



**JAHRESBERICHT
2022**

INHALT

- | | | | |
|-----------|---|-----------|--|
| 3 | Nachhaltigkeit in der Self Care-Industrie | 18 | Die IGEPHA-Stakeholder-News |
| 4 | Noch mehr Self Care für alle | 22 | Rückblick: Veranstaltungen 2022 |
| 6 | Die IGEPHA hält, was sie verspricht | 24 | Fachausschuss Regulatory Affairs |
| 8 | OTC-Markt 2022 | 26 | Fachausschuss Kommunikation & Wirtschaft |
| 12 | Auf der Agenda des Jahres 2022 | 28 | Fachausschuss Werbecodex |
| 14 | Der neue IGEPHA-Vorstand | 30 | Mitgliedsunternehmen der IGEPHA |
| 16 | Spannende Projekte zur Stärkung der Self Care | 31 | Impressum |

NACHHALTIGKEIT

IN DER SELF CARE-INDUSTRIE

Klimaschutz und Nachhaltigkeit – diese Themen sind derzeit in aller Munde. Natürlich beschäftigen sie auch die Self Care-Industrie. Und das umso mehr, da unser höchstes Gut, die Gesundheit, in hohem Maße von einer intakten, lebenswerten Umwelt abhängt.

Zudem rücken bei der Kaufentscheidung der Konsumenten Aspekte wie Umweltverträglichkeit von Verpackung und Inhaltsstoffen, soziale Verantwortung in der Produktion sowie der CO₂-Fußabdruck bei Herstellung und Transport immer mehr in den Vordergrund. Der Wandel der Self Care-Industrie hin zu mehr Nachhaltigkeit hat also begonnen. Wir von der IGEPHA unterstützen unsere Mitglieder dabei in allen Bereichen. So legten wir 2022 den Fokus auf dieses brisante Thema und boten dazu gleich auf mehreren Ebenen Information und Unterstützung an. Unsere Dachorganisation auf europäischer Ebene, die AESGP, ist in Sachen Nachhaltigkeit auch längst aktiv geworden.

Dabei sind europaweit vor allem drei Ziele relevant:

- **weitgehende Reduzierung von Kunststoffen bei Verpackung und Verpackungsmaterial:** Dabei dürfen natürlich Sicherheit

und Qualität von Self Care-Produkten nicht beeinträchtigt werden. Das Prinzip der Kreislaufwirtschaft soll im gesamten Herstellungsprozess berücksichtigt werden.

- **Verringerung der Umweltbelastung durch Arzneimittelwirkstoffe:** Hierzu muss sich die Self Care-Industrie für die richtige Anwendung und Entsorgung von Medikamenten einsetzen. Erste Schritte sind Rücknahmeprogramme für nicht verwendete Restbestände von Arzneimitteln und die laufende Aufklärung der Bevölkerung über umweltschonende Wege der Entsorgung.
- **klimafreundliche Gestaltung und Organisation der Betriebe:** Nur auf diese Weise kann der CO₂-Fußabdruck der wirtschaftlichen Aktivitäten von Self Care-Unternehmen minimiert werden.

Gesamtziel ist eine insgesamt umweltverträgliche Self Care. Orientierung bieten die 17 Ziele der United Nations für eine nachhaltige Entwicklung. Für die Self Care-Industrie sind insbesondere die folgenden Sustainable Development Goals (SDG) von Bedeutung:

- SDG 3 Gesundheit und Wohlergehen
- SDG 12 nachhaltige(r) Konsum und Produktion

- SDG 13 Maßnahmen zum Klimaschutz
- SDG 14 Leben im Wasser
- SDG 15 Leben an Land
- SDG 17 Partnerschaften zur Erreichung der Ziele

Für Europa legt der EU Green Deal Rahmenbedingungen für diesen Weg hin zu einer gesunden, sauberen Umwelt fest. Bis 2050 wird Klimaneutralität angestrebt. Daher ist die Wirtschaft dazu aufgerufen, ressourceneffizient und nachhaltig wettbewerbsfähig zu handeln. Außerdem soll der Zugang zu fairen, gesunden und umweltfreundlichen Produkten gestärkt werden. 2022 führte die IGEPHA ein Audit zur Erreichung umweltrelevanter Ziele durch. Anschließend definierte die Interessengemeinschaft darauf aufbauend Maßnahmen für die weitere Unterstützung ihrer Mitglieder bei der Erreichung von Klimaschutzziele. Geplant sind hierzu unter anderem Trainingsangebote zur Verbesserung der Nachhaltigkeitskompetenz im Unternehmen, laufende Informationen über gesetzliche Rahmenbedingungen für den Klimaschutz sowie unterschiedliche Awareness-Aktivitäten in den Social Media-Kanälen der IGEPHA.

NOCH MEHR **SELF CARE** FÜR ALLE

**SELF CARE HILFT UNS DABEI, GESUND
ZU WERDEN UND GESUND ZU BLEIBEN –
EIN LEBEN LANG.**

Doch Self Care hat gleichzeitig enorme soziale und ökonomische Effekte, wie die Wissenschaftler Cosima Bauer, M. A., und Prof. Dr. Uwe May mehrfach eindrucksvoll mit Zahlen belegen konnten. 2022 aktualisierten die beiden Sachkundigen die Ergebnisse ihrer 2013 veröffentlichten Studie zum gesundheitsökonomischen Stellenwert von OTC-Präparaten in Österreich und stellten der IGEPHA diese neuen Daten zur Verfügung. Entscheidet man sich zur Linderung leichter Beschwerden für Self Care, anstatt sich in den Warteraum einer praktischen Ärztin bzw. eines praktischen Arztes zu setzen, bedeutet dies in Österreich für Patient:innen eine zeitliche Einsparung von einer Stunde. Die Ärztin bzw. der Arzt selbst wird pro Self Care anwendende Person um durchschnittlich 11,5 Minuten entlastet. Das ist wertvolle Zeit, die für die Behandlung ernster Krankheitsfälle genutzt werden kann. Die Krankenversicherung spart gut 25 Euro, sobald sich eine Patientin bzw. ein Patient für Self Care anstelle eines Arztbesuchs entscheidet. Diese Einsparungen betreffen sowohl die Arzneimittelausgaben der Krankenversicherung als auch ärztliche Honorarkosten.

Auch aus volkswirtschaftlicher Perspektive bedeutet die verstärkte Hinwendung zur Self Care viel Positives: 23 Minuten Arbeitszeit können eingespart werden, wenn untertags nicht die Ärztin bzw. der Arzt aufgesucht, son-

dern stattdessen Self Care praktiziert wird. Pro Behandlungsfall entspricht diese Einsparung einem Gegenwert von 12,50 Euro. Self Care ebnet somit den Weg zu einer leistbaren und nachhaltigen Gesundheitsversorgung. Daher sollte sie auch allen Bevölkerungsgruppen offenstehen. Der IGEPHA liegen in diesem Zusammenhang vor allem die jüngsten Mitglieder unserer Gesellschaft am Herzen.

DIE GESUNDHEIT DER KINDER STÄRKEN

Wie im 2021 publizierten IGEPHA-White Paper mit dem Titel „Gesund sein, gesund bleiben – ein Leben lang“ angekündigt, setzen wir uns klar für eine Übernahme der Kosten von rezeptfreien Arzneimitteln für Kinder ein. In Deutschland wird diese Kostenübernahme bereits praktiziert: Kinder bis zwölf Jahre und bei Entwicklungsstörungen sogar bis 18 Jahre

bekommen dort OTC-Präparate von der Krankenkasse bezahlt. Das wäre auch für Österreich wünschenswert, zumal dann kein Kind mehr aufgrund der möglicherweise schwierigen sozioökonomischen Stellung der Eltern bei der Versorgung mit OTC-Produkten benachteiligt wäre. Bei einem von der IGEPHA in Auftrag gegebenen Gutachten wurde berechnet, dass in Österreich pro Kind jährlich durchschnittlich 50 bis 70 Euro für OTC-Produkte ausgegeben werden. Das Gutachten enthält verschiedene Überlegungen, wie OTC-Produkte für Kinder, von der Geburt bis zum Alter von 12 Jahren, staatlich finanziert werden könnten. Rund 1,3 Millionen Kinder würden von dieser Maßnahme profitieren. In ersten Gesprächen zeigten sich relevante Stakeholder hinsichtlich der IGEPHA-Initiative interessiert und aufgeschlossen. Das Projekt wird 2023 weitergeführt.



WARUM WIR EINE BESSERE GESUNDHEITSKOMPETENZ BRAUCHEN

Nach wie vor haben viele Menschen hierzulande Probleme, bei gesundheitlichen Beschwerden selbst kompetent über die richtige Vorgangsweise zu entscheiden. Die 2021 veröffentlichte Gesundheitskompetenzstudie ließ erneut alle Warnglocken läuten: Besonders im Bereich der Health Literacy besteht in Österreich nach wie vor Aufholbedarf. Gesundheitsinformationen zu verstehen, zu beurteilen und anzuwenden – das ist für manche Menschen schwierig. Sie fühlen sich teilweise überfordert, wenn sie Informationen zu Therapien und Behandlungen oder Lösungen zum Umgang mit psychischen Problemen suchen wollen. Das kann auch beim Thema Prävention der Fall sein: Entsprechende Hinweise und Tipps werden dann nicht verstanden und in Folge nicht oder nicht richtig angewendet. Eine geringe Gesundheitskompetenz kann aber erschreckende Folgen haben: Wer nur wenig über Gesundheit und Gesundheitspflege weiß, ist nachweislich öfter krank und bleibt es zumeist auch länger. Chronische Krankheiten werden in diesem Fall zu einem echten Problem. Die Folge: Unser Gesundheitssystem wird über die Maßen beansprucht. Dabei muss das nicht sein. Wer über eine hohe Gesundheitskompetenz verfügt, weiß ganz genau, was er oder sie bei den typischen, häufig auftretenden Beschwerden wie Schnupfen, Halsweh, Husten, Kopfweg oder Durchfall unternehmen kann – und tut es in der Regel auch so schnell wie möglich. Ein solch rasches, eigenverantwortliches Handeln verkürzt in vielen Fällen die Krankheitsdauer und entlastet damit das Gesundheitssystem massiv. Die Gesundheitskompetenz der Menschen muss also gestärkt werden, am besten gleich von Kindesbeinen an.

Dafür setzt sich die IGEPHA ein: Im Frühjahr 2022 verschafften wir uns zunächst einen Überblick, welche Studien und Projekte zur Stärkung der Gesundheitskompetenz in Österreich bereits durchgeführt wurden oder derzeit werden. Im Augenblick suchen wir aktiv nach weiteren Partner:innen für dieses wichtige Projekt.

VIELE WEGE FÜHREN ZUM SELF CARE-PRODUKT

Ein wichtiges Anliegen war und ist der IGEPHA der einfache Zugang zu sicheren und qualitativ hochwertigen Self Care-Produkten. Die Covid-19-Pandemie verstärkte insgesamt den Konsum im Online-Versandhandel. Das war auch in der Gesundheitsbranche deutlich spürbar. Interessante Zahlen lieferte dazu das IGEPHA-Gesamtmarktprojekt: 2021 hatten wir erstmals mit Unterstützung von IQVIA alle relevanten Vertriebskanäle für Self Care-Produkte untersucht, 2022 wurde das Gesamtmarktprojekt zum zweiten Mal durchgeführt. Um aktuelle Aussagen über die Entwicklung der Vertriebskanäle im Jahr 2021 treffen zu können, wurden Verkaufszahlen von IGEPHA-Mitgliedsbetrieben, Daten von Nielsen zum Verkauf von Self Care-Produkten im Mass Market sowie die OTC-Marktdaten von IQVIA zusammengeführt und ausgewertet. Die Ergebnisse waren hochinteressant. Der OTC-Verkauf im Versandhandel sank 2021 nur leicht von 15,6 auf 14,8 Prozent. Zudem verzeichneten die österreichischen Apotheken im zweiten Pandemiejahr wieder höhere Kundenfrequenzen. Dies dürfte sich auch auf die österreichische Covid-Teststrategie zurückführen lassen: Viele Menschen nützten das Angebot, sich in der Apotheke kostenlos testen zu lassen, und erledigten bei dieser Gelegenheit dort auch gleich ihre Gesundheitseinkäufe. Der Mass-Market verlor zwar im OTC-Bereich im Vergleich zu

2020 an Boden, lag aber immer noch deutlich über dem Ergebnis von 2019. Punkten konnten in diesem Bereich vor allem Produkte zur Haarpflege. Auch bei den Stimmungsaufhellern ließ sich eine Steigerung verzeichnen. Und bei den Vitaminen, Mineralstoffen und Nahrungszusätzen hielt die Marktdominanz des Mass-Markets in Bezug auf die verkauften Packungen weiter an. Das Gesamtmarktprojekt bestätigte einen Trend aus dem Jahr 2020: Bekannte Marken werden häufig im Apotheken-Versandhandel oder im Mass-Market gekauft. Apotheken können dagegen eher bei beratungsintensiven Indikationen punkten, etwa bei Präparaten für die Augengesundheit.

MIT VIEL POWER FÜR SELF CARE

All dies zeigt wieder deutlich: Self Care ist eine tragende Säule im Gesundheitssystem und entwickelt sich ständig weiter. Wir von der IGEPHA begleiten diese Entwicklung gemeinsam mit unseren Mitgliedern. Auch in 2022 leisteten engagierte Vertreter der Self Care-Industrie in den Gremien unserer Interessengemeinschaft wieder hervorragende Arbeit, v. a. bei der Planung und Umsetzung von Projekten zur Stärkung der Self Care.

Darauf können wir alle stolz sein!

Mag. Mirjana Mayerhofer
Präsidentin der IGEPHA



DIE IGEPHA HÄLT, WAS SIE VERSPRICHT

2022 DURFTE ICH IM RAHMEN DER „TOUR DURCH ÖSTERREICH“ ENDLICH WIEDER VIELE IGEPHA-MITGLIEDSBETRIEBE PERSÖNLICH BESUCHEN. NACH MEHR ALS ZWEI JAHREN VORWIEGENDEM ONLINE-KONTAKT WAR DIES EIN BESONDERS ERFREULICHES ERLEBNIS.

