98,5)
- Die Mitte Juni einsetzende **Erholungsphase setzt sich fort** – wenngleich zuletzt mit **etwas vermindertem Momentum**
- Weiterhin **höhere Dynamik im Versandhandel gegenüber der Offizin**: 11 Indexpunkte Vorsprung (107 vs. 96) im letzten Betrachtungsmonat
- **Gewinnende Kategorien: Prävention** (Immunsystem, Vitamine, ...) und **Anitseptika** (Desinfektionsmittel, ...) nachhaltig mit deutlichem Plus
- **Verlierende Kategorien: Cough & Cold** weiter deutlich unter Vorjahr (Expectorantien, Grippemittel, ...)
- Die **Rückkehr zur Normalität** findet **unter Vorbehalt** statt: Angesichts steigender Infektionszahlen sind weiterhin **strukturelle Verschiebungen** auf verschiedenen Ebenen des OTC Marktes zu beobachten, etwa zwischen Kategorien, Vertriebskanälen und Standorttypen von Apotheken

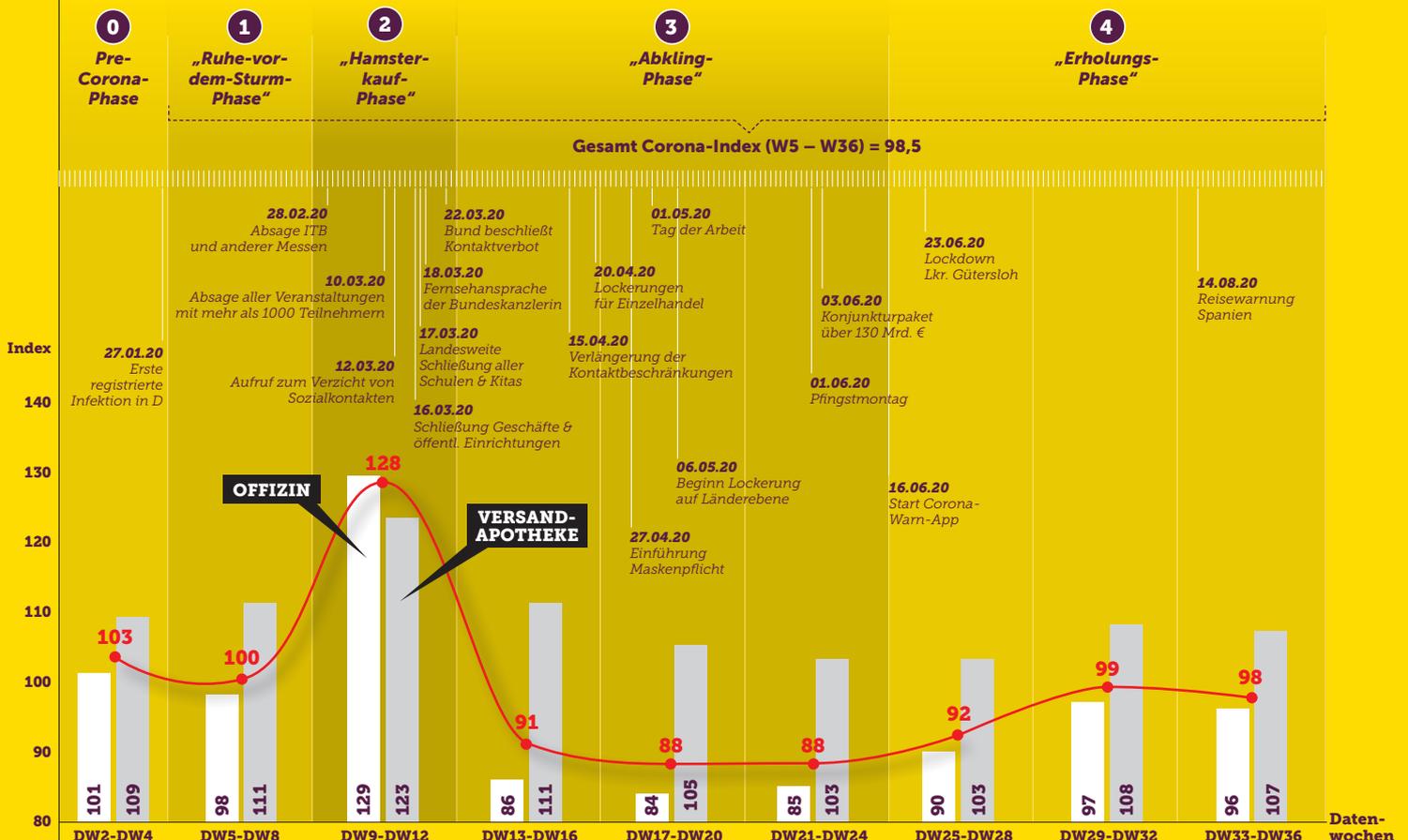


2021 hat bereits begonnen: OTC-Herbst und -Winter werden wettbewerbsintensiv und kreativ wie lange nicht.

