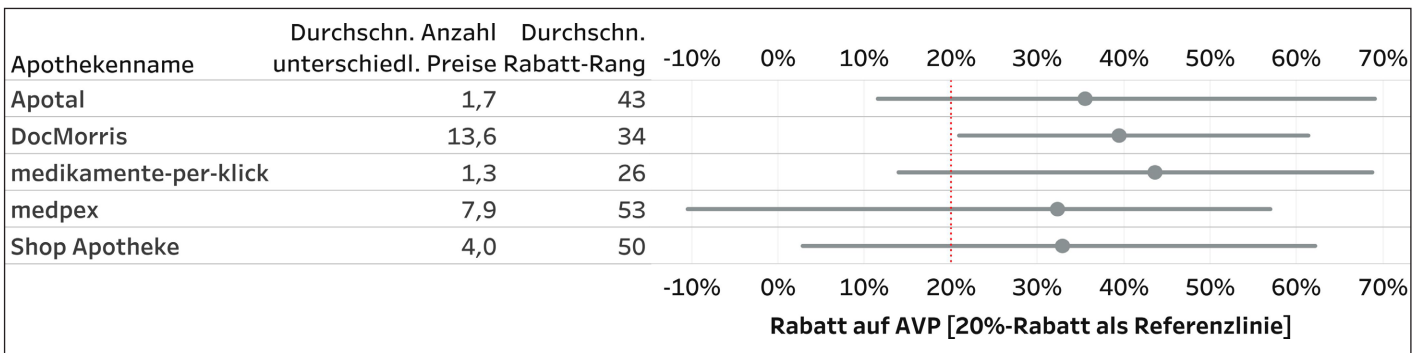


ApoWi-Preismonitor der OTC-Top-200-Artikel in Versandapotheken - Teil 2

Die großen Versender und ihre großen Rabatte

Im zweiten Teil des ApoWi-Preismonitors werfen wir einen detaillierten Blick auf die Preis- und Rabattgestaltung der Top 5-Versandapotheken. Und stellen fest, dass hohe Rabatte auch bei bekannten Pharma-Markenherstellern nicht die Ausnahme, sondern die Regel sind.

Abb. 1: Rabattkorridore und Preisaktivität der Big-5-Versandapotheken im Überblick



Im ersten Teil dieses Beitrags (AWA 5/2022, S. 6 f.) wurde deutlich, dass die zehn günstigsten Versandapotheken auf die OTC-Top-200-Produkte im Durchschnitt einen AVP-Rabatt in Höhe von gut 50% gewähren. Über alle betrachteten Versender beträgt dieser Rabatt immer noch gut 30%. Interessant sind aber nicht nur die durchschnittlichen Preise

bzw. Rabatte der Versandapotheken, sondern insbesondere auch deren **Rabattstrategien**.

Top-5-Versender kommen nicht über Rabatt-Mittelmaß hinaus

Sieht man sich die laut Statista **fünf umsatzstärksten Versandapotheken** in Deutschland an – Shop Apotheke, DocMorris, medpex, medikamente-per-klick und Apotal – so sind die Ergebnisse für die „Big 5“ in **Abbildung 1** kompakt zusammengefasst.

Greift man aus den Top-5-Versendern **DocMorris** exemplarisch heraus, so lassen sich folgende Trends erkennen:

- Bei jedem der beobachteten Artikel hat DocMorris durchschnittlich knapp 14 unterschiedliche Preise verwendet.

- Im Vergleich zu allen anderen beobachteten Versandapotheken lag DocMorris mit der Höhe seiner Rabattierung durchschnittlich auf dem 34. Rang.

- Im Durchschnitt gewährt DocMorris über alle beobachteten Artikel knapp 40% Rabatt auf den AVP (grauer Kreis).

- Der am geringsten rabattierte Artikel erhält bei DocMorris gut 20% Rabatt, der am höchsten rabattierte Artikel über 60% (graue Linie).

