

LEICHTE UMSATZVERLUSTE IM APRIL

Regen hilft Allergikern

Vor allem Neueinführungen sind es, die im April einen noch größeren Umsatzeinbruch im OTC-Markt verhindern. In erster Linie geben ein Produkt zur Gewichtsreduktion und eines zur Behandlung von Nagelpilz Impulse, während viele andere Produktgruppen Einbußen hinnehmen müssen. So sorgte vor allem der schwache Erkältungsmarkt dafür, dass der OTC-Markt ein Minus von drei Prozentpunkten zu verzeichnen hat. Dabei ist ausschließlich die Offizin, nicht der Versandhandel betroffen.

Tabelle 1

→ Arznei- und Nichtarzneimittel bis April und im April 2010				
	Umsatz in Mio. Euro 01.–04.2010	Veränd. in % geg. Vorjahr	Umsatz in Mio. Euro 04.2010	Veränd. in % geg. Vorjahr
Arznei- und Nichtarzneimittel gesamt	2307,7	-4,1	541,1	-3,0
Husten- und Erkältungsmittel/Atemwege	561,8	-12,5	113,7	-6,6
Schmerzmittel/Präparate f. Muskeln u. Gelenke	359,4	-2,9	87,4	-1,5
Präparate für den Verdauungstrakt	305,0	1,6	73,8	2,2
Vitamine/Mineralstoffe/Nahrungsergänzung	246,7	-2,4	59,8	-2,2
Hautmittel	196,1	4,3	50,0	0,5
Herz- und Kreislaufmittel	180,5	-5,1	44,3	-6,8
Augenpräparate	89,0	0,5	24,5	-10,2
Mittel für Blase/Fortpflanzungsorgane	79,4	-0,8	19,5	-0,1
Verschiedenes	74,6	-8,0	18,0	-8,5
Beruhigungs-/Schlafm./Stimmungsaufheller	59,3	-2,8	14,0	-1,4
Tonika/Geriatr./Melisse/Immunistimulanzien	57,3	-2,6	12,6	0,4
Produkte zur Gewichtsabnahme	25,3	55,1	6,0	12,0
Mund- und Zahnbehandlung	24,3	-5,2	5,9	-2,1
Mittel gegen Übelkeit	17,3	2,9	4,0	2,9
alle anderen nicht klassifizierten Präparate	11,4	-0,6	3,0	-0,2
Entwöhnungsmittel	12,4	-8,3	2,8	-6,1

*Datenquelle Text und Infoboxen: IMS OTC® Report/IMS® GesundheitsMittelStudie (GMS) Apotheke

IMS OTC® Report Apotheke/IMS GesundheitsMittelStudie (GMS): Abverkäufe von rezeptfreien Arzneimitteln und Gesundheitsmitteln (Nichtarzneimittel/diätetische Lebensmittel) in Apotheken.

Preise sind tatsächlich erzielte Apothekenverkaufspreise in Euro.

Die Paneldaten von über 4000 Apotheken werden durch eine gewichtete Hochrechnung nach Apothekengrößenklassen und Gebieten auf die Grundgesamtheit projiziert.

Tabelle 2

→ Husten- und Erkältungsmittel bis April und im April 2010				
	Umsatz in Mio. Euro 01.–04.2010	Veränd. in % geg. Vorjahr	Umsatz in Mio. Euro 04.2010	Veränd. in % geg. Vorjahr
Husten- und Erkältungsmittel/Atemwege	561,8	-12,5	113,7	-6,6
Atemwegs-, allgem. Antiallergika	45,5	-15,6	22,8	-28,8
Schnupfenmittel	93,7	0,2	19,2	0,7
Expektoranzien	96,0	-18,6	16,6	2,0
Halsschmerzmittel	79,3	-9,9	15,1	4,2
Produkte für sonstige Atemwegserkrankungen	93,4	-14,6	14,8	-3,0
Erkältungsmittel, Mittel gegen Grippe	67,0	-14,4	9,1	8,6
Mittel zur Hustenlinderung	42,1	-14,2	8,3	1,7
Salz- und Meerwasserlösungen für die Nase	14,1	-3,3	2,9	-3,6
Einreibungen und Inhalationen	16,5	-14,0	2,4	8,2
Immunstimulanzien gegen Erkältungen	13,3	-22,8	2,2	-6,7
Asthmamittel	0,9	-24,8	0,3	-35,3

