



103. Ausgabe - Juli 2025

# IQVIA Flashlight



Editorial	1
Wie Apotheken vor Ort durch Daten gestärkt werden	2
Well-being und Gesundheit <i>in silicio</i>	7
Die klinische Forschung beschleunigen	11
IQVIA Institute-Report zu Onkologie-Trends 2025	14
IQVIA @ DMEA 2025	15

#### **GENDER-HINWEIS**

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird bei Personenbezeichnungen und personenbezogenen Hauptwörtern in diesem Newsletter die männliche Form verwendet. Entsprechende Begriffe gelten im Sinne der Gleichbehandlung grundsätzlich für alle Geschlechter. Die verkürzte Sprachform ist ausschließlich redaktionell begründet und beinhaltet keine Wertung.

# Editorial

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

endlich ist sie da, die elektronische Patientenakte! Jetzt also auch in Deutschland. Damit sie nach längeren Anlaufhürden – die ePA gibt es tatsächlich schon seit Januar 2021, allerdings relativ ungenutzt – endlich zum Blockbuster wird, lohnt sich der Blick nach Österreich. Dort wird die eAkte ELGA bereits seit 10 Jahren verwendet.

ELGA liefert den Ärzten einen Überblick über die Spitalaufenthalte, eine Medikationsübersicht sowie einen Impfpass für einige, aber nicht für alle Impfungen. Befunde von Facharztbesuchen oder anderen ambulanten Praxen sind in ELGA nicht integriert und das Bild der Patientenhistorie bleibt damit beschränkt, dennoch sind Vorteile auf der Hand.

Wie bei unserer ePA. Diese wurde mit einer Aufklärungskampagne im Spätsommer 2024 vom ehemaligen Gesundheitsminister als „ePA für alle“ begrüßt und auf der eben erst beendeten DMEA 2025 war der Minister noch sehr gewiss, dass sie die Medizin sehr stark verändern wird. Doch zunächst sollte sie erst einmal richtig ins Rollen kommen. Wie läuft's also von analog auf digital?

Los ging es am 15. Januar 2025 in einigen Testregionen und seit dem 29. April ist sie inmitten der Umsetzungsphase. Drehung ins Roll-out soll eine mögliche Sanktion bewirken: Wer seine Praxis auf ePA nicht vorbereitet, wird mit Honorarabzug durch die KV bestraft. Wer die Anbindung an die Telematikinfrastruktur und die TI-Fachanwendungen ignoriert, wird weitere Einbußen erleiden. Aber auch positive Verstärkung: Für das Erfassen, Verarbeiten und Speichern der eigenen Praxisdaten können Ärzte und Psychotherapeuten gleich mehrere GOPs abrechnen.

Noch ist es zu früh zu beurteilen, ob die Umsetzung nach Plan läuft. Ab Oktober ist die ePA auf alle Fälle verbindliche Pflicht für alle. Doch da die Patienten letztendlich selbst entscheiden, was aus dem Behandlungskontext in ihre ePA abgelegt werden soll, ist zu befürchten, dass Befunde und Briefe auf Papier erstmal weiter Bestand halten. Doch wie auch immer. Das, was jetzt beginnt, wird in wenigen Jahren Behandlungsalltag sein und die ePA wird Anamnese, Diagnostik und Behandlung erheblich verbessern, weil Ärzte einen größeren und vereinfachten Überblick erhalten werden, wie in Österreich. Die Digitalisierung geht also voran.

Genau darüber tauschten wir uns auch auf der DMEA aus. Unsere zahlreichen Konzepte und Lösungen für Digitalisierungsoffensiven der Krankenkassen, Versorgungshäuser und Gesundheitsbehörden kamen dabei ziemlich gut an. Das motiviert. Sollte also bereits jetzt schon die ePA 2.0 ins Visier der Gesundheitspolitik geraten – wir von IQVIA sind bereit!

Viel Spaß beim Lesen wünscht Ihnen,

Ihr



Dr. Frank Wartenberg

# Wie Apotheken vor Ort durch Daten gestärkt werden



Ungebremst geht es weiter, das Apothekensterben in Deutschland. Die Berichterstattung von Verbänden und Fachpresse meldet immer weiter Rekordtiefststände der noch offenen Offizinen. So meldete der DAV Ende März weniger als 17.000 aktive Vor-Ort-Apotheken<sup>1</sup>. Zugleich wächst der Umsatz im Apothekensektor insgesamt. Nicht schnell genug oder wie funktioniert eine Interpretation?

