

apoFokus

Gesundheitsthemen im Blickpunkt



Chronic Care – eine 10 Mrd. Euro Nische

- > Stoma-, Kontinenz- und Wundmanagement – ein Markt?
- > Oligopolistische Strukturen und hohe Margen
- > Intensiver Wettbewerb um Patienten

Titelfoto: Thinkstock, Kollektion iStock, Fotograf: Palto

Die Deutsche Apotheker- und Ärztebank eG (im Folgenden auch apoBank genannt), Düsseldorf, wird beaufsichtigt durch die Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin), Graurheindorfer Straße 108, 53117 Bonn und die Europäische Zentralbank (EZB), Sonnemannstraße 20, 60314 Frankfurt am Main.

Die in diesem apoFokus enthaltenen Informationen stellen keine Anlageberatung dar. Sie zielen nicht auf das individuelle Anlageprofil des Empfängers ab, sondern enthalten allgemeine Informationen, die eine selbstständige Anlageentscheidung erleichtern sollen. Mit dem apoFokus ist keine Aufforderung zum Kauf oder Verkauf verbunden.

Der apoFokus beruht auf von uns nicht überprüfbaren, allgemein zugänglichen Quellen, die wir für zuverlässig halten. Die vorliegende Publikation gibt unsere unverbindliche Auffassung über den Markt und die Produkte zum Zeitpunkt des Redaktionsschlusses wieder. Die Inhalte sind sorgfältig recherchiert. Eine Haftung/Gewähr für die Richtigkeit und Vollständigkeit kann im Einzelfall aber nicht übernommen werden.

Nachdruck nur mit Genehmigung der Deutschen Apotheker- und Ärztebank.

Inhalt

Zusammenfassung	4
Einleitung	5
Kennzeichen des Chronic Care Marktes	7
Die Chronic Care Segmente: Wundmanagement, Stoma- und Kontinenzversorgung	15
Fazit	25

Zusammenfassung

Zusammenfassung

Chronic Care – mehr als nur eine Nische

Chronic Care – beim ersten Hören oder Lesen mag die Versorgung chronischer Krankheiten aus Kapitalmarktsicht nicht fesselnd klingen. Die Charakteristika des Marktes zeigen aber, dass es sich für Anleger durchaus lohnen kann, einen Blick hinter die Kulissen und auf die beteiligten Unternehmen zu werfen.

Oligopolistische Strukturen, hohe Margen

Auf den folgenden Seiten geht es um drei Segmente der Medizintechnik: das Management chronischer Wunden, die Stoma- und die Kontinenzversorgung. Mit einer Größe von insgesamt über 10 Mrd. Euro ist der Chronic Care Markt dabei weit mehr als nur eine Nische.

Langjährige Bindung von Patienten und Unternehmen

Der Chronic Care Markt ist durch oligopolistische Strukturen gekennzeichnet. Eine Handvoll Akteure teilt den Markt weitestgehend unter sich auf, wodurch attraktive Margen erzielt werden können. Innerhalb dieses kleinen Anbieterkreises ist der Wettbewerb hoch, auch weil eine Differenzierung über die Produkte nicht einfach ist. Gleichzeitig ist die Gefahr durch Substitute oder den Eintritt neuer Wettbewerber als gering einzuschätzen, da es enorme Ressourcen brauchen würde, um ein schlagkräftiges Vertriebsnetz von Grund auf neu aufzubauen.

Ziel der Entwicklungen: So viel Alltag wie möglich

Aus Unternehmenssicht ist eines der wichtigsten Merkmale des Chronic Care Marktes die langjährige Behandlungsdauer. Dies macht jeden einzelnen Patienten zum attraktiven Kunden, sorgt er doch über einen langen Zeitraum für regelmäßige Umsätze. Darüber hinaus ist die Loyalität, hoch und die Wechselquoten sind sehr gering, wenn sich ein Patient einmal an die Produkte eines bestimmten Herstellers gewöhnt hat.

Die Vertriebswege wandeln sich

Damit die Kundenbindung auch langfristig Erfolg haben kann, müssen die Hersteller von Chronic Care Produkten die Bedürfnisse der Patienten erfüllen. Das ist in erster Linie der Wunsch, ein Leben mit möglichst wenigen Einschränkungen zu führen. Deswegen spielen neben medizinischen Notwendigkeiten auch Alltagstauglichkeit und Anwenderfreundlichkeit eine Rolle für die Produktentwickler.

Einleitung

Beim Stichwort Medizintechnik denken viele Menschen schnell an Mikroskope, MRT-Geräte oder Operationsroboter – Hightech-Maschinen, die die Behandlung verschiedenster Krankheiten besser machen sollen. Doch nicht nur in großen Kliniken und Operationssälen wird Medizintechnik gebraucht; in Deutschland benötigen tausende Menschen tagtäglich Produkte, die sie durch den Alltag begleiten. Diese Produkte werden insbesondere dann wichtig, wenn es um Krankheiten oder Einschränkungen geht, die nicht über eine kurze Zeit heilbar sind, sondern den Patienten über einen längeren, oft lebenslangen Zeitraum begleiten und deshalb auch als chronisch (vom griechischen *chronikós* = zeitlich lang) bezeichnet werden.

Es gibt zahlreiche chronische Krankheiten, die unmöglich in einer überschaubaren Abhandlung erläutert werden könnten. In diesem apoFokus sollen deshalb gezielt die Teilmärkte herausgefiltert werden, die der Kapitalmarkt als „Chronic Care“ versteht.

Chronic Care – was ist das

**Chronic Care: Stoma,
Kontinenz, Wundversorgung**

Wenn am Kapitalmarkt von Chronic Care, also von der angemessenen Versorgung chronischer Krankheiten, gesprochen wird, dann sind in erster Linie drei Teilmärkte gemeint:

- > Stoma: Die Anlage von künstlichen Darm- und Blausausgängen, insbesondere die anschließende Versorgung mit Stomabeuteln und den zugehörigen Pflegeutensilien
- > Kontinenz: Hauptprodukt sind intermittierende, d. h. nicht pausenlos eingesetzte Katheter
- > Wundversorgung: Hier geht es um modernes Wundmanagement, d. h. die Versorgung chronischer Wunden wie z. B. dem diabetischen Fußgeschwür

Die einzelnen Teilmärkte werden an späterer Stelle genauer erläutert. Deutlich werden soll jedoch schon hier, dass es nicht um Medikamente geht, sondern um Medizintechnik, die bei der Behandlung dieser drei chronischen Krankheitsfelder benötigt wird. Schwerpunkt dieses apoFokus ist also die Betrachtung der Hersteller von Versorgungstechnik. Die medizinischen Produkte sind nur ein Glied der Versorgungskette. Die zur Rehabilitation und Lebensbewältigung unabdingbaren Pflegekräfte und die benötigte soziale und physische Unterstützung sind ebenso essenziell für eine ganzheitliche Behandlung. Für

Einleitung

den Kapitalmarkt sind sie jedoch insofern weniger interessant, als dass es kaum gezielte Investitionsmöglichkeiten gibt.

Die Zuordnung der augenscheinlich unabhängigen Teilmärkte kommt dabei nicht von ungefähr, sondern resultiert aus der Ausrichtung der Unternehmen, die hier aktiv sind und sich auf die Chronic Care Märkte spezialisiert haben. So erklärt sich vielleicht auch, dass ebenfalls unter deutschen Anlegern von „Chronic Care“ anstelle der deutschen Übersetzung „chronische Versorgung“ gesprochen wird, sitzen die tonangebenden Medizintechnik-Produzenten doch im Ausland.