→ Hatte der Frühlingsmonat März nach den eher enttäuschenden Monaten Januar und Februar mit einem Umsatzplus von drei Prozentpunkten für einen leichten Lichtblick im OTC-Markt gesorgt, mussten die Apotheken im April wieder einen Umsatzrückgang von insgesamt drei Prozent gegenüber dem Vergleichszeitraum im vergangenen Jahr hinnehmen. Dabei zeigt sich das gleiche Bild wie schon in den Monaten zuvor: Die Umsätze der Standortapotheken gehen zurück (aktuell minus 4,1 Prozent gegenüber April 2009), der Versandhandel nimmt zu (plus 8,9 Prozent gegenüber April 2010), wenn auch nicht mehr in so rasantem Maße wie in vergangenen Zeiträumen.

Versandhandel wächst in Menge und Wert

Unverändert positiv entwickelt sich nach Angabe der Marktforscher* der Versandhandel sowohl in der Menge der bestellten Packungen als auch in deren Wert. Dabei, so die Experten, fällt das Absatzplus deutlich höher aus als das Umsatzplus. Zwar seien nach wie vor hochpreisige Produkte und dabei vor allem Großpackungen weiterhin besonders wichtig für den Versandhandel, da die Ersparnis für die Verbraucher hier am höchsten sei. Denn immer noch wird vor allem von chronisch Kranken und Kunden, die bestimmte Produkte, zum Beispiel Schmerzmittel, „auf Vorrat“ kaufen, im Versandhandel bestellt. Doch

werden zunehmend auch preisgünstigere Produkte auf diesem Wege bezogen. In der kumulierten Betrachtung über die ersten vier Monate des Jahres zeigt sich von Januar bis April 2010 ebenfalls ein Minus – von rund vier Prozent. Auch hier ist nur die Offizin, nicht aber der Versandhandel betroffen.

Schlechtes Wetter „dämpft“ Heuschnupfen

Eine wesentliche Ursache für den Rückgang im OTC-Markt sehen die Forscher im Minus von 12,5 Prozent im Erkältungsmarkt (Tabelle 1), der auch im Monat April für sich genommen mit minus 6,6 Prozent einen überproportionalen Verlust aufweist.

Gleichzeitig habe nach schwacher Erkältungssaison von Januar bis März das kalte, oft regnerische Frühlingswetter im April auch die Nachfrage nach Heuschnupfenprodukten im April deutlich negativ beeinflusst. Hatte im Vergleichszeitraum im Vorjahr das warme, fast sommerliche Wetter zu einem wahren Wachstumsschub in der Natur und damit zu massiver Nachfrage von antiallergischen Produkten geführt, wurden diese im laufenden Jahr nur sehr mäßig verlangt. Und auch die ersten drei Maiwochen zeigten keine Änderung der niedrigen Absätze.

Im einzelnen lag der Umsatz mit anti-allergischen Produkten im April mehr als

25 Prozent unter Vorjahr, Asthmamittel verloren gegenüber April 2009 mehr als 35 Prozent (Tabelle 2), und auch die Augenpräparate verzeichnen mit einem Minus von zehn Prozent gegenüber Vorjahr einen hohen Umsatzrückgang.

Neueinführungen beleben den schwächelnden OTC-Markt

Ein mehr oder weniger deutliches Plus weisen im Untersuchungszeitraum nur die Hautmittel (plus 4,3 Prozent im Januar bis April, plus 0,5 5 im April) und die Produkte zur Gewichtsabnahme (plus 55,1 Prozent im Januar bis April, plus 12 Prozent im April) auf (Tabelle 1). Dabei wird im Markt der Produkte zur Gewichtsabnahme das deutliche Plus durch eine Neueinführung in diesem Segment und starke Werbung geprägt.

Im Markt der Hautmittel fällt vor allem das hohe Wachstum im Segment der Nagelpilzmittel ins Auge (plus 33,4 Prozent im Januar bis April, plus 17,9 Prozent im April 2010). Während der Nagelpilzmarkt über die vergangenen vier Jahre hinweg eine recht stabile Umsatzentwicklung zeigte, liegt er in den ersten vier Monaten 2010 rund fünf Mio. Euro über Vorjahr, was einzig auf eine erfolgreiche Neueinführung zurückzuführen ist, deren Marktanteil bereits bei knapp 50 Prozent liegt. Demgegenüber weist der Hautpilzmarkt in den letzten Jahren einen stetigen Rückgang auf. +