Mit einem kumulierten Umsatzplus von +10 % gegenüber Vorjahr wächst der Apothekensektor in allen Segmenten (Rx, OTC, Patient Care, Personal Care, Nutrition), so die Bilanz für das Jahr 2024. Geldwertend ausgedrückt betrug der Umsatz 83,5 Milliarden Euro. Den Löwenanteil davon vereinten die verschreibungspflichtigen Medikamente (knapp 80 %) auf sich, OTC-Produkte wiesen einen Marktanteil von 14,4 % auf. Der Rest verteilte sich auf die Kategorien Patient Care, Personal Care und Nutrition, wobei letzteres Segment nach den Rx die höchste Umsatzsteigerungsrate im vergangenen Jahr erzielte: In Apotheken sind nicht nur die klassischen Nahrungsergänzungsmittel – die in das Consumer

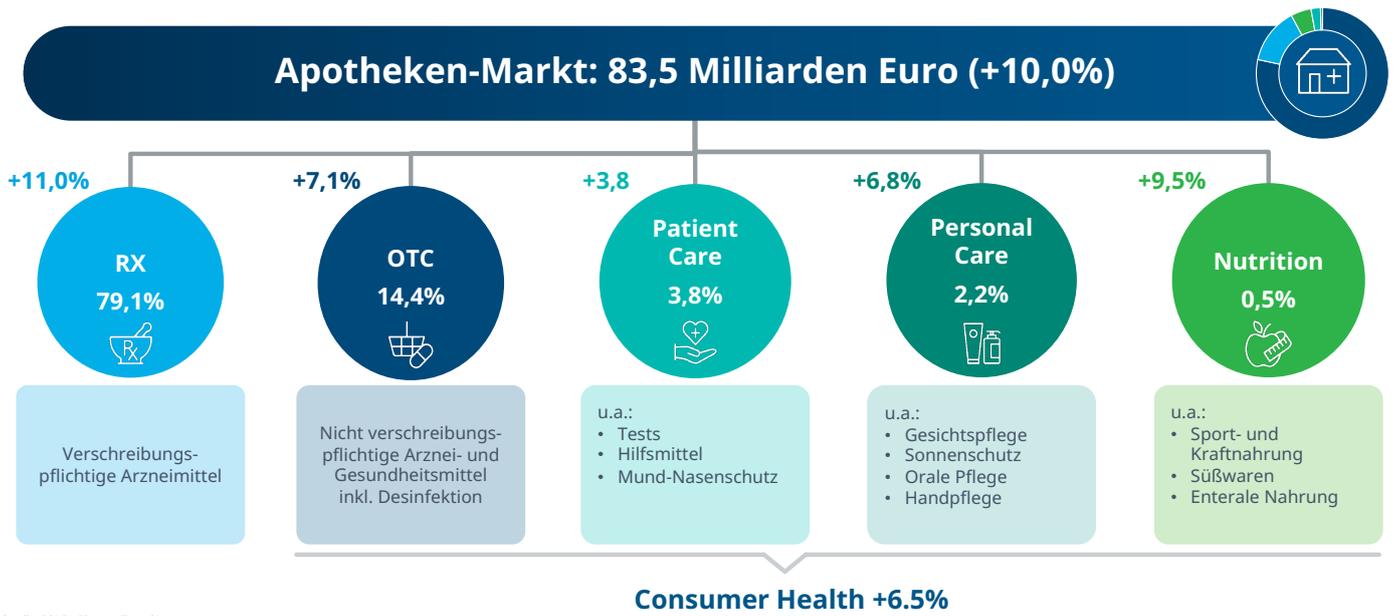
Health-Segment einzahlen – beliebt, es sind auch Sport- und Kraftnahrungsmittel, enterale Ernährungsprodukte oder Süßwaren, die vergangenes Jahr hohe Nachfragen erzielten und der vermeintlich kleinen Sparte Nutrition ein fast zweistelliges prozentuales Umsatzwachstum bescherten (vgl. Abb. 1).

Erklärungsbedürftig scheint es daher, dass trotz steter Umsatzsteigerungen in allen Produktklassen der Apotheken diese im Einzelhandel immer weniger bestehen können. Der DAV erläutert dazu, dass nach der Bereinigung der Inflationseffekte, der Umsatz einer Offizin seit 20 Jahren eigentlich kaum Veränderung widerfährt; Kostendruck sowie Nachfolgeproblematiken führen dann letztendlich zum Aus der Vor-Ort-Apotheke.

