



Zeit für unsere Sponsoren: Kurz-Pitch Goldpartner IQVIA

15. BVDVA-Kongress 2022, 2. Juni 2022, Berlin

Thomas Heil, Vice President Consumer Health, IQVIA

Global

80.000+ Mitarbeiter
100+ Länder

14 Mrd. \$ Umsatz

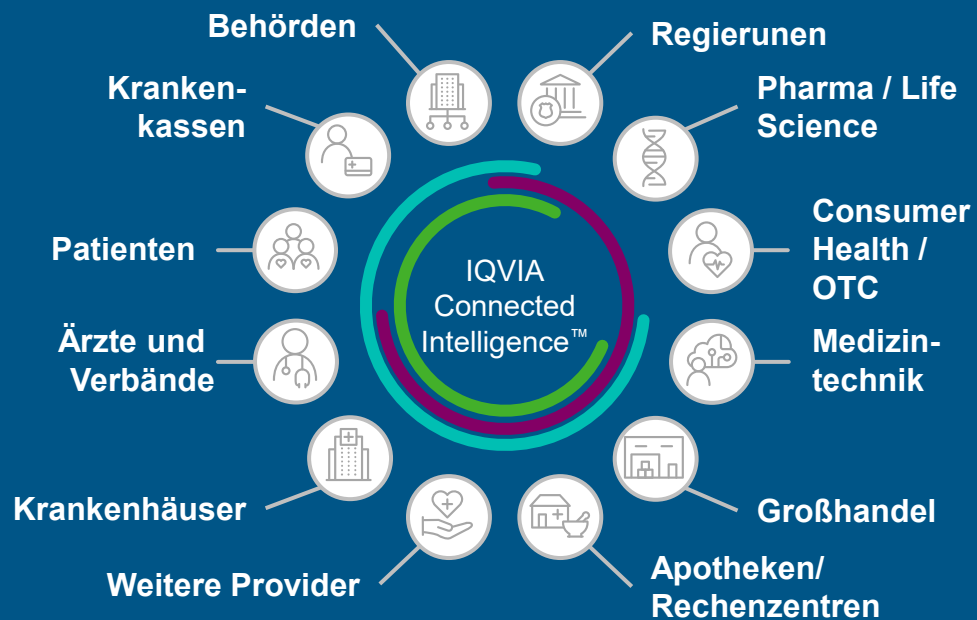
#1

Health Care:
"Pharmacy &
Other Services"



IQVIA™

360° Blick auf das Gesundheitswesen



#1 Global

- Klinische Auftragsforschung
- Informationen und Daten

#3 Best consulting firms in Europe for Healthcare

Forbes | 2019
THE BEST EMPLOYERS for WOMEN
POWERED BY STATISTA.