Und es hat sich enorm viel getan bei unseren Mitgliedern! Mit großem Innovationsgeist wurden zukunftsweisende Projekte umgesetzt. Es wurde in Nachhaltigkeit investiert, neue Self Care-Produkte und Leistungen wurden entwickelt und spannende Wege im Marketing und Vertrieb beschritten. Ideen und Anregungen aus den Gesprächen in den Mitgliedsbetrieben sind bereits in die Arbeit der IGEPHA eingeflossen. Leistungen wurden angepasst oder neu entwickelt, aktuelle Themen auf die Agenda genommen, neue Fortbildungsschwerpunkte gesetzt. Das Feedback zur Arbeit unserer Interessengemeinschaft war interessant und erfreulich positiv: Unsere Serviceangebote und Informationen werden regelmäßig genutzt, vor allem der wöchentliche Newsletter und der IGEPHA-Podcast. Aus den vielen lobenden Worten sei eines hervorgehoben: „Die IGEPHA hält, was sie verspricht!“ So lautete das Statement aus einem der Mitgliedsunternehmen. Seit Jahrzehnten bietet die IGEPHA maßgeschneiderten Service für die speziellen Anforderungen der Self Care-Industrie – so auch in 2022. Und die hohe Zufriedenheit mit unseren Leistungen und Angeboten zeigt: Es

lohnt sich! Einen aussagekräftigen Überblick über die Fülle an Leistungen und Services, die die IGEPHA für ihre Mitglieder bereithält, bot unser Value Statement, das 2022 unter dem Titel „Gemeinsam unschlagbar“ erstmals veröffentlicht wurde. Hier wurden alle Zahlen, Fakten und Informationen sichtbar gemacht.

EINIGE HIGHLIGHTS AUS DEM VALUE STATEMENT FÜR 2022

- wöchentlicher IGEPHA-Newsletter
- 10 Monatsvideos mit den wichtigsten Informationen
- 13 Fortbildungsveranstaltungen zu Regulatory-Themen und Marketing
- 9 neue Seminarvideos
- 4 Themenfrühstücke
- 16 Podcast-Folgen
- 21 Self Care-Blogbeiträge
- 24 Treffen der Arbeitsgruppen
- mehr als 300 Postings und Kommentare auf Social Media

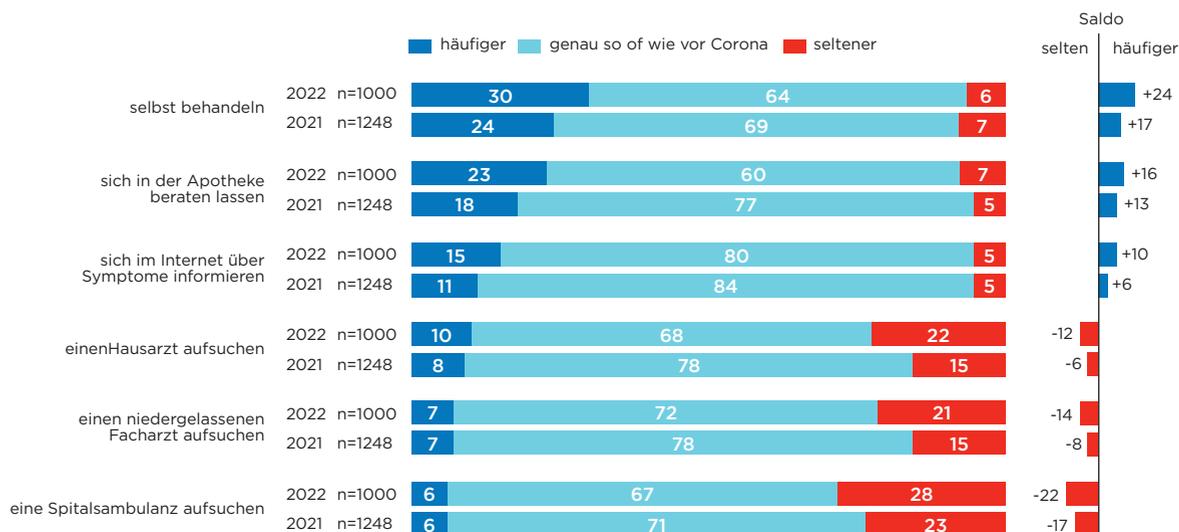
Diese Fülle an hochwertigen Leistungen zeigt deutlich, wie groß der Nutzen einer Mitgliedschaft bei der IGEPHA ist.

EIN STARKER TREND ZUR SELF CARE

Einer der Schwerpunkte der IGEPHA betrifft die Marktbeobachtung. Mit unseren kompetenten Partner:innen werfen wir regelmäßig einen Blick auf die Entwicklung der Konsumgewohnheiten und Meinungen zur Self Care. 2022 führte beispielsweise das Marktforschungsinstitut Spectra erneut eine bemerkenswerte Studie zur Self Care-Kompetenz in Österreich durch. Das erfreuliche Ergebnis lautete: Der Trend hin zur Self Care bestätigt sich! 71 % der Befragten betrieben innerhalb des vergangenen Jahres zumindest einmal Self Care – das ist ein Plus von drei Prozentpunkten im Vergleich zur Vorjahresstudie! 94 % der Befragten berichteten, dass sie in den vergangenen zwölf Monaten leichte Beschwerden und Erkrankungen erlebt hatten. Die meisten Personen litten unter Rückenschmerzen, gefolgt von Kopfschmerzen, Schnupfen, Erkältungen oder grippalem Infekt, Nackenschmerzen oder Durchfall. Im Vergleich zu 2021 nahmen vor allem die Fälle von Schnupfen, Husten und Erkältungskrankheiten stark zu. Für die Mehrheit der Österreicher:innen ist klar: Um solche

Die Tendenz zu Self Care nimmt (trotz häufigerer Arztkontakte) im 2. Corona-Jahr zu: 30% der Befragten glauben, dass sich die Österreicher:innen nach Corona häufiger selbst behandeln werden (+6%-Punkte).

Wegen leichten Beschwerden und Erkrankungen werden die Österreicher:innen nach Corona



Quelle: Marketingreport „Die Self Care-Kompetenz der Österreicher:innen ... und welchen Einfluss die Corona-Pandemie darauf hat“, Spectra Marktforschung, Juli 2022

leichten Beschwerden und viele weitere kümmern sie sich selbst! 80 % der von Spectra befragten Personen trauen sich bei Schnupfen eine Selbsthandlung zu, je 67 % fühlen sich bei Kopfschmerzen und Husten in der Lage, selbst aktiv zu werden, 64 % haben Vertrauen in ihre Kompetenzen zur Behandlung von Erkältungen und grippalem Infekt, 63 % sagen, sie könnten bei Insektenstichen und 62 % bei Durchfall eine Selbstbehandlung durchaus vornehmen. Fast drei Viertel, nämlich 71 %, behandeln leichte Beschwerden tatsächlich selbst. Am häufigsten tun sie das, wie Spectra erhoben hat, bei Schnupfen, Kopfschmerzen, Erkältungssymptomen, Rückenschmerzen, leichten Schnittwunden und Lippenherpes. Bei einigen anderen Beschwerden wird typischerweise abgewartet: 49 % der im Rahmen der Self Care-Kompetenzstudie Befragten gaben 2022 an, beim Auftreten bestimmter Symptome vorerst nichts zu unternehmen und ihren Zustand erst einmal zu beobachten. Das trifft vor allem bei Nervosität und innerer Unruhe, Durchfall oder Verstopfung, Schlafstörungen oder Insektenstichen zu. Erfreulicherweise ist das prinzipielle Vertrauen in die

eigene Self Care-Kompetenz im Vergleich zur Vorjahresstudie nochmals gestiegen! 66 % jener Personen, die bei leichten Beschwerden selbst aktiv wurden, haben dies getan, weil sie diese Beschwerden zuvor schon einmal hatten und wussten, wie sie diese behandeln können. 58 % waren überzeugt, dass sie die Beschwerden auch ohne Unterstützung einer Ärztin bzw. eines Arztes oder auch des Fachpersonals in der Apotheke lindern konnten.

Fragen an die Teilnehmenden der Spectra-Marktforschungsstudie: „Wenn Sie an sich selbst denken: Welche Auswirkungen wird die Corona-Pandemie auf Ihr eigenes, zukünftiges Gesundheitsverhalten (nach Corona) haben?“ und „Wie wird sich Ihrer Meinung nach das Gesundheitsverhalten der Österreicher:innen nach Corona im Vergleich zur Zeit vor der Pandemie verändern?“ Quelle: Spectra Marktforschung

Die Spectra-Studie über die Self Care-Kompetenz der Österreicher:innen enthält auch einen Hinweis darauf, dass die Covid-19-Pandemie die Bereitschaft zur Eigenverantwortung in Gesundheitsfragen gestärkt hat: 30 % der

Befragten glauben, dass sich die Menschen nach Corona häufiger selbst behandeln werden. Das ist im Vergleich zur Studie des Vorjahres eine Zunahme um weitere sechs Prozentpunkte! 64 % der Befragten fordern: „Die österreichischen Krankenkassen sollten es Patient:innen erleichtern, selbstbehandelbare Erkrankungen auch selbst zu therapieren, damit Arztpraxen und Spitalsambulanzen entlastet werden.“ Diese Marktforschungsergebnisse zeigen eindeutig, wie wichtig Self Care für die Konsument:innen ist. Es ist höchste Zeit, dass die Politik darauf reagiert und Self Care als tragende Säule im Gesundheitssystem anerkennt und stärkt.

Christina Nageler

Mag. Christina Nageler
Geschäftsführerin der IGEPHA

OTC-MARKT

STÄRKSTES WACHSTUM SEIT JAHREN

Nach dem äußerst schwierigen ersten Coronajahr 2020 und dem von einer leichten Aufwärtsentwicklung geprägten zweiten Coronajahr 2021 verzeichnete der Consumer Health-Bereich im Apothekenmarkt nun 2022 ein enormes Wachstum: Laut den von IQVIA im Apotheken-Panel erhobenen Daten wuchs der Umsatz in diesem Bereich um ganze 10,4 % auf insgesamt 1,38 Milliarden Euro! Der Absatz stieg derweil um 9,4 % auf 106,54 Millionen Einheiten.

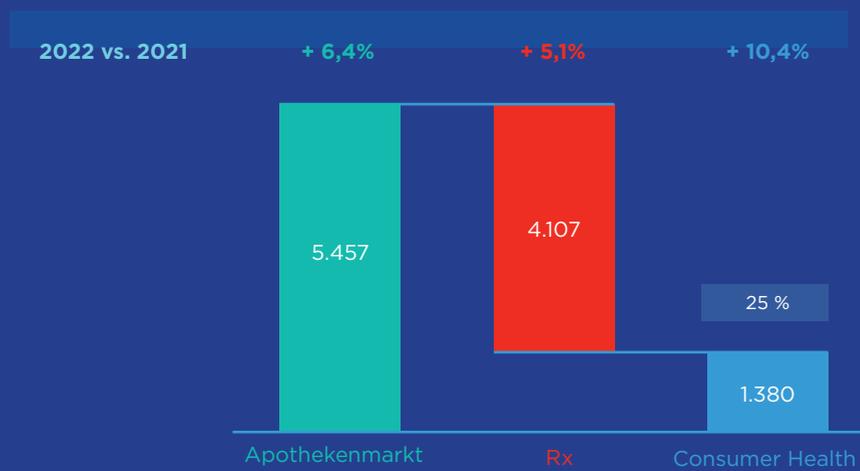
Damit liegt das Wachstum im Consumer Health-Bereich deutlich über jenem des gesamten Apothekenmarktes. Hier wurde 2022 ein Plus von 6,4 % im Umsatz und von 6,8 % nach verkauften Mengen verzeichnet.

Rezeptpflichtige Arzneimittel bilanzierten sowohl beim Umsatz als auch beim Absatz hinsichtlich der abgegebenen Packungen mit einem Plus von 5,1 %.

Das Umsatzwachstum im Apothekenmarkt insgesamt liegt im Durchschnitt der Jahre 2019 bis 2022 bei 6,4 %, der Consumer Health-Bereich im Apothekenmarkt verzeichnete im selben Zeitraum jedoch trotz des zweistelligen Wachstums 2022 nur eine durchschnittliche Zunahme von 4,9 %.

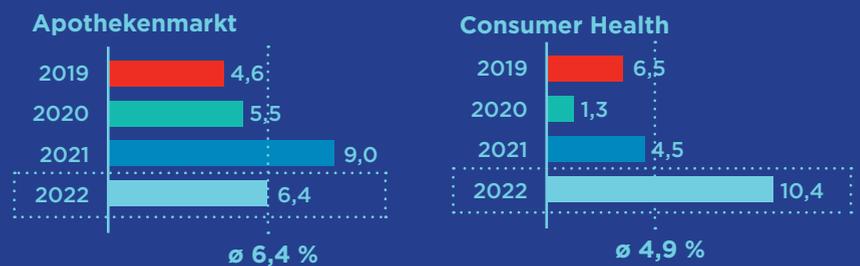
Apothekenmarkt-Umsatz

Umsatz € KKP/AVP (Mio.)



Quelle: IQVIA™ PharmaTrend – Apotheken-Verkaufszahlen, MAT 2022/12, Erstattungsfähiger Rx-Markt bewertet zum € KKP, Nicht erstattungsfähiger Rx-Markt & Consumer Health bewertet zum € AVP (Mio.), Wachstum zum Vorjahr (%)

% Wachstum Umsatz versus Vorjahr

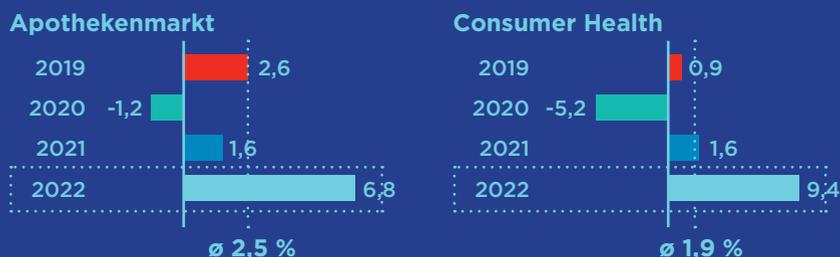


Quelle: IQVIA™ PharmaTrend – Apotheken-Verkaufszahlen, MAT 2022/12, Erstattungsfähiger Rx-Markt bewertet zum € KKP, Nicht erstattungsfähiger Rx-Markt & Consumer Health, Wachstum zum Vorjahr (%)

2020 wurden in den Apotheken deutlich weniger Einheiten verkauft als im Jahr zuvor. Dieses Minus im Apothekenmarkt insgesamt und im Consumer Health-Bereich schmälert den Vierjahresdurchschnittswert von 2019 bis 2022 beim Absatz trotz der starken Zunahme im vergangenen Jahr. Bei der Anzahl der Verkaufsbons in den Apotheken war 2022 im Vergleich zu 2021 ein Rückgang von 9 % festzustellen. Trotzdem lag die Anzahl der Verkaufsbons um 18 % über den Zahlen von 2019.