<sup>1</sup> <https://de.finance.yahoo.com/nachrichten/weniger-17-000-apotheken-deutschland-120516932.html>.

Anmerkung der Redaktion: 70,4 Mrd. EUR nach MwSt.

Abbildung 1: Umsatzzuwächse im Apothekenmarkt mit Fokus auf Consumer Health



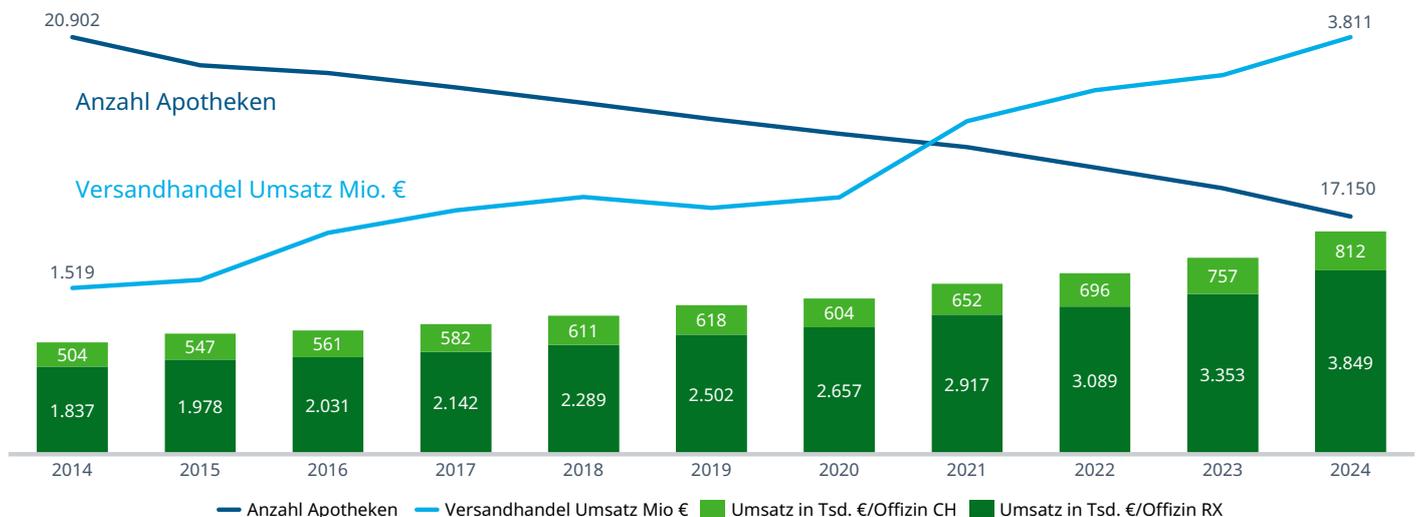
Quelle: IQVIA PharmaTrend\*

Zugleich steigt der Versandhandel: Binnen der letzten 10 Jahre (2014 - 2024) hat dieser sich ver-2,5-facht und wuchs von 1.519 Mio. € Umsatz auf 3.811 Mio. € Umsatz an.<sup>2</sup> Diese Entwicklung lässt sich u. a. auf die anhaltenden und starken Marketing-Kampagnen der Online-Apotheken zurückführen. Eine IQVIA

Analyse zeigt, dass gerade das Consumer Health-Segment in den Versandhandel abwandert. Aber auch der Rx-Markt zeigt im digitalen Vertriebskanal hohe Zuwachsraten, die insgesamt aber auf relativ niedrigem, absoluten Niveau verbleiben (vgl. Abb. 2). Der allgegenwärtige Online-Shopping Trend

Abbildung 2: Das Apothekensterben führt zu einem steigenden Umsatz pro Vor-Ort-Apotheke, analog hierzu wächst der Versandhandel

Anzahl Offizin BRD, Apotheke Total (RX, OTC, PAC, PEC, NUT), VH Umsatz Mio. €, Umsatz Tsd. € / Offizin



Quelle: OneKey™, IQVIA PharmaTrend\*

<sup>1</sup> IQVIA PharmaTrend®

wird sich dank Einführung des E-Rezeptes sowie der Zulassung des CardLink-Verfahrens wohl zügig in allen Medikamentenbereichen aus- und fortsetzen, so die Einschätzung der Branchenexperten von IQVIA. Der Auf- und Ausbau von immer aktuellen Online-Präsenzen erzeugt Druck gerade auf einzelne Apotheken. Dann treten weitere Marktteilnehmer (Drogerien, DTC-Shops, Shopping-Plattformen) quasi über Nacht hinzu, was den Wettbewerb weiter verschärft. Gibt es Möglichkeiten, hier zu entspannen?