Neben der Einordnung durch den Kapitalmarkt zeigt auch der Zusammenschluss von Pflegekräften in Verbänden wie der Fachgesellschaft Stoma, Kontinenz und Wunde e.V. (FgSKW), dass die Zusammenfassung logisch ist.

Ziele von Chronic Care

So liefert die FgSKW im Entwurf ihres Berufsbildes eine klare Definition der Ziele von Chronic Care: „Leitziel der Stoma-, Kontinenz- und Wundtherapie ist die größtmögliche physische, psychische und soziale Rehabilitation der Betroffenen sowie ihre Versorgungsselbständigkeit. Ihnen soll ein selbstbestimmtes, autonomes Leben und die Wiedereingliederung in das gewohnte Umfeld und den Beruf ermöglicht werden.“

Ziel der Versorgung ist also die Herstellung der größtmöglichen Autonomie der Patienten, so dass sie nicht nur ein selbstbestimmtes Leben führen können, sondern nach Möglichkeit auch den gewohnten Beruf wahrnehmen können. Da bei den Patienten häufig Multimorbiditäten vorliegen, ist eine umfassende Ausbildung der Pflegekräfte notwendig, die z. B. auch in die Ernährungstherapie, Schmerztherapie oder Palliativmedizin reichen kann. Die Behandlung soll also im Sinne einer ganzheitlichen Therapie erfolgen. Zum „Pflegeexperten SKW“ (Stoma, Kontinenz, Wunde) können sich ausgebildete Gesundheits- und KrankenpflegerInnen in der Regel nach zwei Jahren Berufserfahrung weiterbilden lassen.

Kennzeichen des Chronic Care Marktes

Synergien verschiedener Art:	Das Bereiche wie Stoma- und Wundversorgung sich unter einem Dach wiederfinden, erklärt sich auch dadurch, dass die Bereiche mehr gemein haben, als man auf den ersten Blick denken mag. Dabei sind die Gemeinsamkeiten mehr betriebswirtschaftlicher als medizinischer Natur.
Forschung, ...	Das betrifft zum einen technologische Aspekte: Patienten müssen sich sowohl bei Pflastern aus dem Wundbereich wie auch bei Stomabeuteln darauf verlassen können, dass der verwendete Kleber ausreichend Halt bietet und nicht abreißt. Bei der Erforschung und Entwicklung neuer Materialien können so Synergien erzielt werden; genauso kann die Produktion in vielen Teilen kostenoptimiert werden.
Produktion/Vertrieb, ...	Zum anderen macht es aus vertrieblicher Sicht Sinn, Produkte aus verschiedenen Bereichen zu bündeln, wenn sie sich gemeinsam vertreiben lassen oder die Logistik kombiniert werden kann. Und genau das ist im Chronic Care Markt der Fall, wenn beispielsweise die Krankenschwester in ihrer täglichen Arbeit sowohl mit Pflastern als auch mit Kathetern in Berührung kommt. Ganz nach dem „Cross Selling“ Prinzip macht es hier wenig Sinn, zwei verschiedene Vertriebskräfte zum Kunden zu schicken oder zwei getrennte Lieferungen zu veranlassen.
und Einkauf	Zu guter Letzt sind die verwendeten Rohmaterialien oftmals dieselben, so dass auch hier die Bündelung Sinn macht, um bessere Einkaufskonditionen erzielen zu können und Preismacht zu erlangen.
Kundenbindung ist enorm wichtig	<p>Laut Coloplast, dem dänischen Marktführer in der Herstellung von Stomabeuteln, nutzt ein Stoma-Patient die zugehörigen Beutel über einen Zeitraum von mehr als zehn Jahren. Patienten, die auf nicht-permanente Katheter angewiesen sind, nutzen diese im Schnitt sogar über 30 Jahre. Dabei zeigt die Erfahrung, dass Patienten ihren Produkthanbieter nur sehr selten wechseln, sei es aus Unwissenheit, Gewohnheit oder der Angst, dass Produkte von Wettbewerbern nicht so gut funktionieren.</p> <p>Aus wirtschaftlicher Sicht ist es deshalb enorm wichtig, den Patienten beim ersten Kontakt für das eigene Produkt zu gewinnen, um so die Basis für regelmäßig wiederkehrende Umsätze zu legen. Das gilt für Wundversorgung in begrenztem Maße, für Stoma- und Kontinenzversorgung dafür umso mehr. Neben der Attraktivität wiederkehrender Umsätze schafft die hohe Loyalität der Patienten auch sehr hohe Eintrittsbarrieren für Wettbewerber.</p>

Kennzeichen des Chronic Care Marktes

Markttreiber

Der Chronic Care Markt konnte in den vergangenen Jahren stärker wachsen als die Weltwirtschaft. Profitiert haben die Unternehmen dabei von verschiedenen Wachstumstreibern, die auch heute noch Rückenwind geben. Dazu gehören:

Demografie

Viele Bereiche des Chronic Care Marktes adressieren Leiden, die vermehrt ältere Menschen betreffen. Deswegen profitiert der Markt von der Alterung der Bevölkerung. Es gibt immer mehr ältere Menschen, die auch immer länger leben. Der Effekt auf den Chronic Care Markt wird noch dadurch verstärkt, dass die Lebenserwartung bei Patienten mit Krankheiten wie Multipler Sklerose aufgrund der verbesserten Behandlungsmöglichkeiten ansteigt, so dass die Behandlungszeiträume für den Durchschnittspatienten im Chronic Care Markt länger werden.

Schwellenländer

In zahlreichen Schwellenländern erhalten nach und nach immer mehr Menschen Zugang zu medizinischer Versorgung, weil Länder wie Indien oder China ihre Gesundheitssysteme systematisch ausbauen. Das stärkt die Nachfrage insgesamt, auch wenn vielfach andere Produkte als in den entwickelten Ländern angeboten werden müssen, da die Zahlungskraft nicht gleich hoch ist. Hier müssen die Unternehmen zwischen Wachstum und Profitabilität abwägen.

Lebenswandel

Viele chronische Krankheiten, wie z. B. Diabetes, hängen in vielen Fällen vom Lebenswandel der Patienten ab. Bewegungsarmut und schlechte Ernährung fördern deshalb das Wachstum der verschiedenen Chronic Care Segmente, insbesondere in der Wundtherapie.

Natürlich gibt es aber auch Entwicklungen, die das Marktwachstum hemmen:

Medizinischer Fortschritt

Durch bessere Früherkennung und neue Operationstechniken wird der Patientenstrom gebremst, weil beispielsweise die Anlage eines Stomas verhindert werden kann. Das ist zwar im Sinne des Patienten und des Gesundheitssystems insgesamt, wirkt sich aber negativ auf die Umsätze von Stomabeuteln aus.