Was die durchschnittliche Anzahl an Produkten pro Verkaufsbon betrifft, so lag dieser Wert 2022 bei 2,42 Packungen. Zum Vergleich: 2019 wurden 2,31 Packungen pro Verkaufsbon registriert, im ersten Pandemiejahr 2020 lag diese Zahl bei durchschnittlich 2,47 Packungen pro Verkaufsbon, 2021 bei 2,36 Packungen.

% Wachstum Absatz versus Vorjahr



Quelle: IQVIA™ PharmaTrend – Apotheken-Verkaufszahlen, MAT 2022/12, Absatz Einheiten (Tsd.), Wachstum zum Vorjahr (%)

STÄRKSTES WACHSTUM BEI REGISTRIERTEN OTC-ARZNEIMITTELN

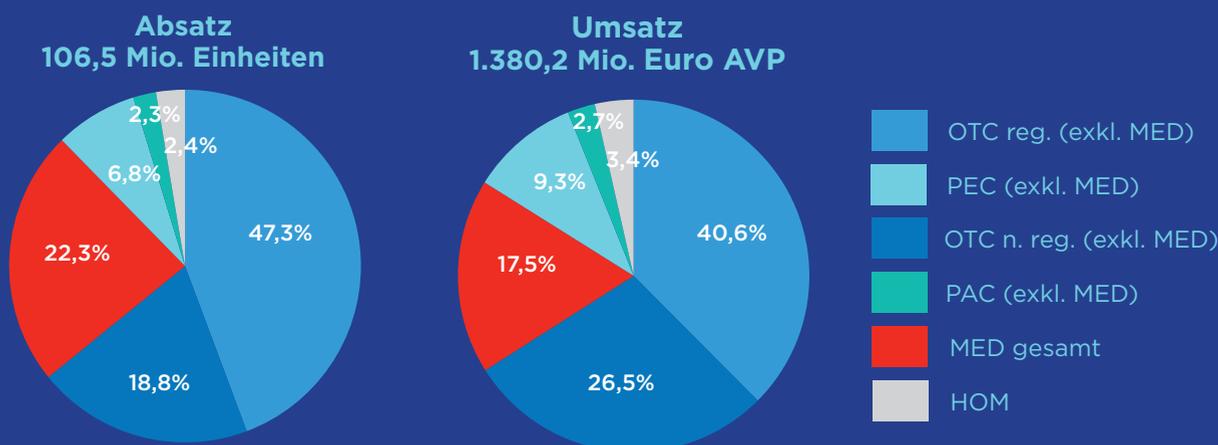
Im Consumer Health-Bereich verzeichneten vier von fünf Segmenten umsatzmäßig ein Plus und drei von fünf Segmenten beim Absatz eine Zunahme nach verkauften Mengen.

Um fast ein Fünftel stieg der Umsatz bei den registrierten rezeptfreien Arzneimitteln (plus 19,1 %). Auch bei den nicht registrierten OTC-Arzneimitteln wurde ein deutliches Umsatzplus erzielt (7,3 %). Ein geringfügiges Minus gab es im Bereich Health (minus 0,1 %). Beauty (plus 2,6 %) und Homöopathie (plus

4,7 %) verzeichneten 2022 beide eine positive Umsatzentwicklung.

Der Anteil der registrierten OTC-Arzneimittel im Consumer Health-Apothekenmarkt nahm deutlich zu und lag 2022 hinsichtlich des Umsatzes bei 40,6 % (2021: 37,5 %) und hinsichtlich der verkauften Einheiten bei 47,3% (2021: 44,3%). Etwas geschrumpft sind hingegen die Anteile von Medizinprodukten, nicht registrierten OTC-Arzneimitteln und der Segmente Personal Care, Patient Care und Homöopathie.

Consumer Health-Bereich im Apothekenmarkt



Quelle: IQVIA™ PharmaTrend – Apothekenverkaufszahlen, MAT 2022/12 (Datenstand 2022/12), Absatz in Einheiten absolut, Umsatz in Euro AVP absolut

UMSATZ IM OTC-SEGMENT

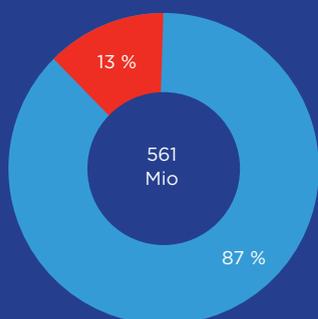
Der Umsatz im Apothekenmarkt mit registrierten und nicht registrierten rezeptfreien Arzneimitteln wuchs 2022 um 13,1 %. Ein kleiner Teil der verkauften Produkte wird von der Sozialversicherung erstattet. 93 % des Umsatzes betrifft Produkte, die nicht erstattungsfähig sind.

Nur 4 % des Umsatzes wurden im OTC-Segment mit Produkten generiert, für die ein Kassenrezept ausgestellt wurde. 96 % des Verkaufes fanden mittels Privat Rezept oder Selbstmedikation statt. Auch interessant zu wissen: Im erstattungsfähigen OTC-Apothe-

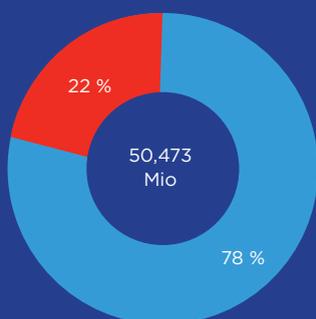
kenmarkt liegt der Verkaufspreis bei 37 % der Produkte unter der Rezeptgebühr. Im registrierten OTC-Apothekenmarkt sind 22 % der verkauften Packungen erstattungsfähig, diese erzielten 2022 13 % des Umsatzes.

OTC registriert – Umsatz & Absatz

Umsatz € AVP (Mio.)



Absatz Einheiten (Tsd.)

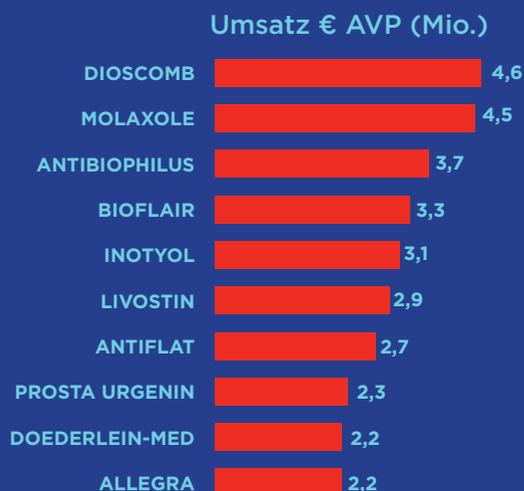


■ nicht erstattungsfähig ■ erstattungsfähig

Quelle: IQVIA™ PharmaTrend – Apotheken-Verkaufszahlen; MAT 2022/12 – Erstattungsfähigkeit; Segment OTC – registriert

Top 10 Produkte nach Umsatz

Top 10 der erstattungsfähigen registrierten OTC-Produkte nach Umsatz



Quelle: IQVIA™ PharmaTrend – Apotheken-Verkaufszahlen; MAT 2022/12 – Erstattungsfähigkeit; Segment OTC – registriert

VERSANDHANDELSANTEIL SANK LEICHT

Im Frühjahr 2022 führte IQVIA – wie auch schon im Jahr 2021 – im Auftrag der IGEPHA ein Projekt zur Darstellung des Gesamtmarktes im Bereich OTC- und Gesundheitsprodukte durch.

Für diese Studie wurden die ex-factory Daten (2021) der teilnehmenden Hersteller:innen den IQVIA-Retail-Daten gegenübergestellt und daraus der Versandhandelsanteil im Apothekenmarkt ermittelt.

In einem zweiten Schritt konnte durch die Verknüpfung mit NielsenIQ-Daten der Gesamtmarkt abgebildet werden.

Folgende Zahlen konnten anhand der im IGEPHA-Gesamtmarktprojekt ermittelten Daten für den Anteil des Versandhandels am Apothekenmarkt in Österreich berechnet werden:

- 2019: 11,2 %
- 2020: 15,6 %
- 2021: 14,8 %

Quelle: IQVIA-Absatzzahlen aus Apotheken Sell-out und Hausapotheken Sell-in + Pooling-Input teilnehmender Hersteller aus dem Self Care-Bereich (die in Österreich für rund 36 % des Absatzes und ein Drittel des Umsatzes im Bereich OTC stehen).

ANTEIL DES MASS-MARKETS SCHWANKT LEICHT

Der Anteil des Mass Markets am gesamten Umsatzvolumen im Consumer Health-Bereich lag 2019 bei 5 %. 2020 entfielen 7 % und 2021 6 % auf den Mass Market. Der Anteil der öffentlichen Apotheken am gesamten Consumer Health-Umsatz lag 2019 bei 79 %, 2020 bei 75 % und 2021 bei 76 %.

Umsatzvolumen Gesamtmarkt Consumer Health*

(in Euro) siehe Kreisinnenraum



* Definition Gesamtmarkt: alle OTC-Klassen, zu denen Teilnehmer der Studie Poolingdaten übermittelt haben (siehe Daten zur Untersuchung): Datenherkunft: • Umsatz (Basis: AVP) in öffentlichen Apotheken, Hausapotheken und im Krankenhaus; IQVIA • Umsatz (Basis: AVP) im Versandhandel: Versandhandels-Prozentsatz aus dem Hersteller-Pooling (gemeldete Ex-Factory-Daten an GH & öffentliche Apotheken minus IQVIA-Absatzzahlen aus Apotheken Sell-out und Hausapotheken Sell-in (6 OTCI Klassen um die jeweilige Lagerdifferenz geringer bewertet) zuzüglich gemeldete Ex-Factory-Daten an den Versandhandel = berechneter Versandhandel • Anteil in Prozent des übermittelten Pooling-Gesamtmarktes) als Aufschlag auf Umsatz in öffentlichen Apotheken, in Hausapotheken und im Krankenhaus • Umsatz (Basis: Kassenpreis) im Mass-Market: NielsenIQ
Quelle: IQVIA™ PharmaTrend, Hausapotheken Sell-In aus dem Großhandelspanel; Hospitalpanel; NielsenIQ: Handelspanel; IGEPHA-Gesamtmarktprojekt

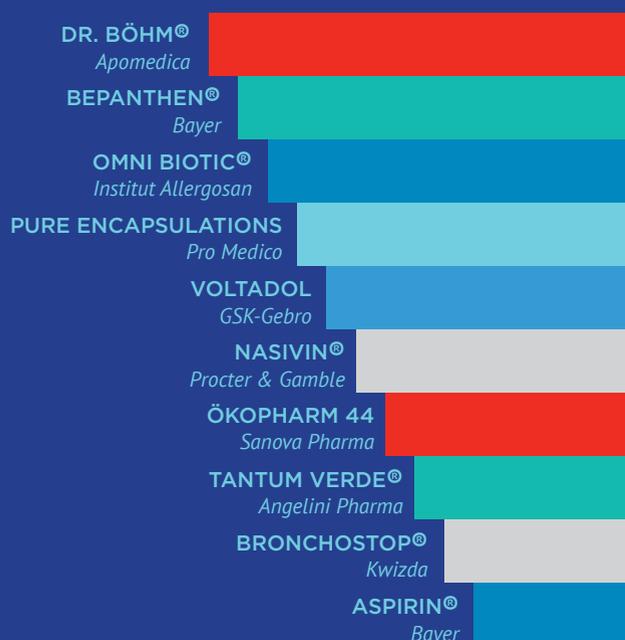
STARKER ANSTIEG BEI HUSTEN- UND ERKÄLTUNGSMITTELN

Das Segment Husten- & Erkältungsmittel lag 2022 über den Umsatzergebnissen der Vorjahre und verzeichnete im Dezember 2022 einen starken Anstieg. Wachstumssieger 2022 nach Umsatz war BronchoStop, nach Absatz wies Dioscomb das höchste absolute Wachstum auf. Tantum Verde lag sowohl hinsichtlich des Umsatzes als auch des Absatzes auf Platz zwei, Nasivin rangierte in beiden statistischen

Bereichen auf Platz drei. Weiterhin stärkste OTC-Klasse war die Klasse der Husten- und Erkältungsmittel mit einem Umsatz von 273 Millionen Euro und einem Marktanteil von 24,2 % im OTC- und Homöopathie-Apothekenmarkt. Das Umsatzwachstum belief sich im Vergleich zu 2021 auf sagenhafte 55,8 %! Mit 9,4 % Umsatzwachstum entwickelte sich auch die Klasse der Produkte für den Verdauungstrakt posi-

tiv. Ihr Marktanteil lag 2022 bei 12,5 %. Ebenso groß war der Marktanteil bei den Schmerz- und Rheumamitteln, bei denen ein Umsatzplus von 6,2 % verzeichnet wurde. Ein kleiner, aber mit 10,1 % wachstumsstarker Bereich sind Beruhigungs- und Schlafmittel sowie Stimmungsaufheller. Dieses Segment verzeichnete im OTC- und Homöopathie-Apothekenmarkt auch die meisten Neueinführungen.

Österreichs Top-10-Marken 2021 (NACH VERKAUFTEN EINHEITEN)



Österreichs Top-10-Marken 2021 (NACH UMSATZ)



Quelle:QVIA™ PharmaTrend – Apotheken-Verkaufszahlen, MAT 2022/12, Umsatz € AVP, Absatz Einheiten, Segment OTC & HOM

AUF DER AGENDA DES JAHRES 2022

IGEPHA SORGT FÜR GESPRÄCHSSTOFF!