### AUSWEG DURCH GEMEINSCHAFT

Interessanterweise sterben Apotheken nicht im gleichen Maße: Solche, die einer Kooperation zugehörig sind, haben deutlich geringere Schließungsraten als „Einzelgänger“. Tatsächlich profitieren Apotheken von Kooperationsmitgliedschaften vielfältig, wie Mitte Februar im [BVDK-Kooperationsgipfel](#) diskutiert wurde. Derzeit gibt es über 60 verschiedene Kooperationen bei den Apotheken. Bei Eintritt in eine von diesen agiert die Apotheke dann ggf. unter dem Handelsnamen – aber freiwillig. Die Apotheke wird nicht zu einer Kettenfiliale, sondern bleibt autark und selbstständig. Der Vorteil einer Mitgliedschaft ist, dass bspw. Einkauf, Marketing und weitere Prozesse zur Gewinnsteigerung zentralisiert bearbeitet werden. Dadurch können sich

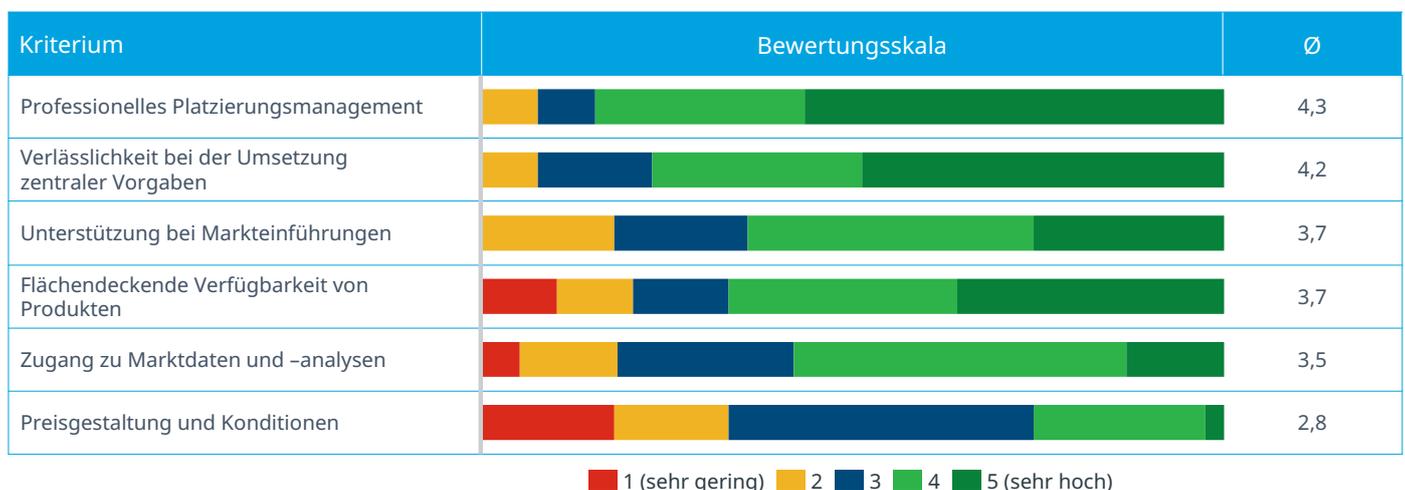
die Zukunftschancen der einzelnen Apotheke deutlich erhöhen. Hierfür treffen die Kooperationen unter anderem mit vielen Pharma-Herstellern dezidierte Vereinbarungen. Auf diese Weise kann sogar eine Win-Win-Situation herbeigerufen werden.

Wie belastbar das Funktionsnetzwerk einer Kooperation ist, findet die [Coop-Study](#) heraus. Sie wurde erstmals 2009 durchgeführt und erfasst die Zufriedenheit von Apothekern mit den Kooperationsangeboten. Durchgeführt wird sie als Expertenbefragung von der DAP Networks GmbH (DeutschesApothekerPortal, DAP) gemeinsam mit IQVIA. Im jährlichen Turnus berichtet die Coop-Study über Trends und Entwicklungen in den Kooperationsangeboten und es werden auch die präferierten Industriepartner, Importeure, Hersteller, Rechenzentren und vieles mehr prämiert. Auf Basis der Study wird die Bedeutung und Relevanz der Kooperationen aus Sicht der Apothekerschaft abgebildet.

