

# OTC Versand knackt den Jackpot

Die aktuelle SEMPORA Marktprojektion zum europäischen Apothekenversandhandel zeigt: In immer mehr Ländern nähert sich der Distanzhandel der Bedeutung, die er in Deutschland und Großbritannien längst erreicht hat.

## EUROPA



Deutschland und Großbritannien sind schon erwachsen. Polen, Österreich sowie die skandinavischen Flächenländer Norwegen und Schweden werden es wohl 2020 sein. Spätestens dann sind auch die großen Pharmamärkte Frankreich, Spanien und Italien den Kinderschuhen entwachsen und in die Periode der besonders dynamischen Größenentwicklung eingetreten.

Die Rede ist von der Bedeutung und der Professionalität, die der Versandhandel im Channel Mix der OTC-Vertriebskanäle einnimmt. Erwachsene, also „Mature“, sind in diesem Sinne Märkte, in denen der Umsatzanteil von Versandapotheken auf den OTC-Märkten über 10% liegt. Als „Developing“ werden Märkte in der Entwicklungsphase davor bezeichnet, die ein Distanzhandelsanteil zwischen 4% und 10% kennzeichnet.

Deutschland und Großbritannien markieren seit Jahren die Avantgarde im OTC E-Commerce: Mit einem Umsatzanteil des Apothekenversands von jeweils über 13% spiegeln diese Märkte den gesamtgesellschaftlichen Wandel im Informations- und Kaufverhalten der Konsumenten gegenwärtig noch deutlich stärker wider als alle anderen europäischen Pharmamärkte. Die beiden Länder repräsentieren damit aktuell mehr als 75% des OTC-Versandumsatzes in ganz Europa (2,7 Mrd. €).

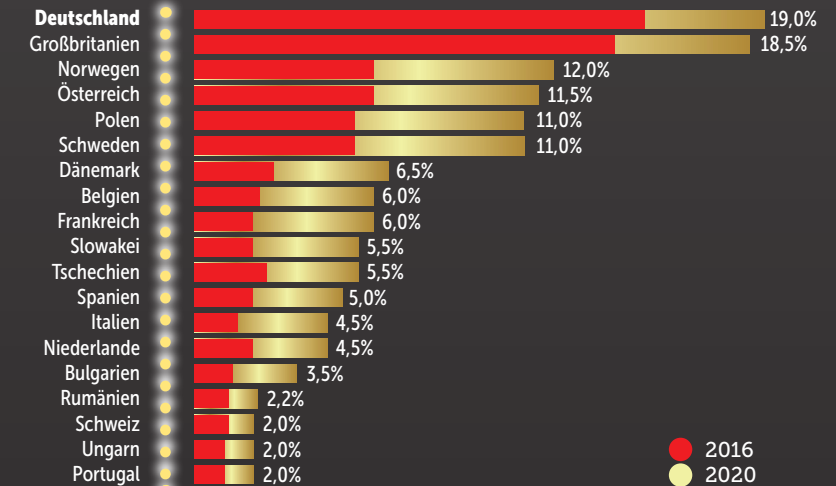
**Doch werden Deutschland und Großbritannien im OTC-Versand auf Dauer in einer eigenen Liga spielen? Nein.**

Die SEMPORA Marktprojektion zeigt auf, dass in allen betrachteten Ländern der Versand an Bedeutung zulegen wird, in einigen davon sogar ganz erheblich: Die Frontrunner Deutschland und Großbritannien werden (trotz ebenfalls weiter steigender Bedeutung des Apothekenversands) in 2020 „nur“ noch rund 68% des digitalen OTC-Umsatzes auf sich vereinen. Im insgesamt wachsenden Distanzhandelsmarkt wird dieser Wert für rund 4,4 Mrd. € stehen.

**Wie kam es zu der Entwicklung?**

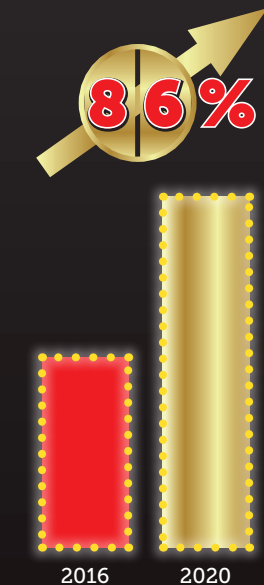
Die OTC-Manager in Deutschland und Großbritannien mussten sich deutlich früher als ihre Kollegen im europäischen Ausland mit diesem stark wachsenden Kanal auseinandersetzen: mit den Chancen und Besonderheiten der Vermarktung in diesem digitalen Vertriebsweg, mit einem neuen Typus an Gesprächs- und Verhandlungspartnern. Die Expertise in der professionellen Erschließung der Wachstumspotentiale im Apothekenversand ist daher in OTC-Organisationen aus den beiden Ländern im internationalen Vergleich deutlich am weitesten entwickelt.

Diese Expertise wird nun überall gebraucht – insbesondere in den künftigen „Mature Markets“ (Polen, Österreich, Norwegen, Schweden) sowie in den versandseitig stark zulegenden großen Pharmamärkten



Versandhandelsanteile europäischer Länder heute und 2020

Entwicklung europäischer Versandapothekenmarkt bis 2020



(Frankreich, Spanien, Italien). Zum einen sind die Kollegen aus diesen Märkten im Rahmen des unternehmensinternen Knowledge Managements mit dem Transfer strategischer und operativer Erfolgskonzepte zu qualifizieren.

Zum anderen gilt es, den durch internationale Expansion sowie durch Akquisitionen immer mächtiger werdenden Versandhändlern mit einem europäischen Key Account Management professionelle Strukturen entgegenzustellen.

So haben etablierte deutsche Marktteilnehmer, wie z.B. Shop-Apotheke und Apo-rot, die Potentiale im europäischen Versandhandel mittlerweile deutlich erkannt und in den Ausbau ihrer europaweiten Aktivitäten investiert. Mittelfristig werden große Player eine dominante Position in mehreren europäischen Ländern einnehmen und die Marktstrukturen wesentlich prägen. Dabei ist durch die zunehmende Professionalisierung auch eine Konsolidierung im Markt zu erwarten. Jüngstes Beispiel auf europäischer Ebene ist die Fusion der beiden britischen Versender Pharmacy2U und ChemistDirect und der Verkauf von farmaline in Belgien an die Shop-Apotheke. Die Börsengänge von Shop-Apotheker und Zur Rose (Eigentümer von DocMorris) haben Kapital freigesetzt, um weitere Akquisitionen auf europäischer Ebene zu tätigen, um so neue Märkte zu erobern oder Marktanteile in bestehenden Märkten zu gewinnen. Private Equity hat auch die Attraktivität dieses Marktes entdeckt und wer weiß was Amazon machen wird. Weitere Übernahmen und Merger werden folgen.

Um am dynamischen Wachstum des Versandhandels partizipieren zu können, müssen Hersteller den Wandel der europäischen Handelsstrukturen also schneller und präziser verstehen als ihre Wettbewerber. Denn nur so werden sie früher und gezielter in die Erschließung der Potentiale investieren können.

Für OTC-Manager aus Deutschland und Großbritannien, die seit Jahren im Umgang mit den „Big Guys“ auf Versenderseite erfahren sind, wird es in Zukunft also vermehrt heißen: Let's talk...