Inklusive, offene und agile Kultur

Unsere Kunden:
lokal und global führend

Pharma	
Consumer Health	
MedTech	
Emerging Biopharma	
Others	

Thought Leadership:
Wegweisend für unsere Kunden

IQVIA besitzt einzigartige Fähigkeiten

4,600+

Data Scientists / Statistiker
KI, maschinelles Lernen

1,900+

Epidemiologen/Versorgungsforschung

1,650+

Ärzte

8,200+

Softwareentwickler und -berater

1.2B+

Anonyme Patientendatensätze

85%

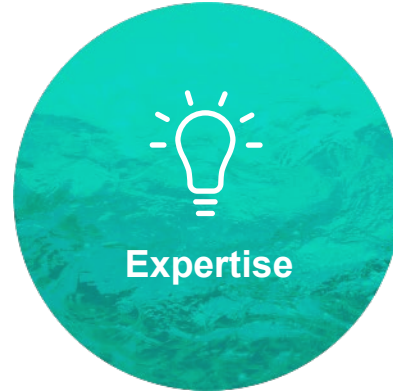
des globalen Pharmamarktes

56+

Petabytes einzigartiger Daten

300+

Analysemodule für das
Gesundheitswesen



100+

Länder

50K+

Partner: Apotheken und Großhändler

5M+

Clinical trial Investigators

100M+

Patienten im Netzwerk für klinische Studien

2,000+

Partner: Krankenhaus

100B+

Datensätze im Echtzeit-Zugriff

150+

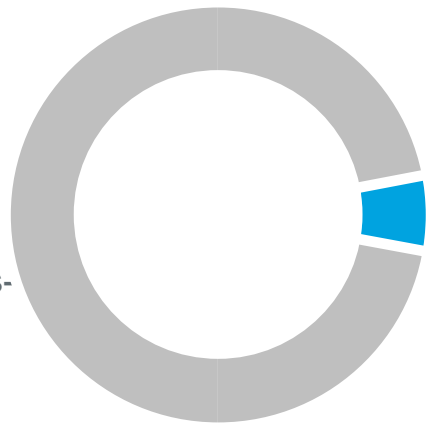
Angemeldete Patente

30+

Prädiktive Lösungen zur Erkennung von Krankheiten

Umfang, Komplexität und Wachstum in Gesundheitsdaten haben enorm zugenommen

Globale Nachfrage nach Datenspeicherung
~33.000 Zettabytes



Gesundheits-
sektor
6%

CAGR (2018-2025)

Gesundheitssektor: +40%

Nicht-Gesundheitssektor: +20%

Komplexität von Gesundheitsdaten

Unstrukturierte Daten
~80%



Strukturierte Daten
~20%

Genom-Daten



Patientenfälle



Medizinisches
Bildmaterial



Wearables



Social Media



Außendienst-
besuche



Labordaten



Verordnungsdaten



Fachliteratur



Elektronische
Patientenakten



Kassendaten



Registerdaten



Podium 3:
**Arzneimittelmarktentwicklung und
Veränderungen im Handel mit Schwerpunkt
Kaufverhalten und einer neuen Angebotswelt im
E-Commerce - *gehen die Online-Apotheken mit?***

15. BVDVA-Kongress 2022, 2. Juni 2022, Berlin

Thomas Heil, Vice President Consumer Health, IQVIA

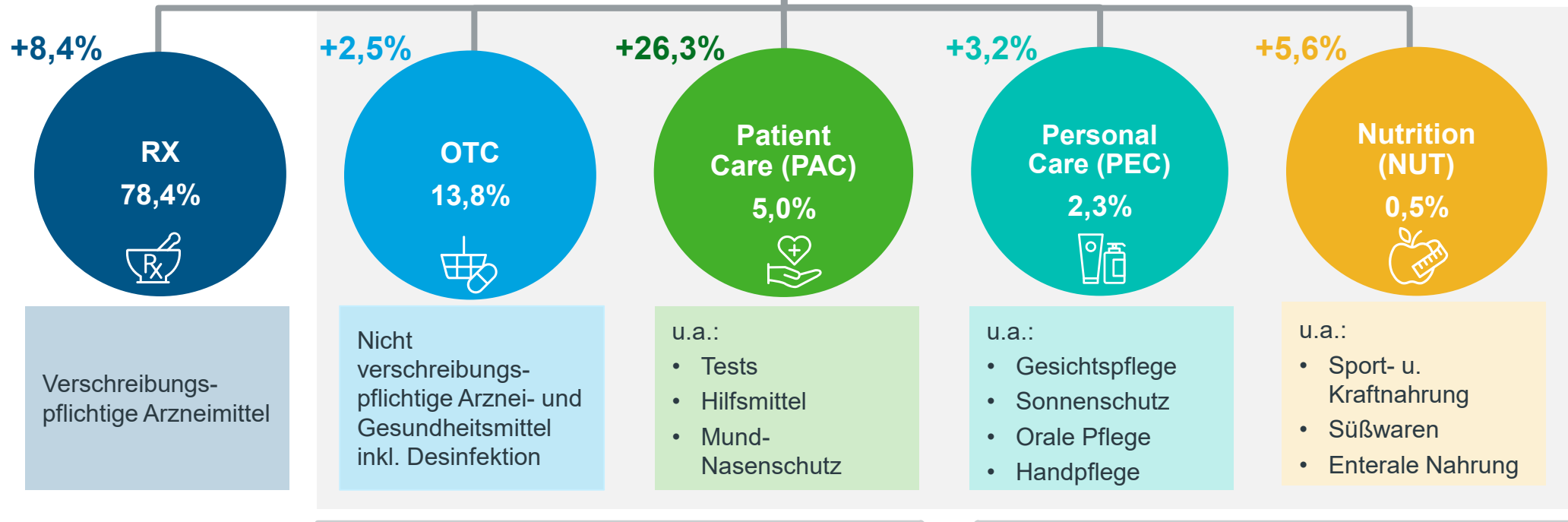
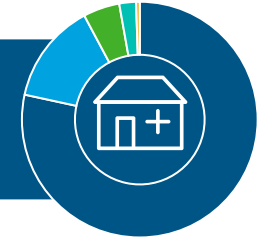
Aktuelle Marktentwicklung