Eine weitere und getrennte Befragung von IQVIA bringt die Perspektive der Hersteller auf das Parkett. Die Einschätzungen von Apothekern und Industrie in Bezug auf zentrale Themen bei Kooperationen unterscheiden sich nämlich. So ist den Herstellern bspw. die Umsetzungsqualität von Vereinbarungen

**Abbildung 3: Herstellern sind Platzierungsmanagement und Verlässlichkeit bei der Umsetzung zentraler Vorgaben mit Abstand am wichtigsten**

**Frage: Wie bewerten Sie die Relevanz der folgenden Aspekte einer Kooperation für Ihr Unternehmen?**



Quelle: IQVIA Herstellerbefragung 2025, n= 40 Teilnehmer

## Abbildung 4: Für das Apothekenpersonal spielt die Bekanntheit der Marke die wichtigste Rolle für die Platzierung

Frage: Wie stark beeinflussen die folgenden Kriterien die Platzierung in Ihrer Apotheke?

Kriterium	Bewertungsskala	Ø
Bekanntheit der Marke		4,2
Aktuelle Marketing-Aktionen (TV, Print, etc.)		3,7
Gezielter Abverkauf von Ladenhütern		3,4
Vorgaben/ Planogramm einer Apothekenkooperation		3,4
Gewinnmarge/Herstellerkonditionen		3,4
Vorgaben/ Planogramm eines Herstellers		3,4
Lokale Wettbewerbssituation		3,2
Vorgaben/Planogramm eines Dritten (Beratung, Großhandel)		2,8

■ 1 (völlig unwichtig) ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5 (extrem wichtig)

Quelle: IQVIA apothekäre Apothekenbefragung 2025, n= 254 Teilnehmer

in der Zusammenarbeit mit den Kooperationen besonders wichtig. Eine besondere Rolle spielt für sie das Platzierungsmanagement der eigenen Produkte. Die Apotheker sehen hingegen den größten Nutzen ihrer Mitgliedschaft in einer Kooperation im Bereich der Einkaufskonditionen. Bezüglich dem Platzierungsmanagement und der Umsetzung der Planogramm-Vorgaben der Hersteller erachten sie auch die Markenbekanntheit sowie aktuelle Marketing-Aktionen der Hersteller für das Produkt als ausschlaggebend für die Platzierung des Produkts (vgl. Abb. 3, 4). Die Perspektive macht das Bild.

**IQVIAs POS Monitor** bietet die umfassende Analyse der Produkt-Platzierungssituation in den Apotheken. Im Tool kann nach Kategorien unterschieden werden und mit der Möglichkeit, die Umsetzung nach Kooperationen zu tracken. Dadurch lässt sich eine Erfolgsmessung für Platzierungen durchführen.

### KOOPERATIONEN BESSER VERSTEHEN

Da die Kooperationsperformance den Apothekenmarkt letztendlich weitreichend mitausgestaltet, bietet IQVIA seit 2025 verbesserte Analytik für diesen Bereich an: Basierend auf einer neuen, kooperationspezifischen Hochrechnung können jetzt auch absolute Umsatzpotenziale von Kooperationen bewertet werden. Der besonderen Situation, dass Apotheken im deutschen Markt oftmals mehreren Kooperationen angehören, wird mit einem neuen Analyseansatz Rechnung getragen: Der Split nach Pur und Multi erfolgt. *Pur* = Apotheken, die nur zu einer Kooperation gehören und *Mult* = Apotheken, die bei mehreren Kooperationen Mitglied sind, also *Mehrfachmitgliedschaften*. Hierdurch kann bspw. die Performance von Marketingaktionen besser auf Erfolg analysiert werden als zuvor. Durch die neuen kooperationspezifische Hochrechnung von **IQVIA Consumer Health** werden weiterhin auch mehr Kooperationen ausgewiesen und ermöglichen damit den noch breiteren Überblick über den gesamten Kooperationsmarkt und dessen Entwicklungen. (vgl. Abb. 5).

