

INSIGHT Health zum Marktpotenzial der Homöopathika

## **GKV-Ausgaben unbedeutend: Homöopathische Arzneimittel bilden typischen OTC-Markt mit Apotheken-Schwerpunkten**

Waldems-Esch, 27.07.2010. Homöopathische Arzneimittel sind nicht verschreibungspflichtige, frei verkäufliche Arzneimittel, die für erwachsene Versicherte der gesetzlichen Krankenversicherung (GKV) in der Regel nicht erstattungsfähig sind. Von den 48,5 Millionen insgesamt im Jahr 2009 verkauften Packungen entfiel daher mit 2,5 Millionen nur ein kleiner Anteil auf die GKV. Den bei weitem größten Anteil verkauften die Apotheken mit 38,1 Millionen Packungen „over the counter“ (OTC, über die Ladentheke), also direkt an die Apothekenkundschaft und ohne ärztliches Rezept. Für die private Krankenversicherung (PKV) waren es 7,8 Millionen Packungen. Berechnet zu Abgabepreisen der pharmazeutischen Unternehmer (ApU) lag die Selbstmedikation bei 75,0 Prozent des Hersteller-Umsatzes mit Homöopathika (171,9 von 229,1 Millionen Euro). Nur 4,7 Prozent des Umsatzes (10,9 Millionen Euro) gingen auf das „Konto“ der GKV. 20,2 Prozent (46,4 Millionen Euro) gingen zu Lasten der PKV (Quelle: Insight Health). Somit spielt der Umsatz über GKV-Verordnungen nur eine untergeordnete Rolle, der Markt für homöopathische Arzneimittel ist ein typischer OTC-Markt.

Wie eine auf Basis des Apothekenpanels von Insight Health durchgeführte Konzentrationsanalyse zeigt, verteilen sich die Umsätze mit Homöopathika sehr heterogen auf die einzelnen Apotheken: So vereinen bereits 20 Prozent der Apotheken 45 Prozent des - auf Basis des realen Apothekenverkaufspreises gemessenen - Umsatzes auf sich, die umsatzstärksten 50 Prozent repräsentieren bereits knapp 80 Prozent des Umsatzvolumens im Homöopathiemarkt. Der Markt ist gekennzeichnet von einem sehr unterschiedlichen Einkaufsverhalten der Apotheken, das sich in einem entsprechend verteilten Verbraucherverhalten in der Selbstmedikation widerspiegelt.

Analysen solcher heterogen strukturierter Märkte wie dem für homöopathische Arzneimittel bedürfen einer sorgfältigen Segmentierung des Marktes, wie sie typischerweise bei einem sogenannten Apothekenmarkt-Targeting durchgeführt wird. Durch genaue Kenntnis der Zielgruppen lassen sich Versorgungs- und Verbrauchsschwerpunkte identifizieren, die von entscheidender Bedeutung für

die Vertriebsaktivitäten von Unternehmen sind. Zu diesem Zweck nutzt Insight Health neben seinem Panel von 3.000 berichtenden Apotheken auch eine vollständige Erhebung der Distributionsdaten des pharmazeutischen Großhandels, die auf 3.763 regionalen Zellen - der feinsten im Markt verfügbaren Struktur - erfasst werden.

Hinweis für die Redaktionen: Eine Grafik zur Konzentrationsanalyse finden Sie zum kostenlosen Download auf unserer Homepage unter <http://www.insight-health.de/de/kundenundpresseservice/pressemitteilungen>.

Bei Rückfragen und Interviewwünschen wenden Sie sich bitte an: Thomas Moormann, INSIGHT Health, Tel.: 030/230 80 95 90,  
Fax: 030/230 80 95 95, E-Mail: [TMoormann@insight-health.de](mailto:TMoormann@insight-health.de).

INSIGHT Health ist ein führender Informationsdienstleister im Gesundheitsmarkt mit einem breiten Portfolio datenbasierter Services zur Markt- und Versorgungsforschung. Der Erfolg von INSIGHT Health liegt in der Bereitstellung individueller Lösungen für die pharmazeutische Industrie, Krankenversicherungen, Ärztevereinigungen, wissenschaftliche Institute, Politik und weitere Entscheider im Gesundheitsmarkt. Weitere Informationen über INSIGHT Health finden Sie unter [www.insight-health.de](http://www.insight-health.de).