

Sempora-Marktstudie sieht PharmaSGP als Gewinnerin in der Corona-Krise

- **PharmaSGP im Performancevergleich Q1 vs. Q2 2020 mit großem Abstand auf Platz 1 unter knapp 50 OTC-Anbietern**
- **Strategieberatung Sempora Consulting sieht signifikanten Wettbewerbsvorteil bei PharmaSGP**
- **Schnelligkeit bei Produkteinführungen, Flexibilität im Marketingansatz und klarer Endverbraucherfokus ebnen Weg für nachhaltigen Markterfolg**

Gräfelfing, 02. September 2020 – Die PharmaSGP Holding SE ist mit ihrem Geschäftsmodell Gewinnerin in der Corona-Krise. Zu diesem Ergebnis kommt die auf die Healthcare-Branche spezialisierte Strategieberatung Sempora Consulting in einem Performancevergleich zwischen OTC-Anbietern in Deutschland.

Laut der Studie waren durch die Covid-19-Pandemie insbesondere Hersteller mit einem starken Fokus auf den Direktvertrieb über Ärzte und Apotheken betroffen – teilweise mit dramatischen Umsatzeinbrüchen. Diese hätten im Zuge der Kontaktbeschränkungen die Außendienstbetreuung bei Apotheken und Ärzten massiv zurückfahren müssen. Darüber hinaus seien Hersteller stärker betroffen, deren Sortimente auf einzelne Indikationen fokussiert sind.

Klare Gewinner in der Krise sind hingegen diejenigen Unternehmen die einen klaren Fokus auf direkte Zielgruppenansprache (*D2C = direct to consumer*) sowie ein breites Portfolio mit einer hohen Anzahl an Neuprodukten haben. Das Geschäftsmodell der PharmaSGP ist daher seinen Wettbewerben in der Krise überlegen. Als reines Consumer-Health-Unternehmen mit seinem klaren D2C-Ansatz könne PharmaSGP die strukturellen Marktveränderungen erfolgsversprechender bewältigen. Dies unterstreiche auch die aktuelle Studie zum Performancevergleich von OTC-Anbietern in Deutschland auf Basis der Endkundenumsätzen in der Apotheke. Der Performancevergleich Q1 vs. Q2 2020 zwischen knapp 50 Unternehmen zeigt: PharmaSGP ist der Gewinner in der Krise und belegt mit großem Abstand Platz 1.

Auch für die Zukunft bescheinigt die Studie der PharmaSGP ein gutes Zeugnis. So ebnen Schnelligkeit bei der Produkteinführung, Flexibilität im Marketingansatz und ein klarer Endverbraucherfokus den Weg zu nachhaltigem Markterfolg. Im Gegensatz zu vielen anderen Unternehmen sei PharmaSGP hier sehr gut aufgestellt und habe somit einen signifikanten Wettbewerbsvorteil. Zudem seien Innovationen mit hoher Relevanz für den Endverbraucher ein zentraler Faktor für eine erfolgreiche Geschäftsentwicklung.

Natalie Weigand, CEO der PharmaSGP: *„Von Anfang an haben wir uns bei PharmaSGP zu 100% an den Anforderungen und Bedürfnissen der Verbraucher orientiert und einen direkten Vertriebsansatz verfolgt. Seither haben wir in diesem Bereich eine außergewöhnliche Expertise aufgebaut, die ein klarer Wettbewerbsvorteil ist. Die Sempora-Ergebnisse bestätigen unseren Eindruck zur Geschäfts- und Marktentwicklung im ersten Halbjahr und bestärken uns darin, mit unserer Strategie die Chancen auf unserem hochattraktiven Markt nutzen zu können.“*

Die vollständige Studie ist auf der Webseite von Sempora Consulting unter dem folgenden Link abrufbar: <https://www.sempora.com/files/pdf/200831%20Performance-Report%20OTC%20Unternehmen.pdf>

KONTAKT

cometis AG
Claudius Krause
Telefon: 0611-20585528
E-Mail: ir@sgp-pharma.com

ÜBER DIE PHARMASGP HOLDING SE

PharmaSGP ist ein führendes reines Consumer-Health-Unternehmen mit einem Fokus auf chemie- und rezeptfreien OTC-Arzneimitteln. Die Produkte von PharmaSGP werden ausschließlich über Apotheken verkauft. Die Arzneimittel des Unternehmens basieren auf natürlichen pharmazeutischen Wirkstoffen mit dokumentierter Wirksamkeit und weniger bekannten Nebenwirkungen als bei den meisten chemischen Arzneimitteln.

Die Kernmarken des Unternehmens decken chronische Indikationen ab, darunter rheumatische Schmerzen und Nervenschmerzen sowie andere altersbedingte Leiden. In Deutschland ist PharmaSGP mit den Markenfamilien RUBAXX® bei rheumatischen Schmerzen und Restaxil® bei neuralgischen Schmerzen (auch: Nervenschmerzen) Marktführer für systemische, chemiefreie Schmerzmittel. Darüber hinaus bietet PharmaSGP führende Produkte gegen sexuelle Schwäche und Schwindelbeschwerden an. Seit der Einführung des ersten Produkts aus dem aktuellen Produktportfolio im Jahr 2012 hat PharmaSGP ihr Geschäftsmodell erfolgreich in andere europäische Länder, darunter Österreich, Italien, Belgien und Spanien, exportiert und vor kurzem die Marktzulassung für drei ihrer meistverkauften Produkte in Frankreich erhalten.

PharmaSGP erwirtschaftete im Jahr 2019 einen Umsatz von 62,6 Millionen Euro bei einer EBIT-Marge von 35,8%.

Um ihre Wettbewerbsposition weiter auszubauen plant PharmaSGP, die Zahl der Indikationen, die durch ihr Produktangebot abgedeckt werden, zu erhöhen sowie die europäische Präsenz auszubauen und ihre Wachstumsstrategie durch die Nutzung ausgewählter M&A-Möglichkeiten zu beschleunigen.