SOCIAL MEDIA

In der Social Media-Kommunikation konnte 2022 eine weitere Professionalisierung erreicht werden. Auf LinkedIn, Twitter und XING etablierte sich die IGEPHA bereits als Self Care-Expertin. In einem nächsten Schritt wurden nun Social Media-affine IGEPHA-Mitglieder motiviert, durch Liken, Teilen und Kommentieren zur Verbreitung des von der IGEPHA generierten Contents beizutragen.

Elisabeth Mondl, bei Schwabe für Digitales und Unternehmenskommunikation verantwortlich, gestaltete ein Schulungsvideo, in dem unterschiedliche Social Media-Plattformen vorgestellt wurden. Sie erläuterte insbesondere, wie man die Funktionen des Online-Business-Networks LinkedIn optimal nützt. Darauf aufbauend, startete unsere Interessengemeinschaft eine Initiative, um auf LinkedIn für Self Care-Beiträge mehr Reichweite und öffentliche Aufmerksamkeit zu gewinnen: Im Rahmen der IGEPHA-LinkedIn Challenge wurden IGEPHA-Mitglieder eingeladen, sich am Liken, Kommentieren und Teilen der IGEPHA-Beiträge aktiv zu beteiligen.



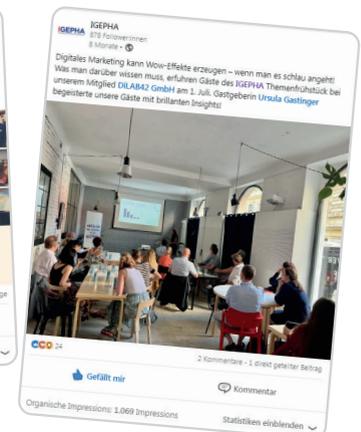
IT-EXPERTINNEN ZU BESUCH

Am 21. Juni 2022 war die engagierte Gruppe W-HIT – Women in Health IT – zu Gast bei der IGEPHA. Geschäftsführerin Mag. Christina Nageler referierte über das Thema Selbstmedikation als Game Changer in der Gesundheitsversorgung. Die IT-Expertinnen zeigten sich sehr interessiert an den Möglichkeiten der Self Care, der Entwicklung des OTC-Marktes und der Vertriebskanäle, insbesondere an digitalen Self Care-Anwendungen und dem boomenden eCommerce im OTC-Markt.



IM PODCAST-STUDIO

In zwei Staffeln wurden im Jahr 2022 16 Podcasts mit 21 Gästen produziert. Staffel 3 des 2021 gestarteten Podcasts „IGEPHA im Gespräch“ widmete sich aktuellen Trends in der Self Care und am OTC-Markt. Staffel 4 griff den Vorschlag eines IGEPHA-Mitglieds auf und präsentierte unter dem Motto „Voneinander lernen“ bemerkenswerte Best Practice-Projekte verschiedener Mitgliedsunternehmen. Alle IGEPHA-Podcasts finden sich auf <https://igepha.at/podcast/> und auf allen gut sortierten Podcast-Plattformen.



PODCASTS 2022 – STAFFEL 3: „AKTUELLE TRENDS“

- Ulrich Zander (Sempora) und Thorsten Kujath (Bayer) reflektieren über den Eintritt von Douglas in den Apothekenversandhandel, die Rolle von Amazon im OTC-Geschäft und die größten Herausforderungen für die Self Care-Industrie 2022.
- Deborah Wilkes, Gründerin und Herausgeberin der Newsplattform OTCToolbox, berichtet über Transaktionen in der Self Care-Branche.
- Ulrich Zander (Sempora) und Lennart Grimberg (Geschäftsführer von Apomedica Deutschland) informieren unter dem Motto „Austria goes Germany“ über österreichische OTC-Produkte in deutschen Regalen.
- Theresa Kretschmer (IQVIA) stellt Ideen vor, wie Self Care-Unternehmen ihre Nachhaltigkeitsziele erreichen können.
- Die Gesundheitsprofis Cosima Bauer und Uwe May zeigen anhand neuer Daten, wie groß das Entwicklungspotenzial der Self Care in Österreich ist.
- Thomas Golly (Sempora) gibt Einblicke in die Sempora-Apothekenmarktstudie 2022.
- Ursula Scheithauer (Insight Health) befasst sich mit dem Wandel der österreichischen Apotheken.
- Im letzten Podcast dieser Staffel geht es im Gespräch mit Ruth Moss (CRIF Österreich) um Recruiting und Personalmanagement.

PODCASTS 2022 – STAFFEL 4: „VONEINANDER LERNEN“

- Norbert Fuchs und Dietmar Rösler schildern die Erfolgsstory ihres Unternehmens NUTROPIA Pharma (früher ÖKOPHARM). Insbesondere geht es um wissenschaftliche Studien zu innovativen Produkten, die sich der Heilkräfte der Natur bedienen.
- Mario Koller (DREHM Pharma) gewährt Einblicke in neue Formen der Zusammenarbeit wie New Work und spricht über Agilität und flache Hierarchien im Pharmabereich sowie in der Self Care-Industrie.
- Bettina Resl (Sanofi Österreich) erklärt, was hinter dem Begriff „Public Affairs“ steckt und warum dieser Teilbereich der Kommunikationsarbeit für Self Care-Unternehmen immer wichtiger wird.
- Michaela Weiss (Promedico) stellt ein vorbildliches Sozialprojekt in ihrem Unternehmen vor.
- Stefan Sladeček (Body Mind Check) blickt auf die 2021 erfolgte Gründung des Self Care-Unternehmens zurück, das er gemeinsam mit seinen Brüdern entwickelt hat.
- Fritz Gamerith (Schwabe Austria) erzählt, wie aus einem CEO ein Social CEO wird und wie auch vor 2000 geborene Menschen auf Social Media begeistern können.
- Julia Ganglbauer und Michael Wäger (Biogena) berichten über das neue Biogena Plaza in Wien und die Services des Biogena Diagnostics Netzwerk.
- Von Anita Frauwallner (Institut Allergosan) erfährt das Podcast-Publikum, wie wichtig wissenschaftliche Forschungsarbeit für die probiotische Medizin ist und warum es sich lohnt, ein österreichischer Leitbetrieb zu sein.



IGEPHA UNTERSTÜTZTE DIE EFFIE-AWARDS

Die EFFIE-Awards zählen seit 1968 zu den begehrtesten weltweit vergebenen Preisen für Werbung und Marktkommunikation. Die IGEPHA übernahm 2022 die Patronanz für die Kategorie „Health“. Geschäftsführerin Mag. Christina Nageler unterstützte die Jury bei der Wahl des Siegerprojektes, während IGEPHA-Präsidentin Mag. Mirjana Mayerhofer bei der EFFIE-Verleihung am 28. September 2022 in der Marx Halle in Wien die begehrte Trophäe an den Verein PULS zur Bekämpfung des plötzlichen Herztodes mit der plakativen Kampagne „Sensenmann“ überreichte.



IGEPHA-PRÄSIDENTIN IN MERYNS SPRECHZIMMER

Mag. Mirjana Mayerhofer war am 10. Oktober 2022 zu Gast in der TV-Sendung „Meryns Sprechzimmer“. Diskutiert wurde über das Thema „Der große Bluff: Vitamine & Nahrungsergänzungsmittel“. Gesprächspartner der IGEPHA-Präsidentin waren Prof. Kurt Widhalm, Präsident des Österreichischen Akademischen Instituts für Ernährungsmedizin, sowie Prof. Siegfried Knasmüller, Biologe, Chemiker und Krebsforscher. Die Diskussion verlief – wie zu erwarten war – lebhaft, der IGEPHA-Präsidentin gelang es aber immer wieder, den Stellenwert einer ausreichenden Versorgung mit Vitaminen und Mineralstoffen für die Gesundheit mit Fakten und Zahlen zu belegen.



GESUNDHEITSARGUMENTE IN „DIE PRESSE“

Am 9. Dezember 2022 erschien in der Presse ein exzellent recherchierter Beitrag über pflanzliche Arzneimittel, für den im Vorfeld ein Interview mit IGEPHA-Geschäftsführerin Mag. Christina Nageler als Self Care-Expertin stattgefunden hatte. Erfreulich: Österreich steht bei der Erforschung pflanzlicher Wirkstoffe sehr gut da.

DER NEUE IGEPHA-VORSTAND

BEI DER MITGLIEDERVERSAMMLUNG AM 6. OKTOBER 2022 STELLTE SICH IGEPHA-PRÄSIDENTIN MAG. MIRJANA MAYERHOFER DER WIEDERWAHL UND WURDE MIT IHREM TEAM EINSTIMMIG FÜR EINE WEITERE DREI-JÄHRIGE FUNKTIONSPERIODE BESTÄTIGT.

DER NEUE IGEPHA-VORSTAND SETZT SICH WIE FOLGT ZUSAMMEN:

PRÄSIDENTIN:

- Mag. Mirjana Mayerhofer
(Angelini Pharma Österreich)

VIZEPRÄSIDENTEN:

- Mag. Susanne Eibegger (Bayer Austria)
- Mag. Aleks Jovanovic (Klosterfrau)

KASSIERIN:

- Mag. Beatrice Pistoja (GSK Gebro)

WEITERE VORSTANDSMITGLIEDER:

- Mag. Bernd Assinger (Institut Allergosan)
- Mag. Barbara Duhm (Ratiopharm)
- Dr. Fritz Gamerith (Schwabe)
- Msc. Julia Ganglbauer (Biogena)
- Dr. Thomas Klotz (Sanofi)
- Jochen Lander (Bionorica)
- Dr. Christopher Mayr (Kwizda Pharma)
- Mag. Martin Überhuber (Apomedica)
- Mag. Wolfgang Wacek (Sanova)

Als Rechnungsprüfer wurden Mag. Johannes Schwertner und Michael Stanzig (S.A.M. Pharma) im Amt bestätigt.

Herzlich für ihre engagierte Mitarbeit gedankt wurde Mag. Günter Cseh, Mag. Franz Pogatsch und Mag. Elgar Schnegg. Sie haben ihre Tätigkeit im IGEPHA-Vorstand beendet.

ERFOLGREICHE ERSTE AMTSZEIT

In ihrer ersten Amtszeit war Präsidentin Mag. Mayerhofer mit den Herausforderungen der Covid-19-Pandemie konfrontiert, die von der IGEPHA und ihren Mitgliedern hervorragend gemeistert wurde.

Die Zahl der IGEPHA-Mitglieder stieg von 92 im Jahr 2019 auf 110 im Jahr 2022 an. In acht Arbeitsgruppen in den Bereichen „Regulatory Affairs“ und „Kommunikation & Wirtschaft“ leisteten auch im vergangenen Jahr Expert:innen aus den Mitgliedsunternehmen wieder hervorragende Arbeit und pflegten einen Wissensaustausch auf hohem Niveau.

Qualität und Quantität der Serviceleistungen der Interessengemeinschaft konnten trotz der schwierigen Umstände insbesondere während der Lockdowns gesteigert werden, sodass die Mitgliedsunternehmen in ihrer täglichen Arbeit eine kontinuierliche und bedarfsorientierte Unterstützung erfuhren.

Eine herausragende Innovation stellte in der ersten Amtszeit von Präsidentin Mag. Mayerhofer die zweimalige Durchführung des IGEPHA-Gesamtmarktprojektes dar, das den Mitgliedern wertvolle Einblicke in die Performance aller relevanten Self Care-Vertriebskanäle gewährte.

Weitere Schwerpunktprojekte betrafen Digitalisierung, Nachhaltigkeit, Health Literacy und Kommunikation über Self Care in den Sozialen Medien. Erfolgreich konnte sich die IGEPHA in den vergangenen drei Jahren weiter als Self Care-Expertin etablieren und bestehende Netzwerke mit national sowie international agierenden Stakeholdern und Partner:innen stärken.



Mag. Bernd Assinger



Mag. Wolfgang Wacek



Mag. Susanne Eibegger
Vizepräsidentin



Mag. Mirjana Mayerhofer
Präsidentin



Mag. Aleks Jovanovic
Vizepräsident



Mag. Beatrice Pistoja
Kassiererin



Dr. Thomas Klotz



Msc. Julia Ganglbauer



Mag. Martin Überhuber



Jochen Lander



Dr. Fritz Gamerith



Mag. Barbara Duhm



Dr. Christopher Mayr



Mag. Johannes Schwertner
Rechnungsprüfer



Michael Stanzig
Rechnungsprüfer

SPANNENDE PROJEKTE

ZUR STÄRKUNG DER SELF CARE

ALS SPEZIALISTIN FÜR SELF CARE-PRODUKTE UND DIE FÖRDERUNG DER SELF CARE IN ÖSTERREICH WIDMETE SICH DIE IGEPHA 2022 ERNEUT MIT GANZER KRAFT DER ENTWICKLUNG UND FORTFÜHRUNG VON PROJEKTEN, DIE AUF UNTERSCHIEDLICHEN EBENEN VERBESSERUNGEN FÜR EIN EIGENVERANTWORTLICHES GESUNDHEITSMANAGEMENT BEWIRKEN.