Tobias Brodtkorb, Managing Partner

CORONA TIMELINE: Januar bis Anfang September 2020

(Woche 2 – Woche 36) vs. Vorjahr rAVP



CORONA: UPDATE OTC-MARKT #5

CORONA OTC-KATEGORIE-TRACKER

Woche 9 bis Woche 36 vs. Vorjahr rAVP

OTC-KATEGORIE Auswahl; ATC 3; Rangreihung nach Umsatz	BEISPIELMARKE Umsatzstärkste Marke 2019	PHASE 2 DW9-DW12 26.02.-24.03.		PHASE 3 DW17-DW20 22.04.-19.05.		PHASE 4 DW29-DW32 15.07.-11.08.		PHASE 4 DW33-DW36 12.08.-08.09.	
		DW13-DW16 25.03.-21.04.	DW21-DW24 20.05.-16.06.	DW25-DW28 17.06.-14.07.	DW29-DW32 15.07.-11.08.	DW33-DW36 12.08.-08.09.			
Expectorantien etc.	Sinupret, ...	↗ 47%	↘ -33%	↘ -60%	↘ -63%	↘ -45%	↘ -28%	↘ -25%	
Analgetika	IBU Ratiopharm, ...	↗ 73%	↘ -18%	↘ -22%	↘ -17%	↗ -9%	↗ -2%	↗ -2%	
Antirheumatika, topisch	Voltaren, ...	↗ 6%	↗ -7%	↗ -9%	↗ 1%	↗ 7%	↗ 7%	↗ 0%	
Mittel gegen Verstopfung	Movicol, ...	↗ 13%	↗ -3%	↗ -5%	↗ -2%	↗ 0%	↗ 0%	↗ 1%	
Mineralstoffpräparate	Magnesium Verla, ...	↗ 36%	↗ 3%	↗ -7%	↗ -5%	↗ -2%	↗ 0%	↗ 2%	
Immunsystem, Vitamin C	Orthomol, ...	↗ 236%	↗ 80%	↗ 14%	↗ -2%	↗ 6%	↗ 12%	↗ 11%	
Grippepräparate	Grippostad, ...	↗ 41%	↘ -50%	↘ -71%	↘ -72%	↘ -50%	↘ -30%	↘ -34%	
Antiseptika u. Desinfektion	Octenisept, ...	↗ 307%	↗ 85%	↗ 98%	↗ 55%	↗ 29%	↗ 42%	↗ 54%	
Medizinische Körperpflege	Eucerin, ...	↗ 16%	↗ 12%	↗ 3%	↗ 6%	↗ 4%	↗ 12%	↗ 4%	
Antihistamine, systemisch	Cetirizin, ...	↗ 7%	↗ 13%	↗ 38%	↗ 23%	↗ 2%	↗ 19%	↗ 17%	
Vitamin A und D etc.	Vigantol, ...	↗ 85%	↗ 27%	↗ 14%	↗ 17%	↗ 28%	↗ 22%	↗ 18%	
Darmgesundheit	Omni-Biotic, ...	↗ 16%	↘ -12%	↗ -9%	↗ -5%	↗ 4%	↗ 4%	↗ 4%	
Antacida, Antiflatulencia	Talcid, Lefax, ...	↗ 13%	↗ -6%	↘ -10%	↗ -3%	↗ 3%	↗ 2%	↗ 0%	
Hand und Nagelpflege	Eucerin, ...	↗ 65%	↗ 72%	↗ 25%	↗ 21%	↗ 8%	↗ 13%	↗ 0%	
...	
GESAMTMARKT OTC		↗ 28%	↗ -9%	↘ -12%	↘ -12%	↗ -8%	↗ -1%	↗ -2%	

IMPLIKATIONEN

1. POST-CORONA ALS NEUANFANG

Die Konsumenten kehren sukzessive zu ihren Pre-Corona Einkaufsgewohnheiten zurück. Jetzt ist der Zeitpunkt, neue Touchpoints mit den Kunden aufzubauen und potentielle alte Verhaltensmuster mit frischen Konzepten zu durchbrechen.

2. ZUKUNFTSORIENTIERTES PORTFOLIO

Corona hat gezeigt, dass sich in Ausnahmesituationen nicht nur das Kaufverhalten, sondern auch der generelle Bedarf an bestimmten Produktgruppen verändern kann. OTC-Hersteller müssen ein diversifiziertes Portfolio führen, welches unterschiedliche Beschwerden und Bedürfnisse adressiert.

3. KANALSPEZIFISCHE MARKTBEARBEITUNG

Der Versandhandel zeigt sich als verlässlicher Absatzkanal. Die Veränderungen der Patient Journey erfordern eine Überprüfung der Channel-Strategie und die Entwicklung passender Konzepte je Kanal.

Datenbasis Paneldaten: Insight Health (Offizinapotheke) und DatamedIQ (Versandapotheken) auf Wochenbasis
Die Daten zeigen den durchschnittlichen Abverkauf in der Coronaphase zu tatsächlichen Verkaufspreisen (rAVP).

Grafik 1 und 2: Vergleich mit gleicher Datenwoche im Vorjahr 2019

„Datenwoche“ bezeichnet für beide Kanäle den Zeitraum vom Mittwoch einer Kalenderwoche bis zum darauffolgenden Dienstag.

Beispiel: für Woche 13 also der Zeitraum vom Mittwoch den 25.03. in der Kalenderwoche 13 bis zum Dienstag den 31.03. in der Kalenderwoche 14.

Kaufzeitpunkt im Versandhandel ist das Bestelldatum