Vergleicht man das Rabattverhalten der Big-5-Versender untereinander, dann fällt auf, dass medikamente-per-klick mit 44% den höchsten durchschnittlichen AVP-Rabatt gewährt. Im Vergleich zur Gesamtheit aller 145 beobachteten Versandapotheken bewegen sich die „Big 5“ mit ihrer durchschnittlichen **Rabattierung in Höhe von 30% bis 45%** aber eher im **Mittelfeld**.

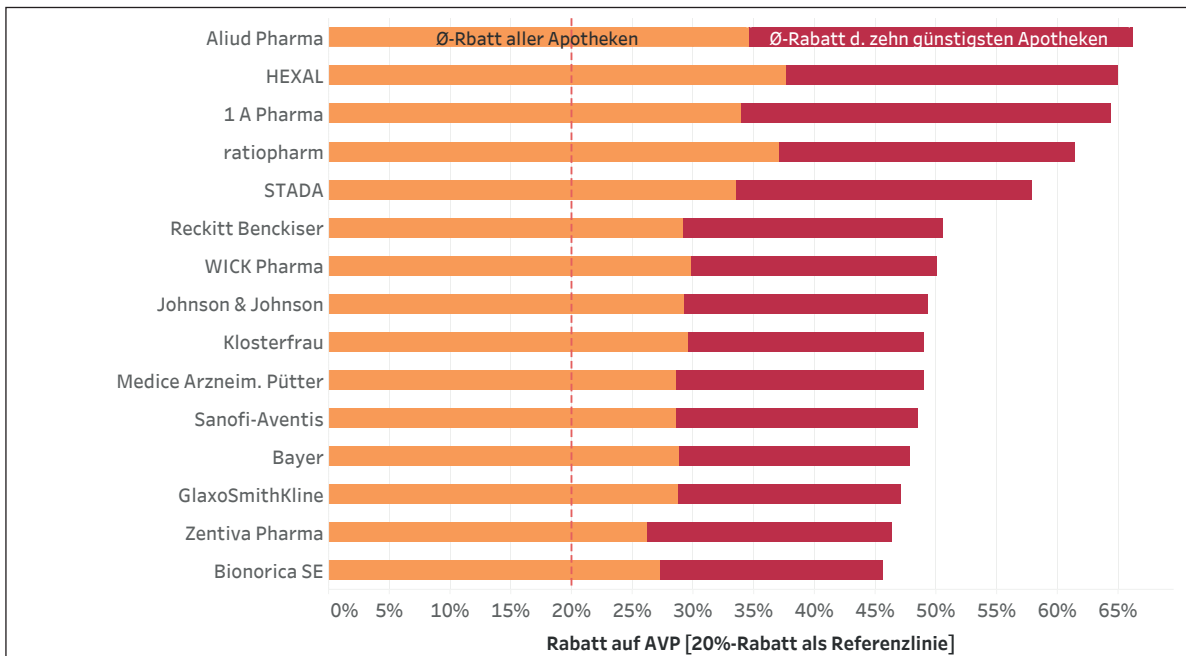
Interessant ist auch, dass die Preise der einzelnen Artikel bei medikamente-per-klick und Apotal über den Beobachtungszeitraum fast konstant bleiben, während **medpex** und vor allem **DocMorris** ein sehr **aktives Preismanagement** mit häufigen Preisanpas-

Der ApoWi-Preismonitor: 4 Millionen Preise von 145 Versandapotheken

Um zu ermitteln, wie die Preisgestaltung der Versandapotheken im Detail aussieht, beobachtet unser ApoWi-Preismonitor der **Forschungsstelle für Apothekenwirtschaft** (www.apowi.net) systematisch die Preise der auf medizinfuchs.de gelisteten Versandapotheken für die OTC-Top-200-Artikel.

Mit kurzen Unterbrechungen wurden die Preise über acht Monate (Mai bis Dezember 2021) täglich erhoben. Insgesamt ergeben sich somit 215 Messzeitpunkte mit **über 4 Mio. Preisen**, die in der aggregierten Auswertung einen Überblick über die Preisgestaltung von 145 Versandapotheken für die Top-200-OTC-Artikel erlauben.