GESUNDHEITSPLATTFORMEN

So ließen wir beispielsweise untersuchen, ob die beliebtesten Online-Gesundheitsplattformen ausreichend über Self Care berichten und inwiefern den Besucher:innen der Plattformen hier Empfehlungen gegeben werden, wie sie Self Care betreiben können. DiLAB 42, außerordentliches Mitglied unserer Interessengemeinschaft, führte hierzu eine umfangreiche Content-Analyse durch. Dazu wurden vorab 13 typische Self Care-Kategorien definiert und häufige Suchbegriffe gesammelt. 159 entsprechende Suchanfragen wurden in Google eingegeben. Diese führten zu einem enormen Pool von mehr als 1.600 Webseiten zum Thema Self Care. Zudem qualitativ untersucht wurden danach ausgewählte Online-Plattformen wie minimed.at, gesundheit.gv.at, [\[doktor.at\]\(http://doktor.at\) und \[gesundheit.de\]\(http://gesundheit.de\). Die Ergebnisse waren sehr positiv. In 90 % aller Artikel finden sich Informationen zur Self Care. Bei einigen Indikationen sind sogar in allen Artikeln Self Care-Informationen enthalten, so zum Beispiel zu Themen wie Regelschmerzen, leichten Verbrennungen oder Erkältungen. Insgesamt werden Self Care-Maßnahmen auf den Online-Gesundheitsplattformen in drei von vier Artikeln beschrieben. Bei den Indikationen Erkältung/grippaler Infekt und leichte Verbrennungen werden sogar in allen Artikeln Self Care-Maßnahmen empfohlen. Viele Artikel enthalten außerdem Links zu weiteren Beiträgen mit noch mehr Informationen zur Self Care. Was für ein erfreuliches Ergebnis!](http://net-</p></div><div data-bbox=)

HEALTH LITERACY VERBESSERN

Hinsichtlich der Gesundheitskompetenz besteht in Österreich allerdings erheblicher Aufholbedarf. Die Gesundheitskompetenzstudie 2021 verwies bereits auf unterschiedliche Defizite in verschiedenen Bereichen des Gesundheitsverständnisses. Als relevanter Player im Dreieck zwischen Politik, Gesundheitsversorgung und Wirtschaft sehen wir von der IGEPHA es als unsere Aufgabe, einen Beitrag zur Verbesserung der Gesundheitskompetenz zu leis-

ten. Darum starteten wir ein Projekt, das sich an die Zielgruppe der Kinder und Jugendlichen richtet. In einem ersten Schritt wurden laufende und bereits durchgeführte Projekte zur Stärkung der Health Literacy analysiert und bewertet. Es stellte sich heraus, dass in unserem Land bereits viele einzelne Projekte in Kindergärten wie auch Schulen durchgeführt wurden und werden. Allerdings fehlt es hier an Koordination und häufig auch an Evaluation der Wirksamkeit. In Kooperation mit Stakeholdern aus dem Gesundheitswesen arbeitet die IGEPHA nun an der Konzeption von Maßnahmen, die den Wissensstand der Kinder und Jugendlichen zur Self Care weiter verbessern können.

IGEPHA-GESAMTMARKTPROJEKT

In Kooperation mit IQVIA führte die IGEPHA im Frühjahr 2022 neuerlich eine Datenauswertung für die Gesamtmarktstudie durch. Self Care-Unternehmen, die in Österreich für rund 36 % des Absatzes und ein Drittel des Umsatzes im Bereich OTC stehen, lieferten die erforderlichen Daten für eine valide Darstellung aller OTC-Vertriebskanäle. Abgebildet wurde der Umsatz des Jahres 2021. Aus der Analyse ergab sich ein leichter Rückgang des Versandhandels



insgesamt auf 14,8 % des OTC-Marktes. Waren vor allem Online-Bestellungen von Produkten für den Verdauungstrakt sowie von Vitaminen, Mineralstoffen oder Nahrungszusätzen rückläufig, so verzeichnete der Versandhandel in der OTC-Klasse der Schmerz- und Rheumamittel dagegen erfreulicherweise starke Zuwächse. In die Gesamtanalyse flossen auch die vom Marktforschungsinstitut Nielsen erhobenen Umsatzzahlen für das OTC-Geschäft im Lebensmitteleinzelhandel und im Drogeriefachhandel ein. Es zeigte sich, dass der Mass-Market im OTC-Segment im Vergleich zu 2020 an Boden verlor, aber immer noch deutlich über dem Ergebnis von 2019 lag. Punkten konnte der Mass-Market vor allem bei Produkten zur Haarpflege. Auch bei Stimmungsaufhellern ließ sich eine Steigerung feststellen, bei Vitaminen, Mineralstoffen und Nahrungszusätzen hielt die Marktdominanz des Mass-Market in Bezug auf die verkauften Packungen weiter an. In den Apotheken stieg der OTC-Marktanteil sowohl nach Umsatz als auch nach Absatz. Gleichzeitig nahm im Vergleich zu 2020 die Kundenfrequenz in der Apotheke wieder zu, was die Verfasserinnen der Studie auf die österreichische Covid-19-Teststrategie mit kostenlosen Testangeboten in den Apotheken zurückführten.

IM DIALOG MIT STAKEHOLDERN

2022 startete unser Projekt „Stakeholder News“. In vier Ausgaben wurden relevante Partner:innen im Gesundheitssystem anhand wissenschaftlicher Studienergebnisse über den Stellenwert der Self Care und die Entwicklung des Self Care-Marktes informiert. Ein weiteres Format, das sehr positives Feedback erhielt, sind die 2022 erstmals durchgeführten IGEPHA-Kamingespräche: IGEPHA-Mitglieder hatten die Möglichkeit, mit Gesprächspartner:innen aus Politik und Verwaltung in direkten Dialog zu treten.

STUDIE SELF CARE-KOMPETENZ

In enger Kooperation mit der IGEPHA führte Spectra Marktforschung eine Studie zu den Entwicklungen und Trends in der Self Care-Kompetenz der Österreicher:innen durch. Darin bestätigte sich der schon anderweitig beobachtete Trend hin zu mehr Self Care: 71 % der Befragten wählten zumindest bei einer leichten Erkrankung im Jahr die Option der Selbstbehandlung. Das entspricht einem Plus von drei Prozentpunkten. 30 % der Befragten waren davon überzeugt, dass sich die Menschen in Österreich nach Corona häufiger selbst behandeln werden, was ein Plus von sechs Prozentpunkten

im Vergleich zum Vorjahr bedeutet. 70 % der Befragten waren der Meinung, dass der Zugang zu Self Care von den österreichischen Krankenkassen erleichtert werden sollte, und 15 % gaben an, in Zukunft mehr Geld in ihre Gesundheit investieren zu wollen.

TOUR DURCH ÖSTERREICH

IGEPHA-Geschäftsführerin Mag. Christina Nageler und Regulatory Managerin Dr. Reka Szathmary besuchten 2022 Mitgliedsbetriebe in ganz Österreich. Ihr anschließendes Resümee war durchweg positiv: Die Mitglieder nützen die vielfältigen Serviceleistungen, Informationsangebote sowie auch das Weiterbildungsprogramm der IGEPHA regelmäßig und mit großem Interesse. Insbesondere der Membersbereich der IGEPHA-Website mit seiner Fülle an Informationen wird sehr geschätzt. Außerdem schätzen viele unserer Mitglieder die IGEPHA-Networking-Events als willkommenen Rahmen zur Kontaktpflege innerhalb der Self Care-Branche. Natürlich wurden erneut Wünsche und Anregungen seitens unserer Mitglieder aufgenommen. Sie sind wichtige Anregungen für unsere Arbeit und flossen teilweise bereits in die Weiterentwicklung unseres Service-Portfolios ein.

DIE IGEPHA-STAKEHOLDER-NEWS

2022 ERSCHIENEN ERSTMALS DIE IGEPHA-STAKEHOLDER-NEWS MIT WICHTIGEN INFORMATIONEN ZUR SELF CARE SOWIE ZU STUDIEN, DIE SICH MIT NUTZEN UND WERT DES AKTIVEN UND EIGENVERANTWORTLICHEN GESUNDHEITSMANAGEMENTS BEFASSEN. HIER DIE INHALTE DER STAKEHOLDER-NEWS 01 BIS 04 IM ÜBERBLICK.



1. AUSGABE - MIT SELF CARE DIE GESUNDHEIT STÄRKEN

SELF CARE WURDE SCHON IMMER PRAKTIZIERT. NÜTZEN WIR DIESE KOMPETENZ!

Self Care ist keine Erfindung des 21. Jahrhunderts. Diese so wichtige Selbstfürsorge gibt es, seit Menschen auf der Welt leben. Unsere Vorfahren machten sich viele Gedanken darüber, wie sie ihre Gesundheit schützen und Krankheiten wirksam behandeln konnten. Sie sammelten heilkräftige Beeren und Kräuter und wandten Praktiken an, von denen sie dachten, dass sie hilfreich sein könnten. Medizinisches Grundwissen wurde von einer Generation zur nächsten weitergegeben und ganz selbstverständlich immer wieder in den Familien angewendet. Mit der modernen Medizin rückte diese Eigeninitiative für einige Zeit in den Hintergrund. Doch jetzt ist das Interesse an Self Care wieder gewachsen. Diesen Trend gilt es, aufzugreifen und zu nützen. Denn Eigenverantwortung für die Gesundheit hat viele Vorteile.

WARUM SELF CARE LEBENSWICHTIG IST

Self Care schützt und stärkt die Gesundheit jeder und jedes Einzelnen. Gleichzeitig ist Self Care der wichtigste Beitrag zur Entlastung des Gesundheitssystems, denn aktive Self Care verbessert die Chance auf ein langes, gesundes Leben deutlich. Außerdem kann man sehr viel gewinnen, wenn man seine eigene Gesundheitskompetenz stärkt. So sind beispielsweise chronische Erkrankungen durch bessere Self Care teilweise vollständig vermeidbar. Das erspart einem selbst viel Leid – und zugleich dem Gesundheitssystem jede Menge Geld.

WAS IST SELF CARE?

Self Care ist eine der wichtigsten Grundlage, um gesund zu bleiben – ein Leben lang!

SELF CARE BEDEUTET ...

... sorgsam mit den persönlichen Ressourcen umzugehen,
... im Umgang mit alltäglichen Erkrankungen Eigeninitiative zu entwickeln,
... engagiert chronische Krankheiten zu managen,
... im Ernstfall aktiv und optimistisch an der Rekonvaleszenz mitzuarbeiten und nicht zuletzt
... stets genügend rezeptfreie Arzneimittel und Substanzen schnell und problemlos verfügbar zu haben.

„Self Care bedeutet, selbstverantwortlich Produkte einzusetzen, die einen konkreten Nutzen zur Erhaltung, Verbesserung oder Wiederherstellung der Gesundheit haben. Self Care ist damit ein immer wichtiger werdender Pfeiler eines zukunftsweisenden Umgangs mit der eigenen Gesundheit.“

2. AUSGABE - GESUNDHEIT AUS DEM INTERNET: FIT FÜR SELF CARE

MIT „DR. GOOGLE“ AUF AUGENHÖHE?

Aktuelle Studien zeigen es deutlich: Das Internet spielt für das Gesundheitsmanagement der Menschen in Österreich mittlerweile eine zentrale Rolle: 76 % der Österreicher:innen nutzen diese Informationsquelle, um mehr über für sie wichtige Gesundheitsthemen zu erfahren. Mehr als ein Viertel sucht sogar mindestens einmal pro Woche im Internet nach Gesundheitsinformationen.¹ Allerdings stoßen dabei im Durchschnitt 30 % dieser Internetnutzenden an ihre Grenzen: Wie glaubwürdig sind die angebotenen Inhalte? Wie nutze ich neue Informationen zur tatsächlichen Lösung meines Gesundheitsproblems? Und wie kann ich einschätzen, ob die Empfehlungen auch wirklich auf mich zutreffen? Dies sind die wichtigsten Fragen, die bei der Konsultation von „Dr. Google“ auftreten.² Die digitale Gesundheitskompetenz liegt bei der österreichischen Bevölkerung bei 70,1 von 100 Punkten.³ Eine signifikant geringere digitale Gesundheitskompetenz weisen Menschen ab 30 Jahren aufwärts, Menschen in finanziell prekären Lebenssituationen sowie Menschen mit chronischen Erkrankungen, die Schwierigkeiten im Umgang mit ihren Gesundheitsproblemen haben, auf.⁴ Ein wichtiger Beitrag zur Self Care wäre somit einerseits, die digitale Gesund-

heitskompetenz der Menschen zu stärken, und andererseits, zuverlässige, qualitativ hochwertige Entscheidungsgrundlagen für den eigenverantwortlichen Umgang mit der Gesundheit bereitzustellen.

AUF DER SUCHE NACH DER RICHTIGEN INFORMATION

Um in Gesundheitsfragen adäquate Entscheidungen treffen zu können, braucht es vor allem eines: Kompetenz. Und zwar konkret Kompetenz hinsichtlich der Nutzung unterschiedlicher Informationsquellen. Ebenfalls unverzichtbar: eine entsprechende Medienkompetenz. Denn neben Familienangehörigen, Vertretern der Gesundheitsberufe, Gesundheitseinrichtungen, Fachliteratur und klassischen Medien ist das Internet mit seiner unübersehbaren Fülle an Angeboten inzwischen zur zentralen Informationsquelle hinsichtlich Krankheiten, Prävention und Gesundheitsförderung geworden. Doch aus der Flut an Informationen die richtigen Schlüsse für die eigene Situation zu ziehen, das fällt vielen Menschen schwer. Hilfreich bei dieser Einordnung von Gesundheitsinformationen sind Internetplattformen öffentlicher Einrichtungen oder auch von unabhängigen Anbietern wie z.B. Netdoktor. Denn hier sollten Nutzende da-

rauf vertrauen dürfen, dass alle präsentierten Inhalte wissenschaftlich fundiert sind, regelmäßig geprüft und v. a. unabhängig von wirtschaftlichen Interessen zur Verfügung gestellt werden. Bieten ausgewählte Gesundheitsplattformen wirklich ausreichend Tipps zur aktiven Self Care? Dieser Frage ist die IGEPHA als österreichische Self Care Association 2022 nachgegangen.

Die ausgewählten Webseiten wurden nach folgenden Kriterien analysiert:

- Sind Informationen zur Self Care vorhanden?
- Wie groß ist der Umfang der Self Care-Informationen?
- Gibt es eine explizite Empfehlung für Self Care?
- Gibt es weiterführende Links zu konkreten Behandlungsmethoden oder Hilfestellungen für Self Care?

Es stellte sich heraus, dass in 90 % der untersuchten Artikel Informationen zu Self Care enthalten sind. In knapp zwei Drittel aller untersuchten Artikel wird in mehr als fünf Absätzen über Selbstbehandlungsmöglichkeiten berichtet. In fast 77 % der Artikel werden Self Care-Maßnahmen empfohlen. Am häufigsten ist das bei Artikeln über Erkältungen/grippalen Infekt und über leichte Verbrennungen der Fall: Bei diesen Symptomen empfehlen sämtliche untersuchten Artikel Self Care-Maßnahmen. 53 % der Artikel enthalten Links zu weiteren Informationen. Aus Sicht der IGEPHA sind diese Zahlen durchaus zufriedenstellend: Self Care ist auf beliebten Gesundheitsplattformen ein Thema. Dabei werden den Besucher:innen auch konkrete Informationen angeboten.

