

IMS-Länderreport: der Pharmamarkt Russland - Teil 1 (OTC)

# Der OTC-Wachstumsmarkt Russland

Die Zuwächse im russischen Pharmageschäft liegen seit Jahren über dem Anstieg des Bruttoinlandsproduktes, wobei die Zuwachsraten im Teilmarkt OTC zweistellig sind, während sie in allen anderen europäischen Märkten lediglich einstellig sind. Dieses überproportionale Wachstum führt dazu, dass die Bedeutung Russlands am europäischen Markt immer weiter steigt. So erzielen große internationale Unternehmen schon mehr als ein Viertel aller ihrer europäischen OTC-Umsätze in den osteuropäischen Märkten, allen voran in Russland! Auch weil der russische Pharmamarkt als einer der Schlüsselmärkte gilt, hat IMS, der weltweit führende Anbieter von Informationen und Dienstleistungen für die Pharmaindustrie, die Wachstums-Story Russland in OTC und Rx im Detail beleuchtet. Teil 1: Der OTC-Markt Russland.

>> Der Markt für OTC-Arzneimittel in Russland entwickelte sich während der letzten drei Jahre deutlich dynamischer als der gesamteuropäische OTC-Markt. Während der Anteil des russischen OTC-Marktes in Europa 2006 noch bei 7 % lag, ist dieser 2009 auf fast 12 % gestiegen. Mit einer jährlichen Zuwachsrate von über 20 % wird das moderate Wachstum der westeuropäischen OTC-Märkte von jährlich 5 % weit übertroffen. Durch einen absoluten Zuwachs von 456 Mio. Euro 2009 trägt Russland bei einem Gesamtmarktvolumen von 2,3 Milliarden Euro (Herstellerabgabepreis - HAP) vor allen anderen europäischen Ländern am meisten zur Entwicklung des OTC-Marktes in Europa bei.

Somit überflügelt Russland in der Entwicklung auch den Großteil der anderen osteuropäischen Länder, allein übertroffen durch den ukrainischen Markt der sich mit 34 % Zuwachs im Jahr 2009 noch dynamischer darstellt.

Die Gründe für das überdurchschnittliche Wachstum in Russland sind vielfältig.

## Zunehmende Pro-Kopf-Ausgaben für OTC-Produkte

Im europäischen Vergleich sind derzeit die Pro-Kopf-Ausgaben in der russischen Bevölkerung für OTC-Produkte noch sehr niedrig. Nur 12 Euro pro Jahr gibt der russische Verbraucher im Durchschnitt für OTC-Medikamente aus, im Vergleich dazu greift ein

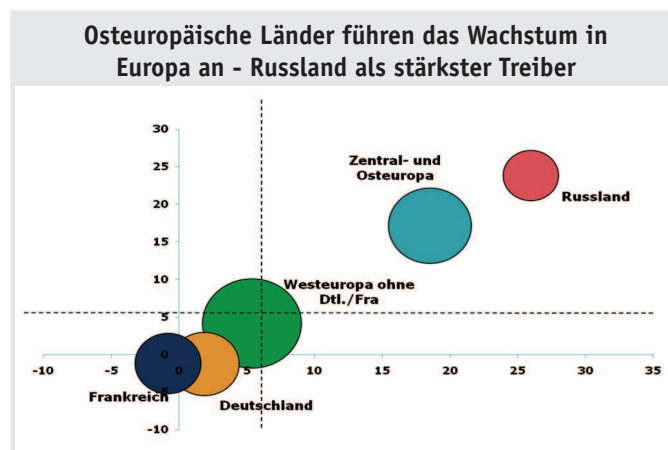


Abb. 1: Osteuropäische Länder führen das Wachstum in Europa an, Russland als stärkster Treiber, Frankreich und Deutschland können nicht wachsen, die übrigen Staaten Westeuropas entwickeln sich. Quelle: IMS

deutscher Verbraucher mit 90 Euro pro Jahr in die Tasche. In den wirtschaftlich stärkeren osteuropäischen Ländern wie Polen oder Tschechien liegen die Pro-Kopf-Ausgaben bereits zwischen 35 und

45 Euro. Da in Russland ohnehin 50 % der Gesamtausgaben für Arzneimittel aus eigener Tasche bezahlt werden, ist der Verbraucher als Selbstzahler jedoch OTC-Produkten nicht abgeneigt. Für eine

wachsende wohlhabendere Mittelschicht sind westeuropäische OTC-Marken zunehmend attraktiv und erschwinglich.