Der Apotheken-Markt wächst nach Umsatz deutlich, getrieben durch die Segmente RX und Patient Care (z.B. Masken, Tests)

Apotheke Total (RX, OTC, PAC, PEC, NUT), Umsatz vs. VJ, 2021, Apotheke (Offizin+VH)

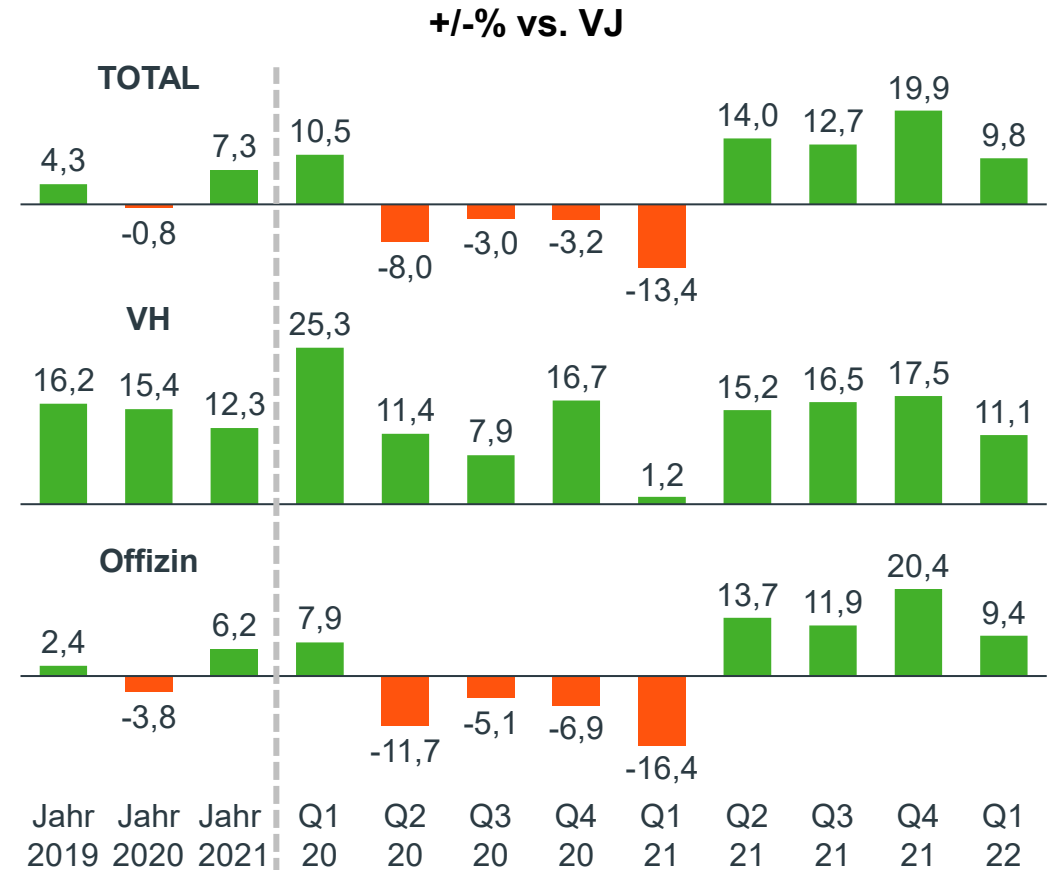