„Mit unserer Expertise, unserem Netzwerk und nicht zuletzt in Partnerschaft mit engagierten Institutionen unterstützen wir die Menschen in Österreich dabei, ihre Kompetenz in Sachen Self Care stetig weiterzuentwickeln.“



1 Griebler, Robert; Straßmayr, Christa; Mikšová, Dominika; Link, Thomas; Nowak, Peter und die Arbeitsgruppe Gesundheitskompetenz-Messung der ÖPGK (2021): Gesundheitskompetenz in Österreich: Ergebnisse der österreichischen Gesundheitskompetenzhebung HLS19-AT. Bundesministerium für Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz, Wien. Seite 56.
 2 Ebd.
 3 Griebler et. al. Gesundheitskompetenzmessung. Seite 87.
 4 Ebd. Seite 87/88.

3. AUSGABE – SO KOMPETENT MANAGEN WIR UNSERE SELF CARE

GROSSE MEHRHEIT WIRD BEI SCHNUPFEN, KOPFWEH & CO. SELBST AKTIV

Self Care betreibt man, wenn man sich selbst um die eigene Gesundheit kümmert. Aber trauen sich das die Menschen in Österreich überhaupt zu? Eine aktuelle Studie der Spectra Marktforschung weiß darüber Interessantes zu berichten! Im Mai 2022 führte Spectra mit 1.000 repräsentativ ausgewählten Personen Online-Interviews durch. Dabei wurden sie zu ihrer Self Care-Kompetenz befragt. Ergebnis: Der Trend hin zu mehr Self Care bestätigt sich! 71 % der Befragten haben innerhalb des vergangenen Jahres zumindest einmal Self Care betrieben – das ist ein Plus von drei Prozentpunkten im Vergleich zur Vorjahresstudie!

WIE OFT ERKRANKEN WIR AN LEICHTEN BESCHWERDEN?

Zur Selbstbehandlung greifen die meisten bei typischen „alltäglichen“ Erkrankungen. Spectra wollte herausfinden, woran die Österreicher:innen denn besonders häufig leiden. 94% der Befragten berichteten über leichte Beschwerden und Erkrankungen. Die meisten der Befragten gaben an, dass sie unter Rückenschmerzen leiden, gefolgt von Kopfschmerzen, Schnupfen, Erkältungen oder grippalem Infekt, Nackenschmerzen oder Durchfall. Im Vergleich zum Jahr davor haben vor allem die Fälle von Schnupfen, Husten und Erkältungskrankheiten stark zugenommen.

BEI DIESEN BESCHWERDEN WERDEN WIR SELBST AKTIV

Das kennen wir alle: Man wacht auf und der Kopf schmerzt. Oder der Hals kratzt. Oder die Nase läuft. Für die Mehrheit der Österreicher:innen ist klar: Um solche leichten Beschwerden und viele weitere auch kümmern sie sich selbst! 80% der von Spectra Befragten trauen sich bei Schnupfen ohne Weiteres eine Selbstbehandlung zu, je 67 % bei Kopfschmerzen und Husten, 64 % bei Erkältung und grippalem Infekt, 63 % bei Insektenstichen und 62 % bei Durchfall.

WAS WIR BEI LEICHTEN BESCHWERDEN TUN

Den eigenen Arzneyschrank konsultieren, in der Apotheke ein rezeptfreies Arzneimittel besorgen oder doch lieber zur Ärztin bzw. zum Arzt? Die meisten Menschen hierzulande wissen ganz genau, was sie bei häufig auftretenden leichten Erkrankungen tun werden. Fast drei Viertel der von Spectra Marktforschung Befragten, nämlich 71 %, behandeln leichte Beschwerden selbst. Am häufigsten tun sie dies bei Schnupfen, Kopfschmerzen, Erkältungssymptomen, Rückenschmerzen, leichten Schnittwunden und Lippenherpes. Bei einigen anderen Beschwerden wird typischerweise erst einmal abgewartet: 49 % der im Rahmen der Self Care-Kompetenzstudie Befragten gaben 2022 an, beim Auftreten bestimmter Symptome vorerst nichts zu unternehmen und erst einmal ihren Zustand zu beobachten. Das trifft vor allem bei Nervosität und innerer Unruhe, Durchfall oder Verstopfung, Schlafstörungen oder Insektenstichen zu. 45 % gaben an, bei leichten Beschwerden ihre Hausärztin bzw. ihren Hausarzt aufgesucht zu haben. Besonders häufig geschieht dies bei Erkältungssymptomen, Rückenschmerzen oder Ohrenscherzen.

WEITERE OPTIONEN BEI LEICHTEN ERKRANKUNGEN

- 26 % suchten eine niedergelassene Fachärztin bzw. einen niedergelassenen Facharzt auf.
- 24 % kontaktierten eine Apotheke.
- 9 % besuchten eine Spitalsambulanz.
- Jeweils 2 % riefen bei der Gesundheitshotline 1450 oder beim Ärztenotdienst 141 an.

VERTRAUEN IN SELF CARE STEIGT

Die Spectra-Studie über die Self Care-Kompetenz der Österreicher:innen hat noch etwas Interessantes ans Tageslicht gebracht: 30 % der Befragten glauben, dass sich die Menschen infolge der Corona-Pandemie häufiger selbst behandeln werden. Das ist im Vergleich zur Studie des Vorjahres eine Zunahme um weitere sechs Prozentpunkte! Ganz offensichtlich hat die Covid-19-Pandemie die Einstellung der Bevölkerung zur Self Care verändert.

„Die Spectra-Studie zeigt: Self Care mit rezeptfreien Arzneimitteln und Gesundheitsprodukten wird von den Menschen tagtäglich praktiziert. Höchste Zeit, dass Self Care durch eine nationale Strategie im Gesundheitssystem verankert und gestärkt wird!“



4. AUSGABE - SELF CARE: WICHTIG FÜR DIE MENSCHEN, WICHTIG FÜRS SYSTEM

SELF CARE ENTLASTET UNSER GESUNDHEITSSYSTEM

Wer Self Care betreibt, hilft dem Gesundheitssystem dabei, die ohnehin schon knappen Ressourcen zu schonen und für ernste Krankheitsfälle aufzusparen. Die Gesundheitsökonomie-Profis Cosima Bauer und Uwe May haben dazu eine eindrucksvolle Zahl ermittelt: Europaweit spart Self Care den Gesundheitssystemen aktuell allein bei den Arzneimittelausgaben 6,5 Milliarden Euro.⁵ In Österreich spart Selbstmedikation den Krankenversicherungen Ressourcen im Ausmaß von 717 Millionen Euro jährlich.⁶ Gäbe es keine Self Care, so müssten in Europa um 120.000 Ärzt*innen zusätzlich beschäftigt werden. Angesichts des schon jetzt eklatanten Mangels würde sich die Situation in den Ordinationen noch weiter zuspitzen. Alternativ müsste jede Ärztin bzw. jeder Arzt um 2,4 Stunden pro Tag länger arbeiten, um Self Care-Optionen zu ersetzen. Ob das der Attraktivität dieses Berufes zuträglich wäre, bleibt dahingestellt.⁷ Auch in Österreich entlasten Self Care-Aktivitäten mündiger Bürger:innen tagtäglich die Hausärzt:innen bei ihrer Arbeit. 5,5 Millionen Stunden müssten praktische Ärzt:innen in Österreich mehr arbeiten, wenn es die Optionen der Selbstbehandlung wie gegenwärtig vorhanden nicht gäbe. Ohne Self Care müssten hierzulande um 2.693 Hausärzt:innen mehr beschäftigt werden!⁸ Das Potenzial der Self Care ist in Österreich aber noch längst nicht ausgeschöpft. Ein Vergleich mit anderen europäischen Ländern ergibt, dass hier gerade mal 13 % der geringfügigen Krankheitsfälle mit OTC⁹-Produkten behandelt werden. In Deutschland sind es 23 %, in der Slowakei 24 % und in Polen sogar 32 % der Fälle.¹⁰



Impulse zur Stärkung der Self Care-Quote sind auf unterschiedlichen Ebenen möglich:

- Eine Steigerung der Gesundheitskompetenz versetzt Menschen verstärkt in die Lage, sich aktiv um ihre Gesundheit zu kümmern.
- Stehen mehr Arzneimittel-Wirkstoffe rezeptfrei zur Verfügung, so werden neue Beschwerdebilder der Self Care zugänglich.

Self Care unterstützt jede Einzelne und jeden Einzelnen dabei, ein Leben in Gesundheit zu führen. Zugleich hat Self Care viele Vorteile für das Gesundheitssystem und unsere Gesellschaft als Ganzes. Alles spricht dafür, die Self Care-Kultur in Österreich aktiv weiterzuentwickeln.

SELF CARE-EFFEKTE NOCH BESSER NÜTZEN

Self Care findet täglich statt. Ganz selbstverständlich nutzen Menschen die am Markt rezeptfrei angebotenen Arzneimittel, um ihre Gesundheit wiederherzustellen, zu stärken oder um sich vor Krankheiten zu schützen. Durch eine Stärkung der Self Care als tragende Säule des Gesundheitssystems könnten die

Vorteile des eigenverantwortlichen Umgangs mit der persönlichen Gesundheit noch wesentlich besser genutzt werden. Was in Österreich allerdings fehlt, ist eine bundesweite Self Care-Strategie, in die alle Stakeholder eingebunden sind. Wenn Regierung, Politik, Apotheker:innen, Ärzt:innen und Konsument:innen an einem Strang ziehen und die Self Care weiterentwickeln, könnte dies zu einer erheblichen Effizienzsteigerung unseres Gesundheitssystems führen. Teil dieser österreichweiten Self Care-Strategie sollte eine Stärkung der Gesundheitskompetenz in der Bevölkerung sein, um die Menschen mit dem nötigen Wissen und Selbstvertrauen auszustatten, die es ihnen erlauben, Self Care gut und sicher zu praktizieren.

„Wir von der IGEPHA stehen mit unserem Know-how bereit, um Self Care noch mehr Menschen als bisher zugänglich zu machen. Best Practice-Beispiele aus anderen Ländern zeigen, wie Self Care-Programme erfolgreich und zum Wohle aller ins Gesundheitswesen integriert werden können.“

5 Ebd. S 61

6 Cosima Bauer, M.A., Prof. Dr. Uwe May, Anissa Schneider-Ziehe, M.Sc. Soziale und ökonomische Effekte der Selbstmedikation in Österreich. Status quo und Zukunftspotentiale. Eine Ausarbeitung für die Interessengemeinschaft österr. Heilmittelhersteller und Depositeure (IGEPHA), Rheinbreitbach, 2022. S. 6.

7 Bauer, May, Self-Care in Europe. S. 65

8 Bauer, May, Soziale und ökonomische Effekte der Selbstmedikation in Österreich. S. 6.

9 OTC = Over the Counter. Das bedeutet, dass Arzneimittel und Gesundheitsprodukte ohne ärztliche Verschreibung erhältlich sind.

10 Bauer, May, Self-Care in Europe. S. 77

VERANSTALTUNGEN 2022



FORTBILDUNG UND NETWORKING

„Hybrid“ lautete das Stichwort für viele Fortbildungsveranstaltungen der IGEPHA im Jahr 2022. Eine Teilnahme war also vielfach sowohl vor Ort als auch via Videokonferenz möglich. Neben altbewährten „Klassikern“ wie den Regulatory Updates zu den Produktkategorien Arzneimittel, NEM, Kosmetik und Medizinprodukte standen innovative Inhalte z. B. zur Produktion von Podcasts auf dem Programm. Die Kommunikationswissenschaftlerin Mag. Silvia Agha-Schantl inspirierte das Publikum mit zahlreichen Praxistipps zum Thema „Power-selling“. Hier erfuhr man Interessantes über bewusste und unterbewusste Kommunikationsstrategien, den erfolgreichen Auftritt im Verkauf sowie den Umgang mit lästigen Preisdiskussionen. Einblicke in aktuelle Trends am Apothekenmarkt und im Apothekenversandhandel erhielten die Teilnehmer:innen beim Seminar „Digitale Trends für Self Care – Neue Wege zum Kunden“. Beatrix Linke, Koordinatorin bei IQVIA für die Agenden rund um Apotheken und Apothekenversandhandel, sowie

Marco Leithner und William Ludwig-Schulte von Prosoom erläuterten, wie die Consumer Journey insbesondere digital verläuft und welche Daten Self Care-Unternehmen nutzen können, um sich optimal am Markt zu positionieren. Wie Innovation im Consumer Healthcare-Markt funktioniert, erfuhren IGEPHA-Mitglieder in einem Workshop zum aktuellen Nicolas Hall-Bericht. Nina Stimson stellte die wichtigsten CHC-Innovationen vor und sprach über Trends bei Packungsgrößen, Darreichungsformen, Geschmacksrichtungen und Zutaten. Zudem gab sie wertvolle Tipps zu Innovationspotenzialen in noch freien Nischen. Wie bereits 2021 konnte auch der für Jänner 2022 geplante beliebte Branchen-Jahresauftakt „Come together“ aufgrund pandemiebedingter Einschränkungen nicht stattfinden. Umso größer war das Interesse am Open House der IGEPHA im Mai 2022. Der Termin fand dieses Mal an einer bemerkenswerten Location statt: Im Salon Biogena in der Wiener Innenstadt konnte man entspann-

te und anregende Stunden genießen und einer großartigen Frau des Gesundheitswesens applaudieren: Die IGEPHA nahm das Event zum Anlass, DI Dr. Christa Wirthumer-Hoche zu danken, die als Leiterin der AGES Medizinmarktaufsicht viele Jahre lang die Self Care-Industrie mit ihrer Expertise begleitet hat. Zu den jährlichen Höhepunkten in unserem Veranstaltungsprogramm zählen natürlich insbesondere Generalversammlung und Jahrestagung, die am 6. Oktober 2022 im Hotel Park Hyatt Wien stattfanden. Das Motto der letztjährigen Jahrestagung lautete: „Self Care stärken – medial und digital“. Keynotespeakerin Antonia Kaske befasste sich mit Chancen und Trends der Digital Pharmacy Landscape. Peter Schöber, Programmgeschäftsführer des ORF III, der kurzfristig für den leider verhinderten ORF-Generaldirektor Mag. Roland Weiß eingesprungen war, referierte über den öffentlich-rechtlichen Rundfunk als Quelle vertrauenswürdiger Informationen.