Abbildung 5: Bedeutung der Kategorien (OTC, PEC, NUT, PAC) bei den Kooperationen

Rezeptfreie Arznei- und Nichtarzneimittel, Consumer Health (OTC, PEC, NUT, PAC), Kooperationen, Apotheke (Offizin), MAT 07/2024

	Pure + Multi* Umsatz in Mio. €			Pure + Multi* Durch. Umsatz € pro Apotheke			
	OTC	PEC	NUT	OTC	PEC	NUT	PAC
<b>Gesamtmarkt</b>	65%	9%	23%	493.766	68.088	20.214	178.087
Alphega u. gesund leben Apotheken	65%	10%	23%	501.738	69.579	21.656	180.197
Guten Tag Apotheken	65%	13%	20%	829.394	166.550	29.237	255.769
LINDA Partner	65%	9%	23%	513.376	67.055	20.481	184.069
mea meine Apotheke	65%	9%	24%	504.695	66.850	21.007	183.140
WAVE	64%	9%	24%	473.426	61.449	19.820	176.941
Migasa	63%	9%	25%	637.104	94.674	27.409	249.534
Easy	69%	15%	14%	990.974	218.540	27.188	194.268
Vitasco	69%	12%	17%	893.282	150.942	28.727	223.164
AVIE	66%	9%	23%	561.222	71.124	23.770	206.230
Gesund ist bunt	65%	9%	24%	588.562	89.586	22.960	206.768
LINDA Premium	63%	10%	24%	554.725	84.121	22.987	209.676
Torre	63%	8%	27%	645.897	98.968	23.891	251.066
Eigens	68%	6%	24%	411.259	48.725	19.669	151.614
Independent	65%	8%	24%	426.067	55.723	17.801	159.425
Sonstige Kooperationen	65%	9%	24%	464.395	60.744	18.740	169.899

\* Mehrfachzugehörigkeiten der Apotheken  
Quelle: IQVIA PharmaTrend® Kooperationen

■ OTC ■ PEC ■ NUT ■ PAC

Weiterführende Infos und Analysen erhalten Sie bei:

**KONTAKT**

**GABRIELE BAUR**

Assoc. Key Account Director, IQVIA 

**IQVIA Event: TechIQ 2025**

**See the future of AI & technology in life sciences**

Transformative strategies, AI, and tech are shaping the future of our industry. See what's coming and join the discussion at IQVIA's TechIQ conference in London, September 9-10.

[LEARN MORE](#)



# Well-being und Gesundheit *in silicio*



Niemals zuvor gab es so viele Online-Optionen für Gesundheit wie heute. Die schiere Masse an rezeptfreier Selbstmedikation und Wellnessprodukten beinhaltet bspw. personalisierte Fitness-Trainings, vegane Nahrungsergänzungsmittel (NEM), tierversuchsfreie Hautpflege und vieles mehr. Rund um die Uhr können diese Dinge aus dem Web gekauft werden und haben in der Bevölkerung ein Gesundheitsbewusstsein entstehen lassen, das es zuvor nicht gab. Welche Kräfte formen dieses Geschehen? Und welche Rolle spielt die weltweit größte Onlineshopping-Plattform dabei? Ein internationales und interdisziplinäres IQVIA-Experten-Team hat den europäischen Sektor von Gesundheitsprodukten im Netz analysiert.

Das Angebot ist riesig. OTC, RX, Gesundheits- und Schönheitsprodukte, therapeutische Geräte und Anwendungen, Wellness-Artikel, NEM, Hygiene, Online-Konsultation beim Arzt – alles ist online verfügbar. Verschreibungspflichtige und auch Spezialmedikamente werden bspw. durch Online-Apotheken verfügbar gemacht; Influencer demonstrieren vor allem Gesundheits- und Schönheitsmittel. Was davon alles hierzulande online eingekauft