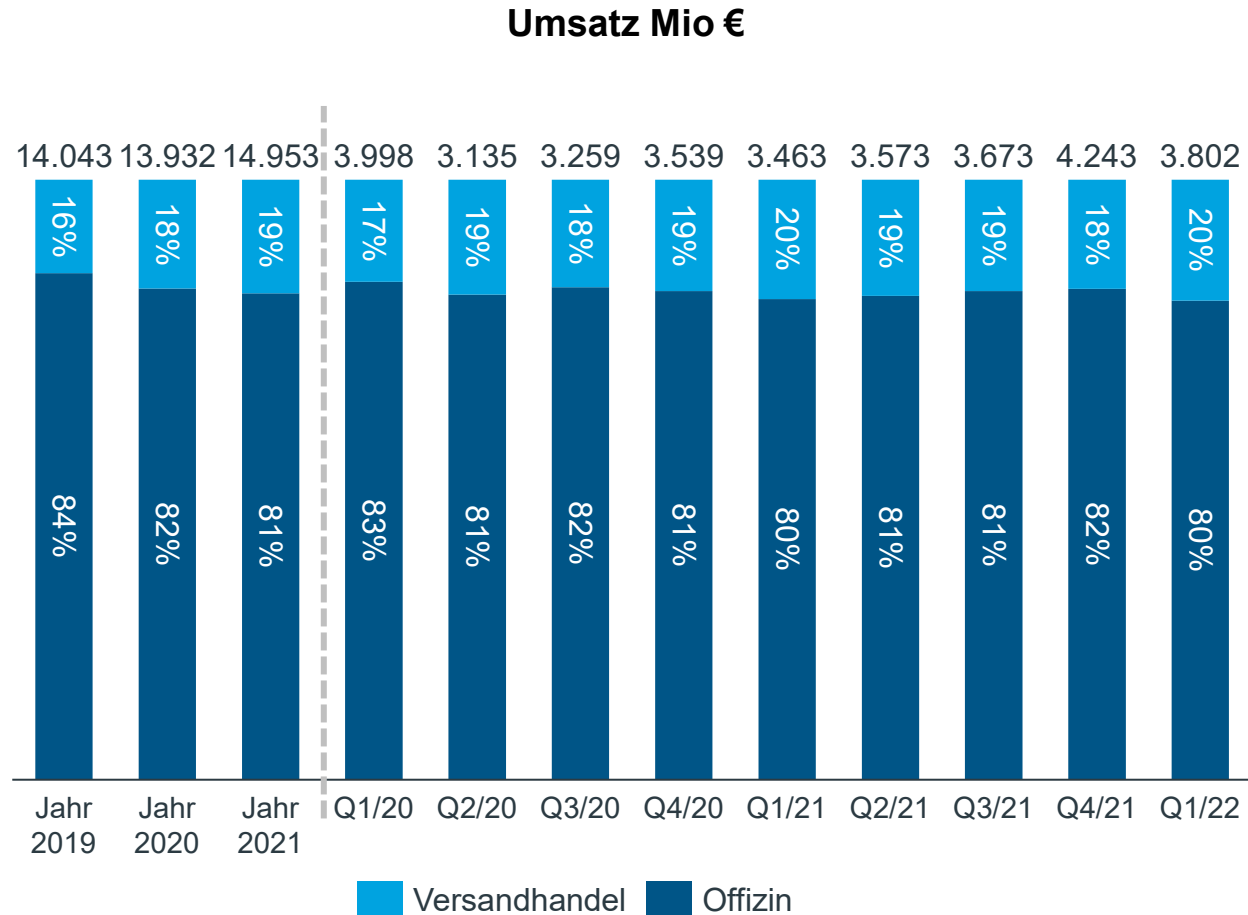
Apotheken-Markt: 69,3 Milliarden Euro +8,2%



Consumer Health +7,3%

Langfristig steigen die VH-Anteile gegenüber der Offizin, seit Q2 2021 wächst der rezeptfreie Markt gegenüber dem schwachen VJ