## Steigendes Preisniveau und Inflation

Im Kontext der osteuropäischen Länder zeigt Russland neben der Ukraine weitaus das niedrigste Preisniveau für OTC-Produkte. Während der Preis für ein durchschnittliches OTC-Medikament in Russland bei 1,30 Euro liegt, sind es in Ungarn bereits 3,50 Euro. Während der letzten drei Jahre haben sich die Preise für OTC-Produkte in Russland jedoch im Durchschnitt mehr als verdoppelt. Dies liegt zum Großteil auch an dem steigenden Preisniveau der zunehmend dominierenden Marken aus Westeuropa, da die meisten OTC-Medikamente nicht unter staatliche Preisregulierungen fallen.

## Investitionen westlicher OTC-Hersteller

Während der letzten zehn Jahre zeigt sich eine deutliche Aktivität westlicher OTC-Hersteller in Osteuropa und Russland. Im Länderportfolio der wichtigsten zehn europäischen OTC-Hersteller erreicht Russland bereits einen Anteil von 5 bis 20 % des Gesamtumsatzes dieser Hersteller. Insbesondere große Konzerne wie Novartis, Bayer oder Reckitt Benckiser bauen ihren Markt-

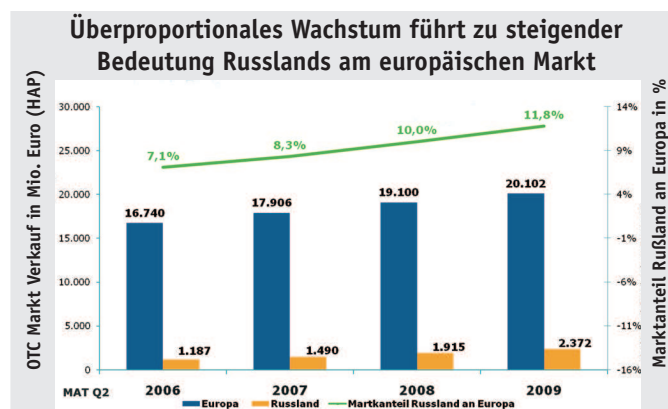


Abb. 2: Das überproportionale Wachstum führt zu steigender Bedeutung Russlands am europäischen Markt. Seit 2008 fällt dieser Anteil erstmals zweistellig aus. Quelle: IMS

anteil im russischen OTC-Markt kontinuierlich aus. Dies geschieht zum einen über die Stärkung ihrer internationalen Dachmarken durch hohe Werbeinvestitionen sowie Neueinführungen parallel zu westeuropäischen Launches. „Lamisil Once“ oder „Fenistil Pencivir“ gehören auch in Russland zu den Top-Einführungen der letzten fünf Jahre. Zum anderen bauen westliche Hersteller ihre Position aber auch durch gezielte Übernahmen von kleineren lokalen Herstellern und Integration ihrer lokalen Marken in das Portfolio aus. Besonders erfolgreich wurde dies im letzten Jahr durch die Übernahme des lokalen russischen Herstellers Sagmel durch Bayer demonstriert.

Nicht nur große Konzerne, sondern auch mittelständische Unternehmen sind in Russland mit großem Erfolg aktiv. Meist setzen die mittelständischen Firmen beim Vertrieb ihrer Produkte noch auf einen russischen Partner, jedoch sind auch mittelständische Firmen zunehmend an Übernahmen kleinerer osteuropäischer Firmen interessiert.

Dieses Interesse ist nicht ohne Grund: Während OTC-Firmen in Westeuropa nur noch über Neueinführungen wachsen können, zeigen in Russland auch noch ältere Produktsortimente deutliche Wachstumsraten. Außerdem haben die Hersteller anders als in Westeuropa noch die Möglichkeit signifikante Preissteigerungen durchzusetzen.

### Entstehung von Apothekenketten

Der Vertrieb von OTC-Produkten in Russland findet hauptsächlich über die traditionellen Apotheken sowie Apotheken-Kioske statt. Während sich in Westeuropa Fremdbesitz und Ketten in den meisten Ländern noch nicht vollständig durchsetzen konnten, ist dies in Russland legal und Ketten gewinnen zunehmend die Oberhand. Insbesondere privat geführte Apothekenketten wie

die Organisation 36.6. konnte ihre Größe in kurzer Zeit auf über 1.000 Geschäfte erweitern und wachsen weiterhin dynamisch, auch durch Trennung von unprofitablen Standorten. Apothekenketten investieren zunehmend in preisgünstige OTC-Eigenmarken sowie andere Möglichkeiten, sich zu profilieren; z.B. einen ärztlichen Beratungsservice in der Apotheke. Die Apothekenkette 36.6. eröffnete 2007 sogar eigene Drogeriemärkte mit Instore-Apotheken. Die russische Apothekenlandschaft ist weiterhin auch für ausländische Großhandelskonzerne attraktiv, z.B. investierte Alliance Boots in die Übernahme lokaler russischer Großhändler sowie den Aufbau von Apothekennetzwerken.