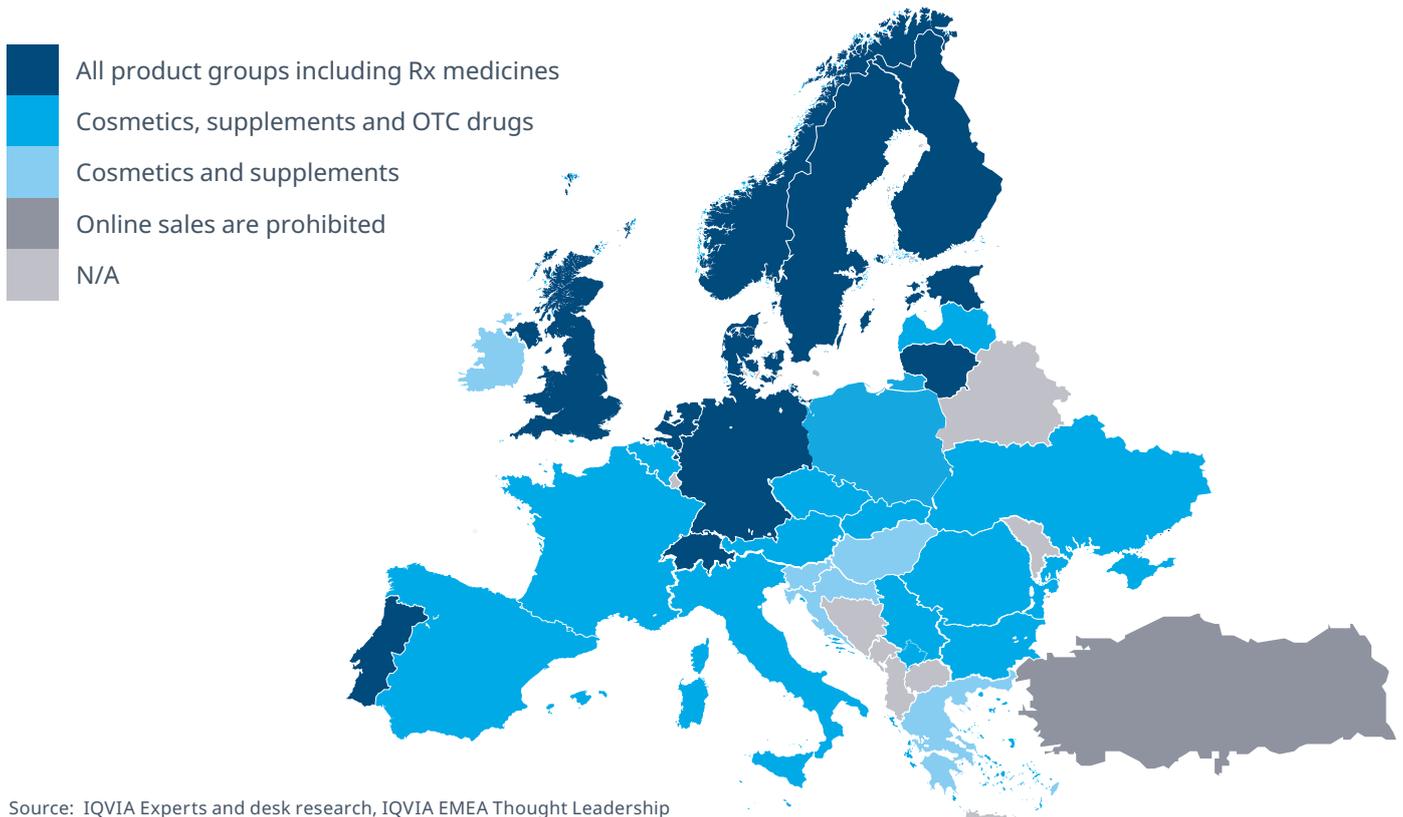
werden kann, entscheidet allerdings die lokale Gesundheitspolitik und in der EU die des einzelnen Mitgliedsstaates.

In Europa überwacht die EMA den Betrieb von Online-Apotheken. Ihre Vorschriften decken Lizenzierung, GMP, Pharmakovigilanz und auch eine gute Vertriebspraxis (GDP) ab. Hinzu kommt dann die ländereigene, nationale Regelung. Dadurch entstehen

teils große Unterschiede und der E-Commerce mit Gesundheitsprodukten und Arzneimitteln stellt sich als ein Flickenteppich dar (Abbildung 1). Allein der Blick auf die Möglichkeiten der Online-Apotheken (Versandhandelsapotheken) ist bunt und gerade für Patienten auf Reisen manches Mal ein großes Ärgernis.

Das E-Rezept und weitere Digitalisierungsmaßnahmen von EU und den Gesundheitssystemen der Länder werden in absehbarer Zukunft hier sicherlich noch viele Verbesserungen bescheren und den grenzüberschreitenden Gesundheits-E-Commerce weiter ausgestalten.