Regulierung

Angespannte Haushaltslagen können in einzelnen Ländern dazu führen, dass Erstattungen gekürzt oder Beschaffungsprozesse geändert werden. In den letzten Jahren hat sich der Kostendruck von Seiten der Bezahler, d. h. der privaten oder öffentlichen Krankenversicherungen in Grenzen gehalten, auch weil der Anteil von Chronic Care an den gesamten Gesundheitsausgaben

Wettbewerb

überschaubar und die Preisentwicklung im Gegensatz zu Medikamenten nicht ausgefertigt ist, während die medizinische Notwendigkeit gleichzeitig unbestreitbar ist. Trotzdem führen die verschiedenen Anpassungen zu einem leichten Gegenwind auf das Wachstum, dem die Hersteller mit Neuentwicklungen zu begegnen versuchen.

Viele Produkte scheinen für den Patienten vergleichbar. Deswegen ist es für die Hersteller wichtig, sich in das Bewusstsein der Patienten bzw. der Krankenschwestern, Ärzte, etc. zu bringen. Dafür müssen sie entsprechend viel in Marketing und Werbung investieren, was sich negativ auf die Profitabilität auswirkt.

Insgesamt ermöglichen diese verschiedenen Treiber ein Marktwachstum von 4 % - 6 %, schätzen die beteiligten Unternehmen. Die Chancen stehen damit gut, dass der Chronic Care Markt auch in den kommenden Jahren stärker wächst als die Weltwirtschaft – und das bei einer deutlich geringeren Konjunkturabhängigkeit.

Regulierung und Kostenerstattung**Erstattung grundsätzlich wohlwollend, aber Risiko für Kürzungen besteht**

Produkte aus dem Bereich Chronic Care werden im Allgemeinen von den gesetzlichen und privaten Krankenkassen erstattet. Die genaue Ausgestaltung und die Erstattungsbeträge unterscheiden sich von Land zu Land enorm, die von den Patienten zu leistenden Zuzahlungen sind jedoch in den entwickelten Ländern grundsätzlich gering.

Im Vergleich mit anderen Gesundheitskosten wie Medikamenten oder Krankenhausaufenthalten machen die Produkte nur einen recht kleinen Teil der Gesamtkosten aus und stehen deshalb eher selten im Fokus der Regulierer. Trotzdem schlagen sich die angespannten Haushaltslagen in vielen Ländern natürlich auch in den Erstattungen nieder, und die Abhängigkeit von oft nur einem (staatlichen) Kostenerstatter erzeugt ein gewisses Risiko.

Schätzungen gehen von ca. 1 % Preiserückgang p. a. aus

ConvaTec und Coloplast nehmen an, dass Änderungen aus der Regulierung im Schnitt zu einem Preiserückgang von etwa 1 % pro Jahr führen.

Für die Aktienkurse bergen solche Entwicklungen dann Risiken, wenn sie vom Markt nicht antizipiert werden und deshalb für unerwartete, kurze Rücksetzer bei Wachstum und Profitabilität sorgen.

Kennzeichen des Chronic Care Marktes

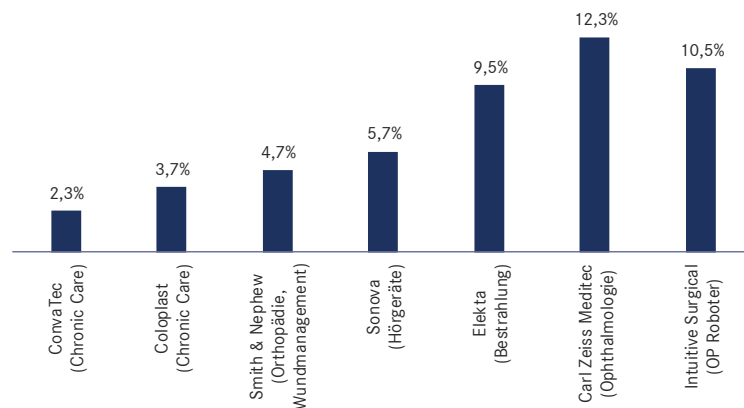
Ein profitables Geschäft

Auch wenn Chronic Care nicht direkt ansprechend klingen mag – die in diesem Segment erzielten Gewinne sind es auf jeden Fall, denn der Sektor ist für die beteiligten Unternehmen hochprofitabel, und die erzielbaren Margen sind attraktiv. Grund hierfür ist die in vielen Teilbereichen oligopolistische Struktur des Chronic Care Marktes, d. h. eine Handvoll Wettbewerber kontrollieren große Marktanteile und haben dementsprechend verhältnismäßig große Verhandlungsmacht. Außerdem hat keiner der Anbieter Interesse an einem ausgeprägten Preiskampf, so dass die Preisrückgänge sich zumindest in der Vergangenheit in Grenzen gehalten haben – anders als etwa bei Generika-Medikamenten, die teilweise unter zweistelligem Preisdruck leiden.

**Oligopolistische Strukturen
+ günstige Forschung
= hohe Margen**

Zuträglich sind der Profitabilität auch die im Vergleich mit anderen Medizintechnikunternehmen sehr geringen Ausgaben für Forschung und Entwicklung. Wie in der Grafik zu sehen ist, geben Chronic Care Unternehmen wie Coloplast oder ConvaTec etwa 2 % - 4 % des erzielten Umsatzes für die Forschung aus – deutlich weniger als beispielsweise in der Ophthalmologie, wo diese Rate oft zweistellig ist. Auf die Gewinne wirken sich die niedrigen Ausgaben zumindest kurzfristig natürlich positiv aus; doch sollte diese Konstellation nicht ganz unkritisch gesehen werden. Denn auf der anderen Seite sind die niedrigen Forschungsausgaben auch Ausdruck des begrenzten Innovationspotenzials in vielen Teilen des Chronic Care Marktes.

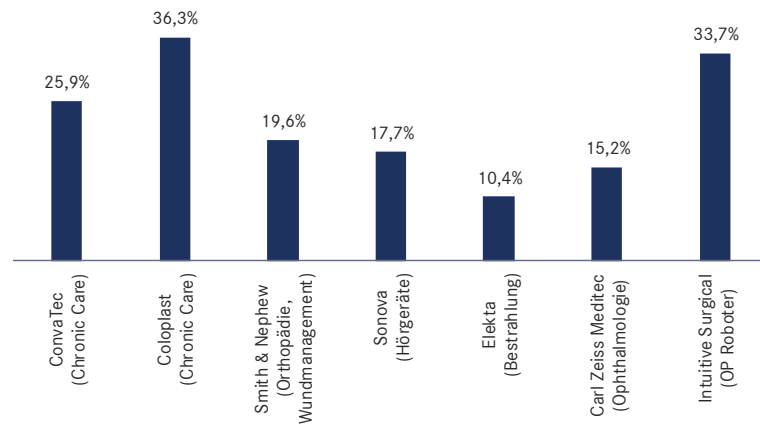
Ausgaben für Forschung und Entwicklung in der Medizintechnik
(in % vom Umsatz, GJ 2017)



Quelle: Geschäftsberichte

Kennzeichen des Chronic Care Marktes

Profitabilität in der Medizintechnik
(in % vom Umsatz, GJ 2017, adjustiert um Sondereffekte)