REGULATORY AFFAIRS UND MARKETING

Am Puls der Zeit – Fortbildung für die Self Care-Industrie

- 13. JÄNNER 2022 Podcast – Gehen Sie on air!
- 3. MÄRZ 2022 Power Selling – Raus aus dem Mittelmaß, rauf auf die Überholspur!
- 30. MÄRZ 2022 Innovation für die OTC-Branche – Einblicke in den aktuellsten Nicholas Hall-Bericht
- 28. APRIL 2022 Digitale Trends für Self Care – Neue Wege zum Kunden
- 2. JUNI 2022 eCommerce & Versandhandel – Chancen und Potenziale – ein Update
- 23. JUNI 2022 NEM – Regulatory Update
- 13. SEPTEMBER 2022 Kosmetik – Essenzielles für den rechtskonformen Marktauftritt
- 22. SEPTEMBER 2022 Digitalen Wandel nützen – Sich mit Social Media optimal in Stellung bringen
- 20. OKTOBER 2022 Amazon als Self Care-Plattform – Clever planen mit dem Versandriesen
- 17. NOVEMBER 2022 Medizinprodukte – Lernen aus der MDR
- 8. DEZEMBER 2022 Arzneimittel – Regulatory Update

NETWORKING

- 12. MAI 2022 Open House
- 6. OKTOBER 2022 Generalversammlung & Jahrestagung – „Self Care stärken – medial und digital“

FACHAUSSCHUSS

REGULATORY AFFAIRS



LEITUNG

Dr. Fritz Gamerith *Schwabe*

Auch 2022 leisteten 45 Mitglieder wieder hervorragende Arbeit im Fachausschuss sowie in den vier Arbeitsgruppen zu den Produktkategorien Arzneimittel, NEM, Medizinprodukte und Homöopathie. Hierfür möchten wir herzlich „Danke!“ sagen.

DIE REGULATORISCHEN RAHMENBEDINGUNGEN FÜR DIE SELF CARE-PRODUKTKATEGORIEN ARZNEIMITTEL, MEDIZINPRODUKTE, KOSMETIKA, NAHRUNGSERGÄNZUNGSMITTEL UND HOMÖOPATHIKA WERDEN IMMER ANSPRUCHSVOLLER. UM MIT DER ENTWICKLUNG SCHRITT HALTEN ZU KÖNNEN, TREFFEN SICH DIE MITGLIEDER DES FACHAUSSCHUSSES REGULATORY AFFAIRS UND DER VIER PRODUKTSPEZIFISCHEN ARBEITSGRUPPEN REGELMÄSSIG ZU UPDATES UND ANALYSEN. EMPFEHLUNGEN AUS DEN ARBEITSGRUPPEN WERDEN ANSCHLIESSEND AN DIE IGEPHA-MITGLIEDER WEITERGEGEBEN.

Hier sehen Sie einen Überblick über einige der vielen relevanten Themen des vergangenen Jahres, mit denen sich die Mitglieder des Fachausschusses und der Arbeitsgruppen beschäftigten:

MEDIZINPRODUKTE

Im Mai 2021 trat die **Europäische Medizinprodukteverordnung** in Kraft. Zum Jahrestag folgte 2022 das Inkrafttreten der neuen Europäischen Verordnung für **In-Vitro-Diagnostika**. Die leider immer noch offenen Fragen sind seither nicht weniger geworden. Im Februar 2023 hat das Europäische Parlament nun dem Vorschlag der Kommission zugestimmt, die Übergangsfristen für bestimmte Medizinprodukte im Rahmen der MDR/IVDR zu verlängern. Das übergeordnete Ziel besteht darin, den Zugang der Patient:innen zu einer breiten

Palette von Medizinprodukten aufrechtzuerhalten und gleichzeitig den Übergang zum neuen Rahmen zu gewährleisten. Die Verlängerung wird je nach Risikoklasse des Produkts gestaffelt sein, d. h. bis Dezember 2027 für Produkte mit höherem Risiko und bis Dezember 2028 für Produkte mit mittlerem und geringerem Risiko.

Eine besondere Herausforderung stellt für die EU-Mitgliedsstaaten die Zusammenarbeit mit der Schweiz dar. Hier lief das Abkommen zur gegenseitigen Anerkennung von Medizinprodukten ebenfalls im Mai 2021 aus. Wer mit der Schweiz Handelsbeziehungen pflegt, muss seither ganz genau darauf achten, welche Regelungen dort für Medizinprodukte in Kraft gesetzt wurden. Ähnliche Herausforderungen sind wegen des BREXIT auch mit Großbritannien zu bewältigen. Auch hier gab und gibt es leider auch weiterhin diverse offene Fragen zur Zertifizierung und zur Bekanntgabe von Repräsentanten zu klären. Die Gesundheit Österreich GmbH (GÖG) wurde vom Bundesministerium für Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz beauftragt, ein **Glossar** für Medizinprodukte (inkl. In-vitro-Diagnostika) zu erstellen. Dieses Glossar soll eine gemeinsame Sprache und Sichtweise auf branchenrelevante Konzepte schaffen und somit Zusammenarbeit und Austausch auf nationaler Ebene fördern und verbessern. Die IGEPHA wurde eingeladen, als Sachverständige an dieser Überprüfung teilzunehmen. Das Glossar ist inzwischen fertig und bereits verfügbar (<https://medizinproduktregister.at/glossar>). Die neue Borderline-Leitlinie der Kommission sorgt für große Aufregung unter

den Herstellenden von stoffgebundenen Medizinprodukten. Die IGEPHA hatte Zugang zu Treffen zwischen Interessenvertreter:innen und Regulierungsbehörden, bei denen es darum ging, den Koordinierungsmechanismus der **Borderline-Leitlinie** zu verbessern. Fragen oder Probleme im Zusammenhang mit der Umsetzung der Borderline Guidance wurden erörtert, um den Beteiligten zu helfen, die beste Lösung zu finden. An der prekären Situation hinsichtlich der **Benannten Stellen** hat sich auch im abgelaufenen Jahr nicht viel geändert. Regelmäßig wird auf diesen Engpass hingewiesen. Die aktiven Benannten Stellen sind derzeit stark überlastet. Wiederholte Appelle an die zuständigen Stellen, einen schnelleren Prozess zur Benennung von Benannten Stellen aufzusetzen, blieben bislang allerdings ohne deutlich sichtbaren Erfolg. Immerhin veröffentlichte die EU Ende April 2022 einen neuen, 27-seitigen Leitfaden zur Abgrenzung zwischen Medizinprodukten und Arzneimitteln. Außerdem wurde ein Dokument für hybride Audits vorgestellt. **Eudamed**, die EU-weit gültige Datenbank für Medizinprodukte, ist bisher allerdings noch immer nicht einsatzbereit. Erst einige Module wurden bislang freigeschaltet.

ARZNEIMITTEL

Die Diskussion über Titandioxid beschäftigte sowohl die Arbeitsgruppe zu Nahrungsergänzungsmitteln als auch jene für Arzneimittel. Konkret geht es um Überlegungen zum Ersatz von Titandioxid in Arzneimitteln. Eine weitere Herausforderung stellte Estragol als Inhaltsstoff diverser Pflanzen dar. Estragol hat sich im Tierversuch als krebserregend und genotoxisch herausgestellt. Die Empfehlung lautet daher, die Aufnahme von **Estragol** aus pflanzlichen Arzneimitteln in der Allgemeinbevölkerung so gering wie möglich zu halten. Für Pflanzenarzneien empfiehlt es sich, auf estragolarme Pflanzensorten umzustellen und keine estragolhaltigen Hilfsstoffe zu verwenden. In der Arbeitsgruppe wurde auch über Änderungen auf EU-Ebene gesprochen, wie z.B. über den Start des **CTIS-Systems**. Dieses Clinical Trials

Information-System der EMA ging Ende Jänner 2022 live. Die EMA bietet auf ihrer Internetseite umfangreiches Schulungsmaterial zum CTIS für klinische Prüfungen in Europa an. Die EMA will bis 2023 für alle regulatorischen Verfahren strukturierte elektronische Antragsformulare einführen und damit die aktuellen Formulare im PDF-Format ersetzen (DADI-Projekt). Nun hat die Agentur ein Dokument mit Fragen und Antworten (Q&A) erstellt, um den Zulassungsinhaber:innen diesen Übergang zu erleichtern. Seit September 2022 sind alle Zulassungsinhaber:innen in der Union verpflichtet, einen i-SPOC (Industry Single Point of Contact) über Lieferung und Verfügbarkeit zu registrieren. Die IRIS-Plattform der EMA wird genutzt, um die Einzelheiten der i-SPOCs für alle Zulassungsinhaber:innen zu erfassen. Zudem soll hierüber die künftige Kommunikation über identifizierte kritische Arzneimittel bei Notfällen im Bereich der öffentlichen Gesundheit oder bei größeren Ereignissen erleichtert werden. Ab 2022 steht seit mehreren Jahrzehnten zum ersten Mal eine Überprüfung der Arzneimittelgesetzgebung der Europäischen Union (EU) an. Hiervon werden zahlreiche Schlüsselaspekte der Arzneimittelregulierung in der EU betroffen sein, von Kostenberechnung und Kostenersatzung bis hin zu Rechten an geistigem Eigentum, Anreizen und mehr.

NAHRUNGSERGÄNZUNGSMITTEL

Ins Visier der Behörden ist **Ethylenoxid** geraten, ein Gas, das verwendet wird, um Bakterien und Pilze abzutöten. Auch sein Umwandlungsprodukt 2-Chlorethanol steht unter Beobachtung. Die Europäische Kommission stellte fest, dass mit Ethylenoxid behandelte Lebensmittel in der gesamten EU als „nicht sicher“ bewertet werden. Damit sind sie für den menschlichen Verzehr ungeeignet. Bei einer Kontamination mit Ethylenoxid über dem geltenden Rückstandshöchstgehalt dürfen diese Produkte folglich nicht vermarktet werden. Seit über das europäische Schnellwarnsystem belastete Lebensmittel gemeldet wurden, laufen

auch in Österreich dazu Kontrollen durch die zuständigen Lebensmittelbehörden. Die Europäische Kommission hat Mitte Jänner 2022 eine Verordnung zum Verbot der Verwendung von **Titandioxid** als Zusatzstoff in Lebensmitteln erlassen. Gültig ist diese Verordnung seit 7. Februar 2022. Um einen reibungslosen Übergang zu ermöglichen und die Lebensmittelversorgung sicherzustellen, wurde eine Übergangsfrist von sechs Monaten festgelegt. Seit dem Ablauf dieser Übergangsfrist ist die Verwendung des Zusatzstoffes Titandioxid in Lebensmitteln verboten. Produkte, die vor Ablauf der Übergangsfrist unter Verwendung von Titandioxid hergestellt wurden, dürfen allerdings bis Ablauf des Verbrauchsdatums oder des Mindesthaltbarkeitsdatums auf dem Markt bleiben. Mit einer EU-Verordnung vom 1. Juni 2022 wurden **Monacoline** aus rotem Reis in den Anhang III der EU-Verordnung 1925/2006 aufgenommen. Diese Verordnung regelt die Verwendung von Stoffen, die Beschränkungen unterliegen und von der EU überwacht werden. Festgelegt wurde, dass Einzelportionen des Erzeugnisses für den täglichen Verzehr weniger als 3 mg Monacoline aus Rotschimmelreis enthalten müssen. Außerdem wurden diverse Warnhinweise vorgeschrieben. Eine „Task Force“ der EU-Kommission arbeitete daran, Höchstmengen für Vitamine und Mineralstoffe festzulegen. Die Task Force lief unter der Führung von Deutschland mit BMEL, BfR und BVL. Für Interessensvertretungen bestehen zwei Möglichkeiten, Kommentare abzugeben, nämlich

- bei der Neuvalidierung der EFSA von Upper Intake-Levels oder
- bei der Festlegung der Höchstmengen, die für das zweite Quartal 2023 geplant ist.

ARBEITSGRUPPE HOMÖOPATHIE

In der Arbeitsgruppe Homöopathie wurde über aktuelle Entwicklungen in Österreich und Europa diskutiert. In Deutschland schlug der BAH dem BfArM vor, eine Klarstellung zur Einstufung der homöopathischen Erstverschlimmerung als eine Reaktion auf das Arzneimittel vorzunehmen.

FACHAUSSCHUSS

KOMMUNIKATION & WIRTSCHAFT



LEITUNG

Mag. Susanne Eibegger *Bayer Austria*

Im Fachausschuss Kommunikation & Wirtschaft und den vier thematisch zugeordneten Arbeitsgruppen waren 2022 31 Mitglieder aktiv. Auch ihnen gilt unser Dank für ihre engagierte Mitarbeit.

DER IGEPHA-FACHAUSSCHUSS KOMMUNIKATION & WIRTSCHAFT SOWIE SEINE VIER ARBEITSGRUPPEN KOMMUNIKATION, DIGITALISIERUNG, MARKTFORSCHUNG UND VERTRIEBSKANÄLE BEFASSEN SICH MIT THEMEN, DIE VON EINER BESONDERS INNOVATIVEN ENTWICKLUNG GEKENNZEICHNET SIND: ES GILT, IN ECOMMERCE UND DIGITALISIERUNG SOWIE BEIM MARKETING IN DEN SOZIALEN MEDIEN MIT DEM RASANTEN WANDEL SCHRITT ZU HALTEN UND NÜTZLICHE LÖSUNGEN, TOOLS UND PROZESSE FRÜHZEITIG ZU IDENTIFIZIEREN. WAS HAT SICH DIESBEZÜGLICH 2022 EREIGNET?