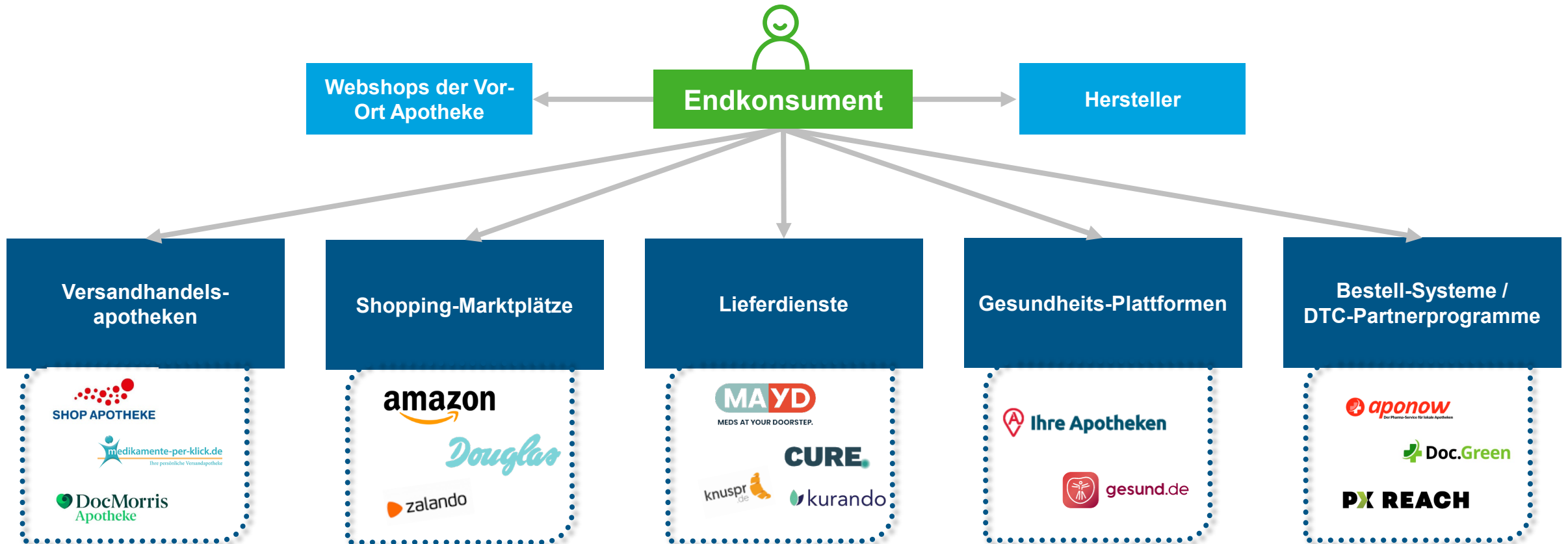
Consumer Health Total (OTC, PAC, PEC, NUT), Umsatz Mio. €, Apotheke (Offizin+VH)



Neue Vertriebswege

Chancen für etablierte Player und Newcomer im Apotheken-Versandhandel durch neue Trends im Konsumentenverhalten

Der Markt bleibt dynamisch und bietet neue Online-Bestellmöglichkeiten für Endkonsumenten



Aus Sicht von Apotheken und Industrie zeigen sich je nach Anbieter unterschiedliche Risiken, aber auch Chancen

Schlüsselfragen: Wer ist das Gesicht zum Kunden? Wie austauschbar bin ich? Wer bezahlt?



Vor-Ort Apotheken

- x Set-Up Kosten / Gebühren pro verkauftem Produkt
- x Austauschbarkeit & geringe Sichtbarkeit
- x Erhöhter Wettbewerb durch Preisvergleiche
- x Abhängigkeit vom Anbieter / Übernahme des Anbieters

- ✓ Ausbau der Online-Präsenz
- ✓ Neukundengewinnung
- ✓ Kundenbindungsprogramme
- ✓ Weniger Marketing-Ausgaben



- x Steigende WKZ-Zahlungen
- x Druck auf Einkaufskonditionen
- x Konkurrenz durch Eigenmarken
- x Abhängigkeit vom Anbieter / Übernahme des Anbieters



Industrie

- ✓ Ansprache neuer Zielgruppen
- ✓ Direkter Kanal zum (Online-)Konsumenten
- ✓ Ggfls. Partnerschaft mit der Apotheke vor Ort
- ✓ Umsetzung von Online-Marketing-Aktivitäten

MAYD - Marktabdeckung & Portfolio

MEDS AT YOUR DOORSTEP.