Quelle: Geschäftsberichte

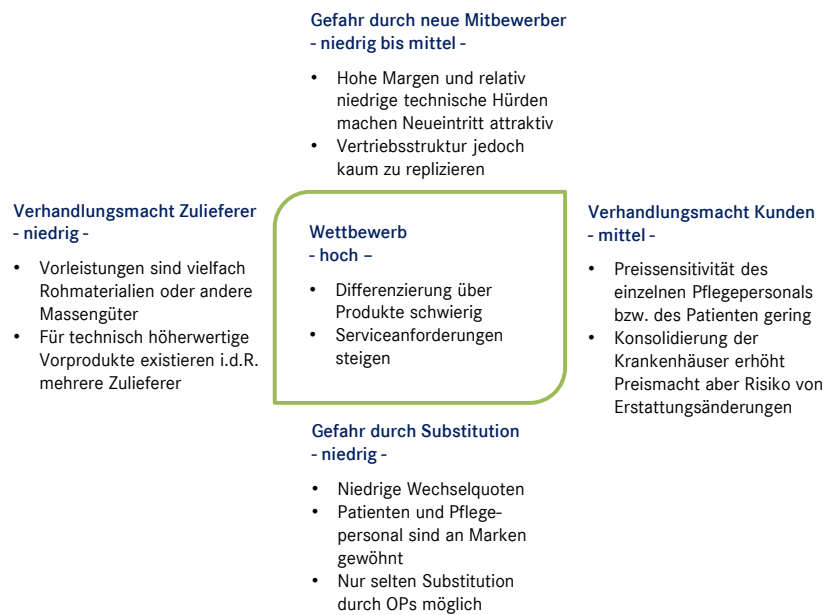
Steigerung der Profitabilität durch Produktion in Niedriglohnländern

Ein großer Kostenblock im Vertrieb von Medizintechnik ist die Produktion der verkauften Güter selbst. Da die großen Chronic Care Spieler ihren Sitz allesamt in Ländern mit hohen Lohnkosten haben (Coloplast in Dänemark, ConvaTec und Smith & Nephew in Großbritannien, Hollister in den USA), haben sie ihre Produktion in den letzten Jahren vermehrt ins Ausland verlagert. So produziert beispielsweise Coloplast mittlerweile nur noch 4 % seines Volumens in Dänemark, die Massenfertigung findet in Ungarn (72 % des Volumens) und China (18 %) statt.

BRANCHENSTRUKTURANALYSE (PORTER'S 5 FORCES)

Um zu beurteilen, ob ein Markt aus Unternehmenssicht interessant ist, bietet sich die auf der folgenden Seite dargestellte Branchenstrukturanalyse nach Michael Porter, auch bekannt als 5 Forces Modell, an.

Kennzeichen des Chronic Care Marktes



Hohe Eintrittsbarrieren durch aufwendige Vertriebsstruktur

Ein wichtiges Kriterium der Analyse ist die Gefahr des Markteintritts neuer Wettbewerber. Im Chronic Care Markt scheinen die Eintrittsbarrieren verhältnismäßig hoch zu sein; dass zusätzliche Unternehmen in den Markt drängen, ist also wenig wahrscheinlich.

Zwar ziehen hohe Margen und das langfristige Wachstumspotenzial natürlich begehrliehe Blicke auf sich, und auch die technischen Hürden sind geringer als etwa bei der Entwicklung eines neuen Linearbeschleunigers zur Krebsbestrahlung. Doch die Vertriebsstruktur ist aufwendig und kompliziert, und es dauert Jahre, das Vertrauen des medizinischen Pflegepersonals zu gewinnen. Deswegen ist die Gefahr, dass weitere namhafte Spieler in den Markt eintreten, derzeit als niedrig bis mittel einzuschätzen.

Zulieferer haben kaum Preismacht

Anders als zum Beispiel in der Autoindustrie haben die Zulieferer im Chronic Care Markt nur sehr begrenzte Verhandlungsmacht. Zu großen Teilen sind die Vorprodukte Massenware und deshalb aus vielen Quellen zu beziehen. Und bei produktionstechnisch anspruchsvolleren Lieferteilen sichern sich die Chronic Care Unternehmen durch die Auswahl von mindestens zwei Zulieferern ab. Von dieser Seite droht also wenig Ungemach.

Der einzelne Patient kann nicht verhandeln, die Krankenversicherung schon

Kniffliger ist hingegen das Machtgefüge gegenüber den Kunden bzw. den Zahlern. Denn auch wenn der einzelne Patient keinerlei Verhandlungsmacht hat, so können die Krankenhäuser, OP-Zentren, Sanitätshäuser oder andere Abnehmer großer Stückzahlen schon eher auf Rabatte hoffen. Vor allem in den USA lässt sich seit Jahren eine Konsolidierungswelle unter den Krankenhäusern beobachten, so dass der Druck von Seiten der Kunden zunimmt. Da der Markt auf Abnehmerseite aber immer noch stark fragmentiert ist, ist die Verhandlungsmacht der Kunden insgesamt als mittel einzustufen.

Auch wenn sie keine direkten Kunden sind, sollten sich Investoren an dieser Stelle einmal mehr die Rolle der Kostenerstatter bewusst machen, die einen enormen Druck auf die Preise ausüben können. Das gilt umso mehr für Länder wie Deutschland, die von gesetzlichen Krankenversicherungen geprägt sind, welche weite Teile der Bevölkerung abdecken.

Substitute sind keine Gefahr

In einigen Bereichen der Medizintechnik haben Patienten durchaus die Wahl zwischen mehreren Behandlungsmodalitäten. So können sie im Falle eines fehlenden Zahnes überlegen, ob sie eine kostengünstige Brücke oder ein langlebigeres, meist aber teureres, Implantat wollen. Oder sie können sich bei Augenkrankheiten zwischen einer Laser-OP oder einer Brille entscheiden. Bei chronischen Krankheiten verhält es sich anders. Denn nur in wenigen Fällen haben die Patienten die Wahl zwischen einer Operation und der dauerhaften Anlage eines Stomas oder der langwierigen Wundpflege. Deswegen gibt es im Grunde kaum Substitutionsmöglichkeiten – ein für die Patienten unglücklicher Umstand, für die Hersteller von Versorgungsprodukten aber eine verlässliche Einnahmequelle.

Intensiver Wettbewerb innerhalb der Branche

Bisher zeigt die Branchenstrukturanalyse also ein günstiges Bild für die Hersteller von Chronic Care Artikeln, was die Einflüsse von außen angeht. Innerhalb der Branche herrscht jedoch ein stark ausgeprägter Wettbewerb. Die Möglichkeiten, sich über Produkte zu differenzieren, sind begrenzt. Die Unternehmen versuchen kontinuierlich, die Anwenderfreundlichkeit zu erhöhen und die medizinischen Resultate zu verbessern, doch der Spielraum für wegweisende Innovationen scheint begrenzt. Deswegen ist ein erheblicher Marketingaufwand nötig, um sich im Bewusstsein der Kunden von der Konkurrenz abzuheben.

Außerdem nehmen die Anforderungen der Kunden stetig zu, was Lieferzeiten, Verfügbarkeit von Produkten und sonstigen Service betrifft. Deswegen müssen die Chronic Care Unternehmen bedeutende finanzielle und organisatorische Maßnahmen unternehmen, um sich im Wettbewerb zu behaupten.