Abb. 2: Rabatte der 15 Pharmahersteller mit mindestens 5 Artikeln in den OTC-Top-200



sungen betreiben. In den acht Monaten hat DocMorris bei jedem seiner Artikel aus den OTC-Top-200 durchschnittlich gut 27-mal den Preis angepasst und dabei rund 14 unterschiedliche Preise verwendet. Medpex hat im selben Zeitraum je Artikel durchschnittlich knapp 17-mal den Preis verändert und dabei rund acht unterschiedliche Preise gesetzt.

Weitere Auswertungen (nicht abgebildet) zeigen: **Je höher der Absatz** eines Artikels ist, **desto höher fällt der Rabatt** aus! Das gilt für alle Big 5 gleichermaßen und ist ein geschickter **psychologischer Schachzug**: Wenn ich im Fokus stehende Key-Produkte stark rabattiere, dann bleibe ich bei den Kunden als günstiger Anbieter im Gedächtnis haften.

Wie machen die das ...?

Häufig wird vermutet, dass die Versandapotheken eine Art Mischkalkulation betreiben: Be-

stimmte Artikel werden stark rabattiert, andere hingegen weniger – oder sie werden sogar mit Aufschlag verkauft. Eine solche **Mischkalkulation** ist in **Abbildung 1** nur bei **medpex** zu beobachten. Hier reicht die Spannbreite des Preises der OTC-Top-200 von 10% **Aufschlag** bis 57% **Rabatt**. Im Gegensatz dazu steht DocMorris, deren Rabatt für die OTC-Top-200 nicht unter 20% fällt. Im **Durchschnitt** erhalten Kunden bei den **fünf großen Versendern mindestens 32% Rabatt**.

Angesichts dieser Ergebnisse dürften sich manche Vor-Ort-Apotheker fragen: Wie machen die das? Dass die **Profitabilität** bei vielen Versandapotheken (zumindest bislang) häufig dem Ziel eines möglichst starken Absatzwachstums **untergeordnet** war, ist Fakt. Darüber hinaus erlauben die erhobenen Preisdaten auch (vorsichtige) Schlussfolgerungen hinsichtlich der Rabatte, die den Versandapotheken von den Herstellern gewährt werden. **Abbildung 2** zeigt den durch-

Die wichtigsten Ergebnisse auf einen Blick

Der direkte Vergleich der Top-5-Versandapotheken für die OTC-Top-200-Artikel liefert bemerkenswerte Einblicke in deren Preis- und Rabattgestaltung:

- Die „Big 5“-Versender liegen nicht an der Spitze des Rabatfeldes, geben aber dennoch durchschnittlich mindestens 30% Rabatt auf den AVP der OTC-Top-200.
- Die jeweils zehn günstigsten Versandapotheken rabattieren die Artikel der großen Hersteller mit **mindestens 45%**. Die Big-5-Versender halten mit mindestens 20% den Rabattdruck bei diesen Herstellern ebenfalls hoch. Von ihnen gewähren medikamente-per-Klick und DocMorris mit mindestens knapp 40% bzw. knapp 35% den höchsten AVP-Rabatt.
- Von den Big-5-Versendern betreiben DocMorris und medpex ein sehr **aktives Preismanagement** mit regelmäßigen Preisanpassungen: DocMorris ändert im Beobachtungszeitraum durchschnittlich mehr als dreimal im Monat die Preise seiner Artikel, medpex gut zweimal.

Abb. 3: Rabatte der Big-5-Versender und ausgewählter Pharmahersteller

	Apotal	DocMorris	medikamente-per-klick	medpex	Shop Apotheke
1 A Pharma	31%	50%	54%	42%	39%
Aliud Pharma	32%	53%	53%	47%	48%
Bayer	35%	38%	41%	30%	35%
Bionorica	28%	37%	39%	29%	25%
GlaxoSmithKline	33%	36%	40%	26%	32%
HEXAL	55%	50%	56%	46%	44%
Johnson & Johnson	34%	42%	43%	29%	33%
MCM KLOSTERFRAU	35%	41%	40%	29%	29%
Medice Arzneimittel Pütter	31%	35%	39%	28%	27%
ratiopharm	40%	46%	56%	42%	40%
Reckitt Benckiser	34%	34%	41%	28%	27%
Sanofi-Aventis	37%	35%	41%	32%	33%
STADA	47%	44%	48%	37%	38%
WICK Pharma	36%	36%	41%	28%	30%
Zentiva Pharma	22%	37%	41%	23%	20%

schnittlichen AVP-Rabatt auf alle Artikel der jeweiligen Hersteller, wobei hier nur Hersteller berücksichtigt werden, die mindestens fünf Artikel unter den OTC-Top-200 aufweisen.