### Saisonales Wachstum

Husten- und Erkältungsprodukte sind mit Abstand das wichtigste Segment im russischen OTC-Markt mit einem Marktanteil von mehr als 28 % am Gesamtmarkt. Während der letzten vier Jahre entwickelten sich Husten- und Erkältungsprodukte mit 30 % Wachstum deutlich über dem Durchschnitt des gesamten OTC-Marktes. Auch hier sind es vor allem Marken westeuropäischer Konzerne, die die höchsten Zuwachsraten erzielen. Produkte wie „Otrivin“ von Novartis oder „Mucosolvan“ von Boehringer Ingelheim entwickeln sich überdurchschnittlich. Auch Generika-Produkte von Hexal gehören zu den Gewinnern.

Während des ersten Halbjahres 2009 konnte sich jedoch auch der russische OTC-Markt dem Einfluss der globalen Wirtschaftskrise nicht entziehen. Im Vergleich zum Wachstum des

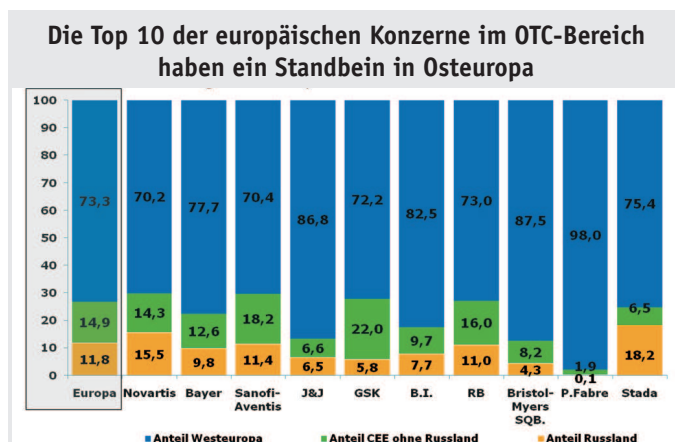


Abb. 3: Die Top 10 der europäischen Konzerne im OTC-Bereich haben ein Standbein in Osteuropa. Russland gewinnt dabei bei einigen Konzernen an Bedeutung. Anteile in % am gesamteuropäischen OTC-Umsatz. Quelle: IMS

ersten Halbjahres 2008 sank das Wachstum des OTC-Gesamtmarktes um 14 Prozentpunkte und damit sogar überproportional zum gesamten osteuropäischen Raum wo sich das Wachstum nur um 6 Prozentpunkte reduzierte. Überdurchschnittlich waren in Russland Raucherentwöhnung und Nahrungsergänzungsmittel vom Rückgang betroffen. Werbespendings der großen Konzerne wurden im ersten Halbjahr 2009 deutlich zurückgefahren.

Während der nächsten drei Jahre wird sich der russische OTC-Markt voraussichtlich weiterhin deutlich dynamischer als die meisten anderen Länder in West- und Osteuropa entwickeln. Allerdings mit Wachstumsraten die bedingt durch den Wirtschaftsabschwung vermutlich nicht mehr zweifelhaft sein werden. Bisher beinahe ungenutzt blieben in Russland die Möglichkeiten des Rx/OTC-Switchings. Für wichtige paneuropäische Switches wie „Alli“ oder „Pantozol Control“ könnte der russische Markt zukünftig ein attraktives Ziel sein. Damit einher

geht die Eindämmung des bisher weit verbreiteten illegalen freien Verkaufs verschreibungspflichtiger Produkte, bisher noch ein Faktor, der das Wachstum des OTC-Marktes einschränkt.

Für OTC-Hersteller die in den Vertrieb in Russland investieren, ist es analog westeuropäischer Märkte essenziell Vertriebsressourcen optimal einzusetzen. Dies betrifft zum einen die gezielte Partnerbindung von Großhändlern und Apothekenketten, zum anderen den Fokus auf die richtigen Standorte in der fragmentierten Apothekenlandschaft von über 30.000 Apotheken.

Auch die strategische Ausrichtung des Markenportfolios sollte kritisch überprüft werden. Viele starke internationale Marken haben die großen OTC-Märkte bereits besetzt, lokale russische Hersteller führen oft durch niedrige Preise. Trotzdem bleiben noch Nischensegmente, insbesondere der Bereich der Phytoprodukte entwickelt sich derzeit dynamischer als der OTC-Gesamtmarkt. <<

### Autorin Sonja Grosshans

kam nach ihrem Studium der Betriebswirtschaftslehre als Consultant zu GfK HealthCare sowie zu IMS. Sie ist seit sechs Jahren als Key Account Manager und European Key Account Manager im Bereich Consumer Health tätig und betreut dabei vorwiegend internationale Kunden. Kontakt: sgrosshans@de.imshealth.com