Kennzeichen des Chronic Care Marktes

NEUE WEGE IM VERTRIEB

Der Erstkontakt der Patienten mit Produkten aus dem Bereich Wundmanagement, Stoma- oder Kontinenzversorgung wird in aller Regel über das Pflegepersonal hergestellt, die den Katheter oder Stomabeutel ihrer Wahl aussuchen. Der Patient an sich hat kaum Einfluss auf die Entscheidung. Deswegen ist es für die Hersteller von Versorgungsmaterialien wichtig, so früh wie möglich in die Behandlungskette einzusteigen. Denn wenn sich das medizinische Fachpersonal einmal an die Produkte eines bestimmten Herstellers gewöhnt hat, wird es nur bei einer deutlichen Unzufriedenheit die Mühe in Kauf nehmen, den Umgang mit neuen Produkten zu erlernen. Das heißt für die Produzenten, dass sie sich an allen Punkten in Stellung bringen müssen, an denen medizinisches Fachpersonal und Patient zusammenkommen. Neben den Krankenhäusern sind das Rehabilitationseinrichtungen, stationäre und ambulante Pflegedienste, aber auch Sanitätshäuser und Apotheken.

Aufmerksamkeit der Unternehmen verlagert sich von Pflegepersonal auf Patienten

Die Patienten selbst haben meist keinerlei Ahnung, welche Hersteller oder Produktportfolios zur Auswahl stehen, geschweige denn kennen sie die einzelnen Stärken und Schwächen. Diese Konstellation versuchen die Hersteller zunehmend durch Vertriebsaktivitäten in Richtung der „Endkunden“, sprich Patienten, aufzuweichen und investieren in Aufklärungs- und Kundenbindungsmaßnahmen. ConvaTec hat hierzu sein „Me+“ Programm ins Leben gerufen, und auch Coloplast und Hollister haben mit „Care“ bzw. „Secure Start“ ähnliche Programme. Mit diesen breiteren Vertriebsansätzen wollen die Unternehmen die Patienten stärker in die Kaufentscheidung einbinden. Ziel der Programme ist es, sich die Loyalität der Patienten zu sichern, z. B. durch kostenlose Probeexemplare, Anwendungstipps oder sonstige Produktinformationen, sei es über Call Center, das Internet oder andere Medien.

Die Chronic Care Segmente:
Wundmanagement, Stoma- und Kontinenzversorgung

Die Chronic Care Segmente: Wundmanagement, Stoma- und Kontinenzversorgung

Wie eingangs beschrieben, gliedert sich der Chronic Care Markt in die Segmente modernes Wundmanagement, Stoma- und Kontinenzversorgung, die im Folgenden genauer unter die Lupe genommen werden sollen.

Moderne Wundversorgung

Mehr als einfache Pflaster

Zum Chronic Care Markt gehört auch die moderne Wundversorgung. Hierbei geht es aber nicht um handelsübliche Pflaster für aufgeschürfte Knie, sondern um weit mehr. Denn Tausende von Patienten haben mit Wunden zu kämpfen, die nicht oder nur über einen sehr langen Zeitraum abheilen und damit als chronisch bezeichnet werden können. Das gilt beispielsweise für Dekubitus (Wundliegen), diabetische Fußgeschwüre und andere Arten von „offenen Beinen“. Derartige Symptome können nicht mit einfachen Pflastern oder Mullbinden versorgt werden, da sie häufig viel Flüssigkeit produzieren, eine gewisse Größe mit sich bringen und einer erhöhten Infektionsgefahr ausgesetzt sind. Deswegen ist bei diesen Indikationen Bedarf für höherwertige Produkte gegeben wie Wundverbände mit Silberbeimischung, antibakteriellen Eigenschaften oder Unterdruckfunktion. Auch Schaumstoffe mit antimikrobiellen Reagenzien kommen zur Anwendung, genauso wie gelbildende Verbände. Ziel ist es im Allgemeinen, ein feuchtes, warmes und keimfreies Wundmilieu zu schaffen, um die Heilung so schnell und problemlos wie möglich zu gestalten.

Modernes Wundmanagement: Unterdrucktherapie, gelbildende Schaumverbände, Alginate und vieles mehr...



Quelle: ConvaTec, Coloplast, Smith & Nephew, Mölnlycke

Wachstumsprognose: 5 % p. a.

Analysten schätzen die Größe des Marktes für solche fortschrittlichen Wundheilungspräparate auf etwa 5 Mrd. Euro und erwarten für die nächsten Jahre ein Wachstum von etwa 5 %. Das Wachstum in diesem Teilsegment wird neben der Demografie noch mehr vom Lebenswandel der Menschen getrieben. So ist das diabetische Fußsyndrom (an dem nach wissenschaftlichen Studien

Die Chronic Care Segmente:

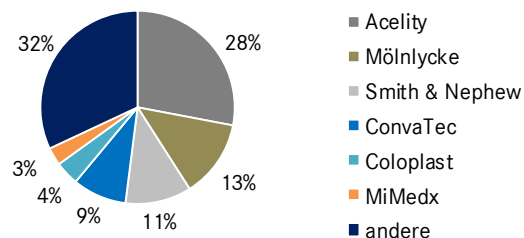
Wundmanagement, Stoma- und Kontinenzversorgung

bis zu 15 % aller Diabetiker leiden) und daraus hervorgehende Geschwüre eines der Hauptbehandlungsfelder. Der Markt profitiert also vom oft ernährungsbedingtem Anstieg der Diabetes-Patienten. Gleiches gilt auch für „offene Beine“ (ulcus cruris), deren Entstehung und Heilung unter anderem durch Rauchen, Übergewicht und Mangelernährung begünstigt wird. So erklärt sich auch, weshalb Wundmanagement als Markt für chronische Krankheiten gilt. Führt man sich vor Augen, wie sehr sich „westliche Ernährung“ in vielen Entwicklungsländern durchsetzt, so ist davon auszugehen, dass der Patientenstrom in den nächsten Jahrzehnten eher weiter zunimmt.

Neben dem reinen Volumenwachstum versuchen die Unternehmen, ihre Profitabilität durch den Verkauf von höherwertigen Materialien zu steigern. Das einfachste Beispiel hierfür ist der Austausch von klassischen Mullbinden gegen Pflaster, die Wundsekret absorbieren und so eine schnellere Heilung fördern.

Der Markt für modernes Wundmanagement wird von einer Handvoll international tätiger Unternehmen dominiert, die dieses attraktive Segment unter sich aufteilen. Das größte Subsegment ist dabei die Unterdruck-Wundtherapie, von der sich viele Hersteller das meiste Wachstum versprechen. Hierbei sollen Wundflüssigkeit und abgestorbene Zellen von der Wunde entfernt und so die Heilung gefördert werden.

Modernes Wundmanagement: Marktanteile



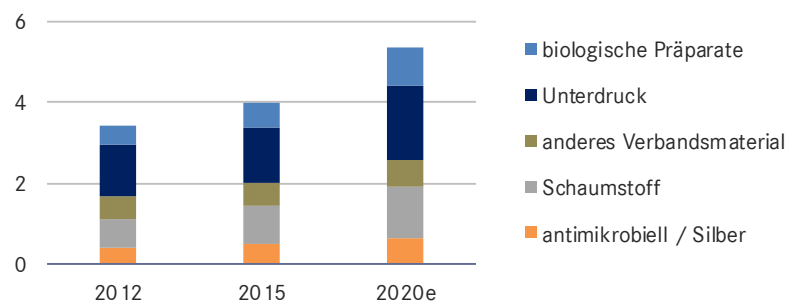
Stand: 2016, Quelle: ConvaTec, BioMedGPS, FMI

Neben dem medizinischen Nutzen versuchen die Entwickler auch, die Unannehmlichkeiten für den Patienten so gering wie möglich zu halten. Das wird zum Beispiel erreicht, indem Pflaster so designt werden, dass sie möglichst wenig an der Wunde kleben bleiben, gleichzeitig aber ausreichend haften.