Umsatzabdeckung MAYD nach Marktsegment

	Vor-Ort-Apotheken	Versandhandel
OTC	43%	24%
Personal Care	37%	36%
Patient Care	17%	16%
Nutrition	1%	3%

Produktverteilung MAYD nach Marktsegment

OTC	46%
Personal Care	27%
Keine PZN	18%
Patient Care	8%
Nutrition	1%

Neben „klassischen“ Apotheken-Produkten bietet das MAYD-Portfolio zusätzliche Produktkategorien

Zielgruppe:
Mütter von Babies/Kleinkindern



Zielgruppe:
(Junge) Frauen



Preise vs. Vor-Ort-Apotheke und Versandhandel

Top 5 – Produkte mit höchstem Ø-Preisunterschied

Ø
+6,8%

MAYD vs. Vor-Ort-Apotheke

	Ø-Preis MAYD	Ø-Preis VOA	Differenz in %
1. Tattoo Creme Pegasus Pro	6,99€	3,84€	+82%
2. FFP2-Atenschutzmaske Helvetica-Ph.	3,50€	2,10€	+67%
3. Hysan Schnupfenspray URSAPHARM	4,95€	3,02€	+64%
4. Additiva heiße Zitrone Dr. B. Scheffler	5,95€	3,70€	+61%
5. Peha-haft Fixierbinde Paul Hartmann	4,69€	3,18€	+47%

Ø
+38,5%

MAYD vs. Versandhandel

	Ø-Preis MAYD	Ø-Preis VH	Differenz in %
1. ES-Kompressen Paul Hartmann	13,64€	5,16€	+164%
2. Ibu-ratiopharm akut 400 mg	6,27€	2,43€	+158%
3. Cetirizin-ratiopharm 10 mg	8,59€	3,41€	+152%
4. Levocetirizin Hexal 5 mg	10,36€	4,22€	+146%
5. Tattoo Creme Pegasus Pro	6,99€	2,86€	+145%

Produkte mit niedrigerem Ø-Preis bei MAYD

MAYD vs. Vor-Ort-Apotheke

Bad Heilbr. Schlaf- und Nerven Tee	1,25€	2,90€	-57%
Neutrogena Hand- und Nagelcreme	2,45€	4,74€	-48%

7,2% der MAYD-Produkte zeigen niedrigeren Durchschnittspreis vs. Vor-Ort-Apotheke