ARBEITSGRUPPE KOMMUNIKATION UND ARBEITSGRUPPE DIGITALISIERUNG

Die beiden Arbeitsgruppen arbeiteten 2022 eng zusammen und befassten sich u. a. mit den rechtlichen Grundlagen für Marketingaktivitäten, die für OTC-Produkte auf Social Media durchgeführt werden. Wie man sich auf Social Media optimal präsentieren kann, war Inhalt eines Schulungsvideos, das den IGEPHA-Mitgliedern zur Verfügung gestellt wurde. Die IGEPHA selbst startete die „LinkedIn-Challenge“, um die Anliegen der Self Care-Industrie auf diesem digitalen Kanal noch besser sichtbar zu machen. Mehr dazu lesen Sie auf S. 12. In Kooperation mit dem IGEPHA-Mitglied DiLAB 42 wurde eine Untersuchung von Gesundheitsplattformen im Internet durchgeführt. Es stellte sich heraus, dass auf prominenten Pages ausführlich über Self Care berichtet wird und Empfehlungen zu Selbstbehandlungsmöglichkeiten abgegeben werden. Mehr dazu finden Sie auf S. 16 und S. 19.



ARBEITSGRUPPE MARKTFORSCHUNG

Die Arbeitsgruppe Marktforschung befasste sich mit der Vorbereitung für das Projekt zur Verbesserung der Health Literacy. Dabei wurde geprüft, welche Projekte zu diesem Thema von anderen europäischen Self Care-Verbänden durchgeführt wurden. Im nächsten Schritt wurden Informationen zu Projekten in Österreich für die Zielgruppe der Kinder und Jugendlichen gesammelt. Eine Vielzahl an Initiativen konnte hierbei erfasst werden. Da jedoch viele gleichartige Projekte ausgemacht werden konnten, stellt sich die Frage, ob eine bessere Koordination nicht insgesamt vorteilhaft wäre. Offene Fragen ergaben sich auch hinsichtlich der Evaluierungsergebnisse zur Wirkung vieler Projekte. Somit besteht weiterhin ein großer Bedarf an Projekten zur Stärkung der Gesundheitskompetenz ab dem Kindesalter.

ARBEITSGRUPPE VERTRIEBSKANÄLE

Die Arbeitsgruppe Vertriebskanäle befasste sich mit den Vertriebsangeboten unterschiedlicher Stakeholder und verschiedenen Optimierungsmöglichkeiten. Unter anderem wurde darauf hingewiesen, wie wichtig es ist, dass OTC-Herstellende ihre Produktdaten auf der Plattform Shop Index regelmäßig servicieren und aktuell halten. Als neues Angebot wurden die Optionen des Couponing-Systems des Aponow vorgestellt. Aponow wiederum, ein Unternehmen, das auch die IGEPHA-Mitgliedschaft beantragte, ist ein Shopsystem, das direkt mit den lokalen Apotheken zusammenarbeitet. Generell ist die Lieferszene in Bewegung. Douglas übernahm 2022 eine Online-Apotheke und engagiert sich seither auch im OTC-Versand. Shop-Apotheke kooperiert mit lokalen Apotheken, die bei Bedarf kurz-

fristig liefern. Daneben sind weitere Player am Markt tätig, deren Konzepte von Interesse sind. Die Arbeitsgruppe widmete sich weiters der Landschaft der Produktdatenbanken. Im Gegensatz zum Mass-Market steht in Österreich für Arzneimittel und Gesundheitsprodukte kein zentrales Datensystem zur Verfügung. Mehrere Anbieter:innen, z. B. das zentrale Warenverzeichnis, die Erstattungs-Boxen, das System der Gehaltskasse und die Großhandelssysteme, erfassen die Produkte in ihren individuellen Systemen. Diese sind allerdings nur teilweise miteinander verknüpft und zum Teil leider auch veraltet. Aus Sicht der OTC-Industrie wäre eine Vereinheitlichung, Zentralisierung und Modernisierung wünschenswert.

FACHAUSSCHUSS **WERBECODEX**



LEITUNG

Mag. Aleks Jovanovic *Klosterfrau*

SCHRIFTFÜHRERIN

Mag. Christina Nageler *IGEPHA*

STIMMBERECHTIGTE MITGLIEDER

- Mag. Bernd Assinger (Stellvertreter)
Institut Allergosan
- Mag. Thomas Fellhofer *Bayer Austria*
- Dr. Rudolf Mad *Boso*
- Mag. Oliver Uragg *Apomedica*
- Dr. Fritz Gamerith *Schwabe Austria*

STELLVERTRETER

- Dr. Hartwig Schreiber *ERWO Pharma*
- Mag. Markus Schlick *Nutropia Pharma*
- Dr. Christopher Mayr *Kwizda Pharma*
- Julia Ganglbauer, MSc *Biogena Naturprodukte*
- Dr. Bernhard Wittmann *Sigmapharm*

VORBILDlich IN DER BRANCHE

Die in der IGEPHA organisierte Self Care-Industrie hat sich dazu verpflichtet, zusätzlich zu den ohnehin strengen Gesetzen die Grundsätze des IGEPHA-Werbecodex einzuhalten.

Die Mitglieder erkennen damit an, dass es sich bei rezeptfreien Arzneimitteln und Gesundheitsprodukten um Waren besonderer Art handelt, deren Bewerbung, wie es im IGEPHA-Werbecodex dargelegt ist, nicht nur kommerzielle Aspekte berücksichtigen darf, sondern im Interesse der Volksgesundheit in einem besonderen Ausmaß den Werten einer lautereren Information unterliegt.

Diese Verantwortung nehmen Herstellende von OTC-Präparaten sehr ernst, was sich darin widerspiegelt, dass der Fachausschuss Werbecodex nur selten im Jahr zu Beratungen zusammentreten muss.

Das geschieht immer dann, wenn kritische Werbeaktivitäten beobachtet werden, die einer Klärung bedürfen.

In einem klar und straff geregelten Verfahren wird dann die vorliegende Beschwerde von den Mitgliedern des Fachausschusses Werbecodex behandelt und entschieden.

Erfreulicherweise kann in den meisten Fällen eine Einigung zwischen den Beschwerdeführenden und dem betroffenen Unternehmen herbeigeführt werden.

Insgesamt wird mit dem Instrument des IGEPHA-Werbecodex ein wichtiger Beitrag zur Sicherstellung der Seriosität von Werbung für OTC-Arzneimittel und Gesundheitsprodukte geleistet.

WERBEVERSTÖSSE 2022

NR	VERSTOSS	VORWURF	ERGEBNIS
1	Werbung in einer Broschüre zu AM und MP; Widerspruch der Werbung zu FI und GI (AM) bzw. zur Gebrauchsanweisung (MP)	§ 50a Abs. 3 und 4 AMG; § 70 MPG 2021	Werbecodex
2	Wirkungsaussage zu NEM, die nicht belegt ist; Vorwurf eines unzulässigen Health Claims	Art. 10 Abs 1 VO (EG) 1924/2006	Einigung
3	unzulässige Angaben zu Biozidprodukten; irreführende Behauptung eines Biozidproduktstatus; unzulässige Werbung mit Zertifizierungen und Normen; unzulässige Werbung mit Empfehlungen durch Mediziner:innen; Vorwurf eines Präsentationsarzneimittels ohne Zulassung	Verstoß gg Art. 69 und 72 EU-Biozidprodukte-VO; § 2 UWG	Einigung
4	Darstellung eines NEM als Arzneimittel (Präsentationsarzneimittel); Empfehlungen durch im Gesundheitswesen tätige Personen	§ 1 Abs. 1 Z. 1 AMG iVm § 7 AMG; Art. 12 lit c VO (EG) 1924/2006	Einigung
5	Darstellung eines NEM als Arzneimittel (Präsentationsarzneimittel)	§ 1 Abs. 1 Z. 1 AMG iVm § 7 AMG	Einigung
6	Darstellung eines NEM als Arzneimittel (Präsentationsarzneimittel)	§ 1 Abs. 1 Z. 1 AMG iVm § 7 AMG	Werbecodex

MITGLIEDSUNTERNEHMEN

STAND: MÄRZ 2023

ORDENTLICHE MITGLIEDER

- A. Menarini Pharma Gesellschaft mit beschränkter Haftung
- Adler Pharma Produktion und Vertrieb GmbH
- Almirall GmbH
- Angelini Pharma Österreich GmbH
- Apomedica Pharmazeutische Produkte GmbH
- Bano Health Care GmbH
- Bayer Austria Ges.m.b.H.
- Biogena Naturprodukte GmbH & Co. KG
- Bionorica Austria GmbH
- Bio-Ray AG
- BM Health GmbH
- Boso GmbH u. Co.
- C. Brady KG
- delta pronatura Handels GmbH
- Doskar e.U.
- Dr. A. & L. Schmidgall GmbH & Co. KG
- Dr. Loges Österreich GmbH
- Dr. Pfleger Arzneimittel GmbH
- Drapal GmbH
- Easypharm OTC GmbH
- ERWO Pharma GmbH
- FAMVITAL GmbH
- Fresenius Kabi Austria GmbH
- Gebro Pharma GmbH
- Genericon Pharma Gesellschaft m.b.H.
- Green Smile GmbH & Co. KG
- GSK – Gebro Consumer Healthcare GmbH
- GUPHARMA GmbH
- guterrat Gesundheitsprodukte GmbH & Co. KG
- Hermes Arzneimittel Vertriebsgesellschaft mbH
- HKS | health solutions GmbH
- Institut AllergoSan Pharmazeutische Produkte Forschungs- und Vertriebs GmbH
- Jacoby GM Pharma GmbH
- Johnson & Johnson GmbHKOSAN PHARMA GmbH
- Kwizda Pharma GmbH
- Life Light Handels GmbH
- Louis Widmer GmbH
- M. C. M Klosterfrau Healthcare GmbH
- Medice Arzneimittel GmbH
- MELASAN Produktions- & VertriebsgmbH

- Merz Consumer Care Austria GmbH
- Merz Pharma Austria GmbH
- MM Biokosmetik & Naturprodukte GmbH
- Mylan Österreich GmbH (A Viatrix Company)
- Natural Products & Drugs GmbH
- Natur Vital Handels GmbH
- Nicapure Micronutrition GmbH
- NimmNEM GmbH
- Nutropia Pharma GmbH
- Omega Pharma Austria Health Care GmbH
- Opella Healthcare Austria GmbH
- Orthomol GmbH
- Panaceo International GmbH
- Pascoe pharm. Präparate GmbH
- Pelpharma Handels G.m.b.H.
- Pharmazeutische Arbeitsgemeinschaft Rat & Tat GmbH
- Pharmazeutische Fabrik Montavit Ges.m.b.H.
- pro medico HandelsGmbH
- Procter & Gamble Germany GmbH & Co Operations oHG
- Queisser Pharma Austria GmbH
- Ratiopharm Arzneimittel Vertriebs-GmbH
- Reckitt Benckiser Austria GmbH
- REGENAPLEX GmbH
- Richter Pharma AG
- s.a.m. PHARMA Handel GmbH
- Sanamed Import- und Handelsges.m.b.H.
- Sanova Pharma GesmbH
- Schülke & Mayr GmbH
- Schwabe Austria GmbH
- Servier Austria GmbH
- Sidroga Gesellschaft für Gesundheitsprodukte mbH
- Sigmapharm Arzneimittel GmbH
- Stada Arzneimittel GmbH
- Terrapharm Pharmazeutische Produktions- und Handelsges.m.b.H
- TLL The Longevity Labs GmbH
- Trigal Pharma GmbH
- Volopharm GmbH
- Weleda Ges.m.b.H.& Co. KG

AUSSERORDENTLICHE MITGLIEDER

- Agentur wundermild e.U.
- ApoNow GmbH
- ÄrzteKrone Verlagsgesellschaft mbH
- BDI-BioLife Science GmbH
- Dr. Eszter Aykler
- Diapharm Austria GmbH
- DiLAB42 GmbH
- Drehm Pharma GmbH
- Eblinger & Partner Personal- und Managementberatungs GmbH
- Eumedia Werbegesellschaft mbH
- first pharma J.M.T. GmbH
- GS1 Austria GmbH
- Health Care Consulting GmbH
- Healthcare D3 GmbH
- Herba Chemosan Apotheker-AG
- IDS Media GmbH
- INSIGHT Health GmbH
- IQVIA Information Solutions GmbH
- Kleine Zeitung GmbH & Co KG
- Kwizda Pharmahandel GmbH
- MedTriX GmbH
- NetDoktor GmbH
- Österreichische Apotheker-Verlagsgesellschaft m.b.H.
- Österreichische Pharmazeutische Gesellschaft
- Pfizer Corporation Austria GmbH
- Phoenix Arzneiwarengroßhandlung GesmbH
- Plutotransit Pharmaconsulting
- PRSG Pharmaceutical and Regulatory Services GmbH
- RMA Gesundheit GmbH
- S3 Consulting Messner e. U.
- Spectra Marktforschungsgesellschaft mbH
- Talentor Austria GmbH
- Xcellen.com
- y-doc, Wartezimmer TV, M. F. Richter e.U.

IMPRESSUM

IGEPHA Jahresbericht 2022

Verantwortlich für den Inhalt: IGEPHA – The Austrian Self Care Association, Kärntner Straße 26/

Marco-d'Aviano-Gasse 1, 1010 Wien Tel.: +43 1914 95 12, Fax: +43 1 914 95 12-12 | office@igepha.at

www.igepha.at | Redaktion und Gestaltung: IGEPHA | Fotos: IGEPHA, Katharina Schiffl, Helmreich/Futura, Michael

Schreiber, Martin Schlegl, Hans Schubert, Christian Hartl, POV – Robert Herbst, Adobestock/Pixel-Shot, privat |

Illustrationen: Adobestock/Yazmn, Shutterstock/Viktoria Kurpas, Shutterstock/GOLDMAN99 | Grafik: Saskia Kisling,

Wien und Susanne Keuschnig, Obervellach | Druck: Johann Sandler GesmbH & Co KG, www.sandler.at



PEFC zertifiziert

Dieses Produkt
stammt aus
nachhaltig
bewirtschafteten
Wäldern und
kontrollierten Quellen

www.pefc.at

IGEPHA
The Austrian Self Care Association