Die Chronic Care Segmente:
Wundmanagement, Stoma- und Kontinenzversorgung

Zudem spielt die Wirtschaftlichkeit eine Rolle: Moderne Schaumstoffverbände können bis zu sieben Tage lang getragen werden, so dass der mit dem Wechsel verbundene Besuch beim Arzt weniger häufig erfolgen muss. Das ist nicht nur bequemer für den Patienten, sondern entlastet auch das Budget der Krankenkassen – auch wenn Unternehmen wie Smith & Nephew für solche Produkte natürlich einen Preisaufschlag verlangen.

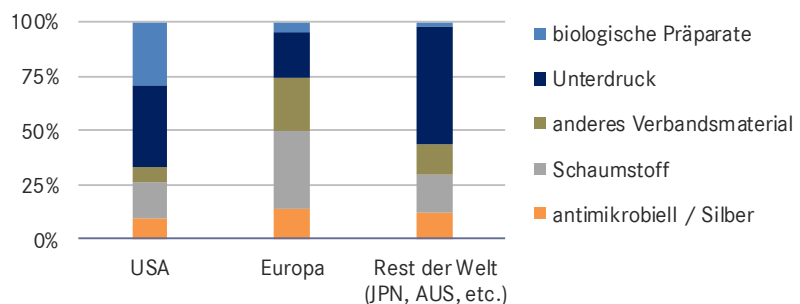
Wundmanagement: Marktsegmentierung (Marktgröße in Mrd. Euro)



Stand: 2016, Quelle: ConvaTec, BioMedGPS, FMI

Ein Vergleich der Marktsegmentierung zeigt verschiedene regionale Präferenzen. In den USA dominieren Unterdrucktherapie und biologische Präparate, in Europa werden mehr Schaumstoffverbände benutzt. Treiber der unterschiedlichen Verteilung sind regional verschiedene Erstattungsregelungen. Je nachdem, mit welchen Beträgen bestimmte Pflaster bzw. Verbände durch die Krankenkassen bezahlt werden, zeigen sich klare Tendenzen bei der Verschreibung bzw. Verwendung.

Wundmanagement: Regionale Segmentierung



Stand: 2016, Quelle: ConvaTec, BioMedGPS, FMI

Die Chronic Care Segmente:
Wundmanagement, Stoma- und Kontinenzversorgung

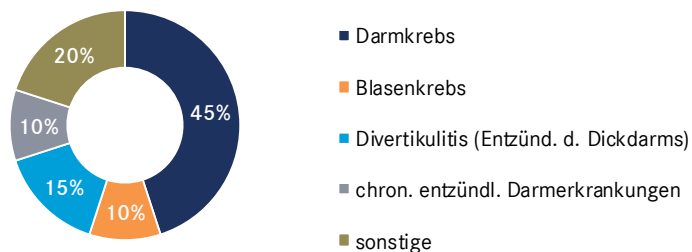
Stomaversorgung

Im vorliegenden Zusammenhang wird die Bezeichnung Stoma als Oberbegriff für verschiedene Arten künstlicher Darm- und Harnausgänge verwendet. Je nachdem, welcher Darmabschnitt benutzt wird, wird zwischen Ileostoma (Ausleitung vom Dünndarm), Coecostoma (Blinddarm) und Colostoma (mittlerer Abschnitt des Dickdarms) unterschieden. Analog ist das Urostoma ein operativ geschaffener Harnausgang.

Für fast jedes zweite Stoma ist Darmkrebs verantwortlich, gefolgt von verschiedenen entzündlichen Darmkrankheiten wie Morbus Crohn oder Divertikulitis und dem Blasenkrebs. Diese Krankheiten können die chirurgische Öffnung des Darms oder der Blase nötig machen, um die Ausleitung der Ausscheidungen zu ermöglichen.

Die Anlage eines Stomas erfolgt mittels Bauchschnitt oder minimalinvasiv, nachdem ein anatomisch günstiger Platz festgelegt wurde (nicht in Körperfalten, etc.). Je nach Ursache gestaltet sich die Führung nach außen anders. Stomata können auch nur vorübergehend angelegt werden, beispielsweise, wenn eine Naht im Darm abheilen muss. Die Anlage eines Stomas ist ein großer Eingriff mit weitreichenden Konsequenzen für den Alltag des Patienten und macht besondere Betreuung nötig.

Gründe für die Anlage eines Stomas



Stand: 2018, Quelle: Coloplast

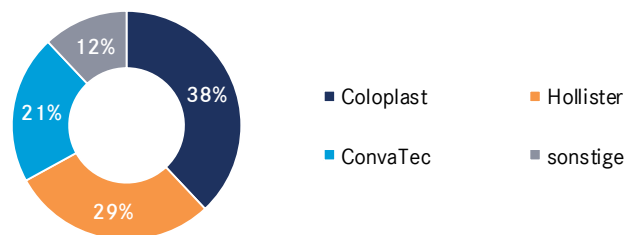
Hauptprodukt in diesem Markt sind Beutel zur Stomaversorgung und das entsprechende Zubehör, wie etwa Gleit- und Desinfektionsmittel sowie Haftmitelentferner. Die Produkte werden hauptsächlich für die Nutzung zu Hause vertrieben, die Krankenhäuser sind jedoch eine äußerst wichtige Schnittstelle für den Erstkontakt.

Die Chronic Care Segmente:
Wundmanagement, Stoma- und Kontinenzversorgung

Der Markt der
Stomaversorgung:
oligopolistische Strukturen

Marktführer Coloplast schätzt die Größe des Marktes für Stomabeutel und Zubehör auf über 2 Mrd. Euro und den eigenen Marktanteil auf 35-40 %. Damit ist das dänische Unternehmen die klare Nummer 1 vor dem amerikanischen Konkurrenten Hollister. Nimmt man noch die britische ConvaTec hinzu, so zeigt sich, dass die drei größten Spieler drei Viertel des Marktes unter sich aufteilen – ein klares Oligopol. Innerhalb dieses Oligopols ist die Konkurrenz jedoch groß, so dass die Wettbewerbshüter bisher kaum auf den Plan gerufen wurden.

Marktanteile bei Stomabeuteln



Stand: 2016, Quelle: ConvaTec

Kontinenzversorgung

Kontinenz ist die Fähigkeit des Menschen, die Ausscheidung von Harn und Stuhl willentlich zurückzuhalten oder auszulösen, sie also zu kontrollieren. Ist diese Fähigkeit nicht gegeben, wird von Inkontinenz gesprochen. Auslöser können Schädigungen der Nerven sein, die die entsprechenden Muskeln kontrollieren, z. B. durch Multiple Sklerose, Parkinson, einen Schlaganfall oder Verletzungen des Rückenmarks.

Standardmäßig werden bei dauerhafter Inkontinenz Einweg-Katheter verwendet, die in die Harnröhre eingeführt werden, dem Patienten beim Entleeren der Blase helfen und anschließend entsorgt werden.