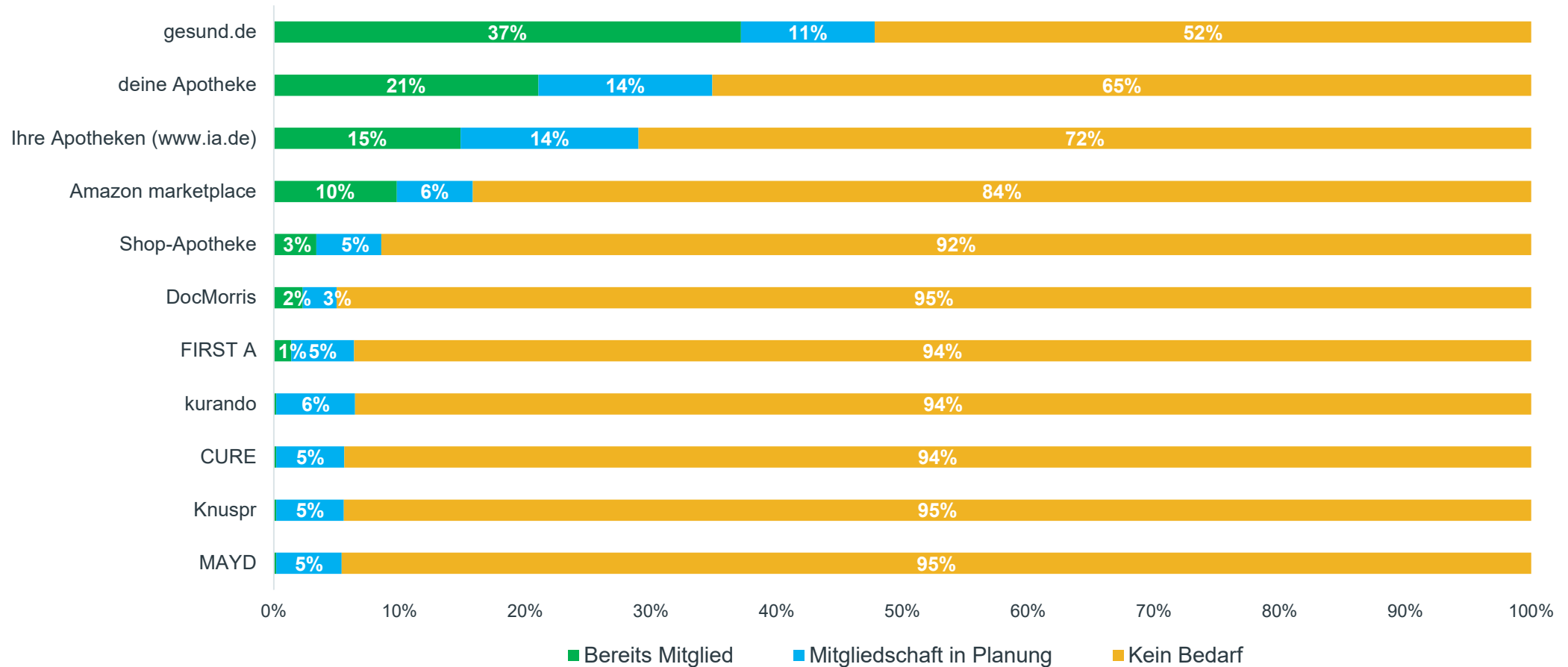
MAYD vs. Versandhandel

Bad Heilbr. Schlaf- und Nerven Tee	1,25€	2,72€	-54%
Neutrogena Hand- und Nagelcreme	2,45€	4,21€	-42%

3,4% der MAYD-Produkte zeigen niedrigeren Durchschnittspreis vs. Versandhandel

Rund 5% der befragten Apotheker/innen planen aktuell eine Mitgliedschaft bei einem Lieferdienst-Anbieter

„Bitte geben Sie an, ob Sie sich an die folgenden Plattformen bereits angeschlossen haben oder dies in den nächsten 12 Monaten planen“



Für weitere Informationen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung



Thomas Heil

Vice President Consumer Health, IQVIA

Thomas.Heil@iqvia.com

Vielen Dank!

© 2022, IQVIA Commercial GmbH & Co. OHG

Alle Rechte vorbehalten. Die Informationen dürfen weder ganz noch teilweise ohne vorherige ausdrückliche und gültige schriftliche Erlaubnis von IQVIA Commercial GmbH & Co. OHG vervielfältigt, gespeichert, weiterverarbeitet und in keiner Weise jeglichen Dritten zugänglich gemacht werden. Die gegebenenfalls im Zusammenhang mit Daten verwendeten Begriffe „Patient, Arzt, Arztpraxis, Verordner oder Apotheke“ bezeichnen keine personenbezogenen, sondern ausschließlich (nach einschlägigen, gültigen Datenschutzbestimmungen) anonyme Informationen. IQVIA stellt durch den Einsatz modernster Technologien und Verfahren sicher, dass seine Dienstleistungen, unabhängig davon wie die Daten untereinander verknüpft werden, den Datenschutzbestimmungen entsprechen.

© 2022, IQVIA Commercial GmbH & Co. OHG

All rights reserved. The information may not be duplicated, stored, processed further, nor be made accessible in whole or in part to any third party without prior express and valid written permission of IQVIA Commercial GmbH & Co. OHG. Terms used in connection with data/figures such as „patient“, „doctor“, „medical practice“, „prescriber“, or „pharmacy“ do not designate any personal data but exclusively anonymous information (according to applicable, valid data protection laws).

IQVIA utilizes highly sophisticated technologies and methods in order to ensure that all its Information Services meet the applicable data protection requirements, regardless of the way data are combined.