Discount-freudige Generika: Bis zu 65 % Rabatt auf den AVP

Wenig überraschend stammen die durchschnittlich am **höchsten rabattierten Artikel** von den Generikaherstellern **Aliud, Hexal, 1A** und **ratiopharm** sowie

Stada. Der durchschnittliche **AVP-Rabatt** der jeweils zehn günstigsten Versandapotheken auf die Artikel dieser Hersteller bewegt sich im Bereich von **55 % bis 65 %!** Und: Keine der beobachteten Versandapotheken weist für diese Hersteller einen niedrigeren AVP-Rabatt als 30 % aus.

Markenhersteller wie Bayer, GSK und Sanofi-Aventis werden von den durchschnittlich zehn günstigsten Versendern mit **mindestens 45 %** rabattiert, über alle im ApoWi-Preismonitor beobachteten Versandapotheken liegt der Rabatt im Durchschnitt nicht unter 25 %.

Auch hier kann man wieder den Bogen zu den Big-5-Versendern schlagen und analysieren, wie deren Preisgestaltung differenziert nach den jeweiligen Herstellern ausfällt. **Abbildung 3** zeigt die Rabatthöhen von Apotal, DocMorris, medikamente-per-klick, medpex und Shop Apotheke aufgeteilt nach Herstellern (in alphabeti-

scher Reihenfolge) in einer sogenannten „Heatmap“.

Die **Farbintensität** der einzelnen Tabellenbereiche korrespondiert mit der Höhe des Rabattes: Je höher der Rabatt der jeweiligen Versandapotheke für die Artikel des Herstellers im Durchschnitt ausfällt, desto dunkler ist das Rot in dem jeweiligen Tabellenbereich.

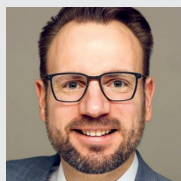
Betrachtet man diese dunkelroten Bereiche, dann fallen 1A, Aliud, Hexal und ratiopharm auf, deren Artikel bei **medikamente-per-klick** im Durchschnitt mit mindestens 50 % rabattiert sind. **DocMorris** erreicht die 50 %-Schwelle bei 1A, Aliud und Hexal, **Apotal** nur bei Hexal.

Beunruhigendes Fazit

Unterm Strich ergibt sich für die Vor-Ort-Apotheken ein beunruhigendes Fazit:

- *Ob sich ein Kunde bei der Medikamentensuche im Netz auf die Ergebnisse einer **Preissuchmaschine** verlässt, oder direkt bei einem der großen **Versender** einkauft - er erhält im **Durchschnitt einen Rabatt, der deutlich über den häufig in der Vor-Ort-Apotheke anzutreffenden 20 % oder 25 % Nachlass liegt.***
- *Angesichts dieser Zahlen wird deutlich, wie wichtig es ist, dass **die Vor-Ort-Apotheken ihre Kernkompetenzen in Zukunft noch stärker betonen und ausbauen, in denen sie gegenüber den Versendern einen klaren Vorsprung aufweisen - die persönliche Beratung und schnelle Warenverfügbarkeit.***

Dr. Christian Knobloch
Leiter der Forschungsstelle
für Apothekenwirtschaft
Universität Duisburg-Essen
45141 Essen
E-Mail: christian.knobloch@uni-due.de



Prof. Dr. Hendrik Schröder
Lehrstuhl Marketing und Handel
Universität Duisburg-Essen
45141 Essen
E-Mail: hendrik.schroeder@uni-due.de