Genau hier setzen die Entwickler von Chronic Care Produkten an, um Lösungen anzubieten, die den betroffenen Patienten den Alltag erleichtern. Die Entwicklungen gehen dabei von Ästhetik (insbesondere Coloplast hat es sehr erfolgreich geschafft, Katheter mehr wie einen unscheinbaren Stift denn ein Medizinprodukt aussehen zu lassen) über Anwenderfreundlichkeit (keine Notwendigkeit, überschüssige Gleitflüssigkeit zu entfernen) bis hin zu Sicherheit (geringeres Infektionsrisiko).

Die Chronic Care Segmente:

Wundmanagement, Stoma- und Kontinenzversorgung

Wichtigstes Produkt im Kontinenzmarkt ist der Katheter. Katheter gibt es in verschiedenen Formen und Materialien. In den entwickelten Ländern dominieren Einwegkatheter, die nach Gebrauch weggeworfen werden. Dabei sind die Katheter oft mit einem Gleitgel vorbehandelt oder anderweitig beschichtet, um das Einführen zu erleichtern. Ziel ist es, möglichst viele Patienten in die Lage zu versetzen, die Katheter selbst zu nutzen, ohne dass eine medizinische Fachkraft den Prozess begleitet. Natürlich sind vorher Training und Anleitung nötig, um den Patienten zum selbstständigen Gebrauch in die Lage zu versetzen.

Dass Entwicklungen, wie ein werksseitig aufgetragener Gleitfilm gut ankommen, zeigen die Zahlen: Machten hydrophile Produkte im Jahr 2011 erst 15 % der Katheterverkäufe von Marktführer Coloplast aus, lag der Anteil im vergangenen Jahr bei 50 %.

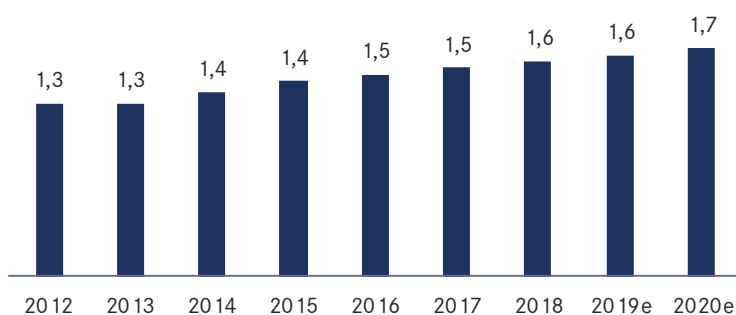
Für den Kontinenzmarkt erwarten Marktforscher wie iData Research oder GHX für die nächsten Jahre ein Wachstum von 3 bis 5 %. Wie auch in den anderen Chronic Care Teilmärkten sind ältere Menschen häufiger betroffen.

In den vergangenen Jahren ist der Markt für intermittierende, d. h. nicht dauerhaft verwendete Katheter, auch durch regulatorische Änderungen bedingt, stark gewachsen. So wurde im Jahr 2008 die Anzahl der zu erstattenden Katheter von 4 auf 200 pro Person und Monat angehoben. Motivation ist die rein wirtschaftliche Überlegung, dass die Anzahl von Harnwegsinfektionen nachweislich deutlich reduziert wird, wenn Einmal-Katheter verwendet werden, was in Summe zu geringeren Behandlungskosten führt.

Der Markt ist stark fragmentiert, knapp die Hälfte wird von Unternehmen mit Marktanteilen von unter 5 % repräsentiert. Auch aufgrund der zunehmenden Marketingmaßnahmen der großen Unternehmen ist hier von einer Konsolidierung des Marktes auszugehen. Coloplast schätzt die Größe des adressierbaren Marktes auf etwa 1,8 Mrd. Euro weltweit.

Die Chronic Care Segmente: Wundmanagement, Stoma- und Kontinenzversorgung

Marktgröße Einweg-Katheter (Marktgröße USA + Europa in Mrd. Euro)



Quelle: iData Research

Unternehmensprofile

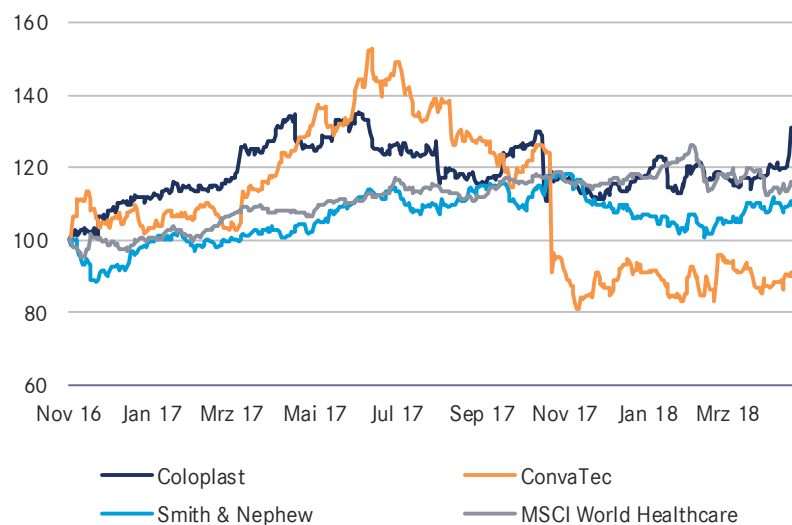
Längst nicht alle Hersteller von Chronic Care Produkten sind an der Börse gelistet. Viele Unternehmen sind nach wie vor in privater Hand und stellen damit keine Investitionsmöglichkeit dar. Doch mit Coloplast, ConvaTec und Smith & Nephew sind gleich drei führende Unternehmen an Europäischen Börsen notiert, weshalb hier kurze Steckbriefe gezeigt werden sollen. Die Aufschlüsselung der Umsätze nach Segmenten und Regionen ist dabei leider nur bedingt vergleichbar, weil die Unternehmen diese Aufschlüsselungen nur nach ihrer eigenen Definition veröffentlichen.

Vorweg findet sich auf der nachfolgenden Seite ein Chart mit der Aktienkursentwicklung der drei Unternehmen im Vergleich mit dem MSCI World Healthcare Index, einem Korb international tätiger Unternehmen aus den verschiedensten Bereichen des Gesundheitssektors.

Der Chart zeigt, dass sich ConvaTec und Smith & Nephew seit Oktober 2016 (zu diesem Zeitpunkt ging ConvaTec an die Börse) schlechter entwickelt haben als Healthcare Aktien insgesamt. Den deutlichsten Kurssturz musste ConvaTec im Herbst 2017 hinnehmen, als das Unternehmen die Prognosen der Analysten deutlich verfehlte und aufgrund von Produktionsschwierigkeiten seinen Ausblick zurücknehmen musste. Coloplast hingegen konnte nach guten Quartalszahlen zuletzt aufholen.

Die Chronic Care Segmente:
Wundmanagement, Stoma- und Kontinenzversorgung

Entwicklung der Aktienkurse (indexiert)



Quelle: Bloomberg-Daten

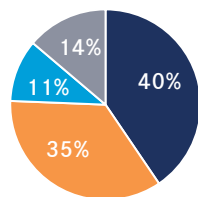
COLOPLAST

Coloplast ist ganz auf Chronic Care ausgerichtet und mit einem Jahresumsatz von über 2 Mrd. Euro einer der weltweiten Marktführer. Besonders stark ist Coloplast im Bereich Stoma und hat in einigen Ländern Europas Marktanteile von über 50 %. Das Unternehmen hat sich als Ziel gesetzt, langfristig ein jährliches Umsatzwachstum von 7-9 % und operative Gewinnmargen (EBIT) von über 30 % zu erzielen.

- > Sitz: Dänemark
- > Marktkapitalisierung (Börsenwert): 17,3 Mrd. Euro (Stand: 11.05.2018)
- > Gründung: 1954
- > Mitarbeiter: >11.000

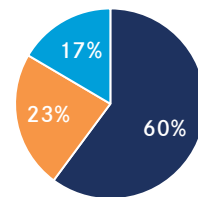
Die Chronic Care Segmente:
Wundmanagement, Stoma- und Kontinenzversorgung

Umsatz nach Segmenten



- Stoma
- Kontinenz
- Urologie
- Wundmanagem.

Umsatz nach Regionen



- Europa
- Entwickelte Länder
- Emerging Markets

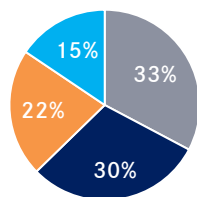
Stand: 2017, Quelle: Coloplast

CONVATEC

ConvaTec wurde zwar schon 1978 gegründet, ist aber erst seit 2016 an der Börse. Das britische Unternehmen erzielte 2017 einen Umsatz von 1,4 Mrd. Euro. Im Zuge des Börsengangs wurde ein umfangreiches Effizienzprogramm aufgelegt, dessen Ziele aufgrund von Produktionsschwierigkeiten bisher jedoch noch nicht erreicht wurden.

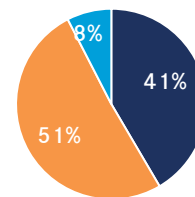
- > Sitz: Großbritannien
- > Marktkapitalisierung (Börsenwert): 4,8 Mrd. Euro (Stand: 11.05.2018)
- > Mitarbeiter: >8.500

Umsatz nach Segmenten



- Wundmanagem.
- Stoma
- Kontinenz
- Infusionszubehör

Umsatz nach Regionen



- Europa
- Amerika
- Asien

Stand: 2017, Quelle: ConvaTec

Die Chronic Care Segmente:

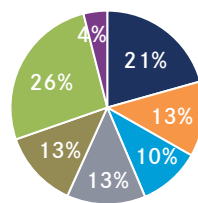
Wundmanagement, Stoma- und Kontinenzversorgung

SMITH & NEPHEW

Smith & Nephew gilt allgemein als Größe im Orthopädiebereich und verdient sein Geld vor allem mit Hüft- und Knieimplantaten. Mit Umsätzen von etwa 1 Mrd. Euro im Wundmanagement ist das britische Unternehmen aber auch im Chronic Care Markt ein namhafter Spieler. Derzeit erwartet der Kapitalmarkt mit Spannung, wie sich der jüngst ernannte neue Vorstandsvorsitzende Namal Nawana in das Unternehmen einfügt. Interessant ist hier auch die Tatsache, dass Nawana seinen vorherigen Arbeitgeber Alere im Jahr 2017 erfolgreich an Abbott verkauft hat. Denn Smith & Nephew wird seit Jahren als Übernahmekandidat gehandelt – auch wenn bisher nie ein Angebot vorgelegt wurde.

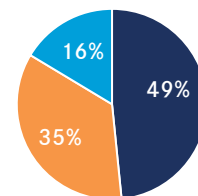
- > Sitz: Großbritannien
- > Marktkapitalisierung (Börsenwert): 13,4 Mrd. Euro (Stand: 11.05.2018)
- > Gründung: 1856
- > Mitarbeiter: >16.000

Umsatz nach Segmenten



- Knieimplantate
- Hüftimplantate
- Trauma & Extremitäten
- Sportmed. (Gelenkersatz)
- Arthroskopie
- Wundmanagement
- Anderes

Umsatz nach Regionen



- USA
- Entwickelte Länder
- Emerging Markets

Stand: 2017, Quelle: Smith & Nephew

Fazit

Der Chronic Care Markt ist für eine Handvoll Unternehmen eine attraktive Nische. Groß genug, um global zu operieren und stattliche Gewinne einzufahren, aber gleichzeitig eng genug, um nicht zu viele Neider anzuziehen. In diesem von oligopolistischen Strukturen gekennzeichneten Markt geht es darum, den Patienten früh für die eigenen Produkte zu gewinnen, da ein späterer Wechsel nur sehr selten erfolgt. Wenn dies gelingt, führt die lange (chronische) Behandlung zu wiederkehrenden Umsätzen und hohen Margen.

Gleichzeitig wird innerhalb der Branche mit harten Bandagen gekämpft, und es ist schwierig, sich über Produkte zu differenzieren. Deswegen versuchen die Hersteller von Versorgungstechnik, sich über Kundenbindungsprogramme und die Erschließung neuer Vertriebswege ihren Platz im Markt zu sichern. Profitieren kann davon am Ende des Tages der Patient, der in den Genuss erweiterter Serviceleistungen kommt.

Investoren, die sich für den Chronic Care Markt interessieren, sollten auch auf die Bewertungen der Aktien schauen – denn hohes Wachstumspotenzial kommt im Allgemeinen mit hohen Bewertungen daher.

Studie abgeschlossen am
24. Mai 2018

Verfasser:
Klaus Niedermeier, Finanzanalyst/CEFA

apoFokus – zuletzt erschienen

Dezember 2017



Wirtschaft und Finanzmärkte im Jahr 2018 – Trotz freier Bahn wachsam bleiben!

- > Beschleunigtes Wachstum der Weltwirtschaft
- > Kein Ende der Niedrigzinsphase in Sicht
- > Neue Dynamik der globalen Wirtschaftsstruktur
- > Höhere Aktiengewichtung bleibt alternativlos

Oktober 2017



Orphan Drugs – Gewinntreiber für Spezialisten

- > Zulassungen von Orphan Drugs steigen
- > Orphan Drugs = Wachstumsmarkt
- > Therapiegebiet ohne Limit?

Mai 2017



Augen auf – Ophthalmologie am Kapitalmarkt

- > Das Auge – Unser wichtigstes Sinnesorgan
- > Marktwachstum – Demografie und Fortschritt
- > Märkte rund um das Auge

Januar 2017



Pharma & Biotechnologie im Jahr 2017

- > Wachstumstreiber der Gesundheitsindustrie
- > Welche Faktoren bewegen den Sektor?
- > Exzellente Voraussetzungen für das Jahr

Dezember 2016



Wirtschaft und Finanzmärkte im Jahr 2017

- > Rückkehr des starken Staates
- > Weltwirtschaft auf unsicheren Pfaden
- > Anlagestrategien für den Epochenwandel

Oktober 2016



Orthopädie – Wandlung einer Wissenschaft

- > Von Volksleiden und Kosten
- > Ein Markt auf der Suche nach Wachstum
- > Roboter – Die besseren Ärzte?

Unsere bisher erschienenen Ausgaben können Sie im Internet unter <http://www.apobank.de/apofokus> abrufen.

Deutsche Apotheker- und Ärztebank

apoResearch

Richard-Oskar-Mattern-Straße 6
40547 Düsseldorf

Telefon: +49 211 5998 0

Internet: <https://www.apobank.de>

V.i.S.d.P.: Dr. Hanno Kühn

Layout und Produktion: AM Publikationsmanagement

Druck: SD Service-Druck GmbH & Co. KG, Bussardweg 5, 41468 Neuss