**Abbildung 1: Regulierung des Produktangebots von Online-Apotheken**



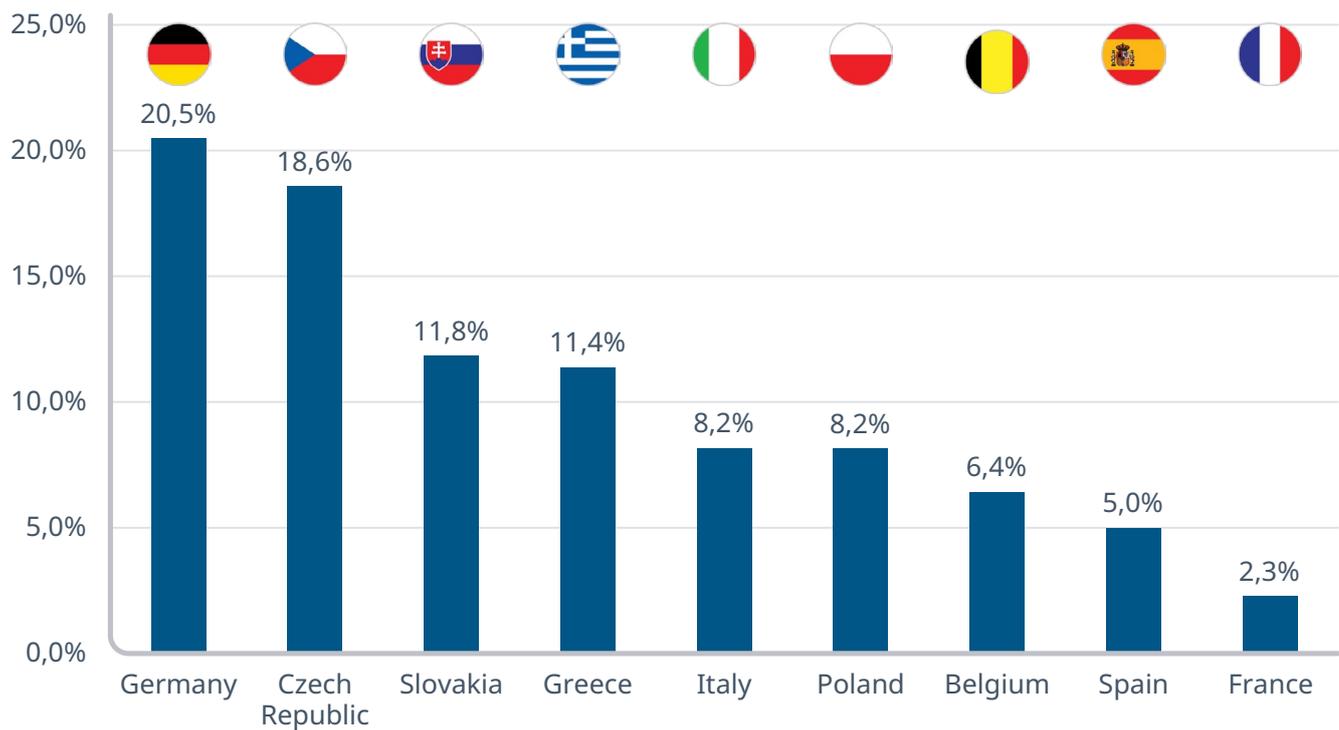
Die Akteure im E-Commerce für Gesundheit sind ebenso vielfältig. Neben Apotheken gibt es Direktvertriebsinitiativen von Herstellern (DTC-Shops), Online-Präsenzen traditioneller Einzelhändler, Telemedizin-Anbieter, Distributoren und dann die weithin bekannten, global handelnden Plattformen, die ganz eigene Marktplätze aufgesetzt haben – Stichwort Amazon. Auf dieser Plattform werden mittlerweile sogar hauseigene Medikamente und Gesundheitsprodukte angeboten.

### **NIE WIEDER VOR DIE TÜR?**

Nach Wert betrachtet, ist Deutschland innerhalb Europas der größte E-Commerce Markt für Consumer Health Produkte (Gesundheits- und Well-being). Im Jahr 2024 erreichte dieser ein Volumen von 3,6 Mrd. Euro. Italien liegt auf Platz 2 mit deutlich geringerem Wert, nämlich 0,1 Mrd. Euro, dann kommt Polen. In einer von IQVIA untersuchten EU-Ländergruppe<sup>1</sup> sind weiterhin die unterschiedlichen Marktanteile des Online-Kanals im CH-Sektor festzumachen, die von 2 % in Frankreich bis 20,5 % in Deutschland reichen (s. Abb. 2).

<sup>1</sup> Deutschland, Italien, Polen, Spanien, Tsch. Republik, Griechenland, Frankreich, Belgien, Slowakei

Abbildung 2: Marktanteile der Online-Apotheke im Jahr 2024 (€ publizierter Umsatz)



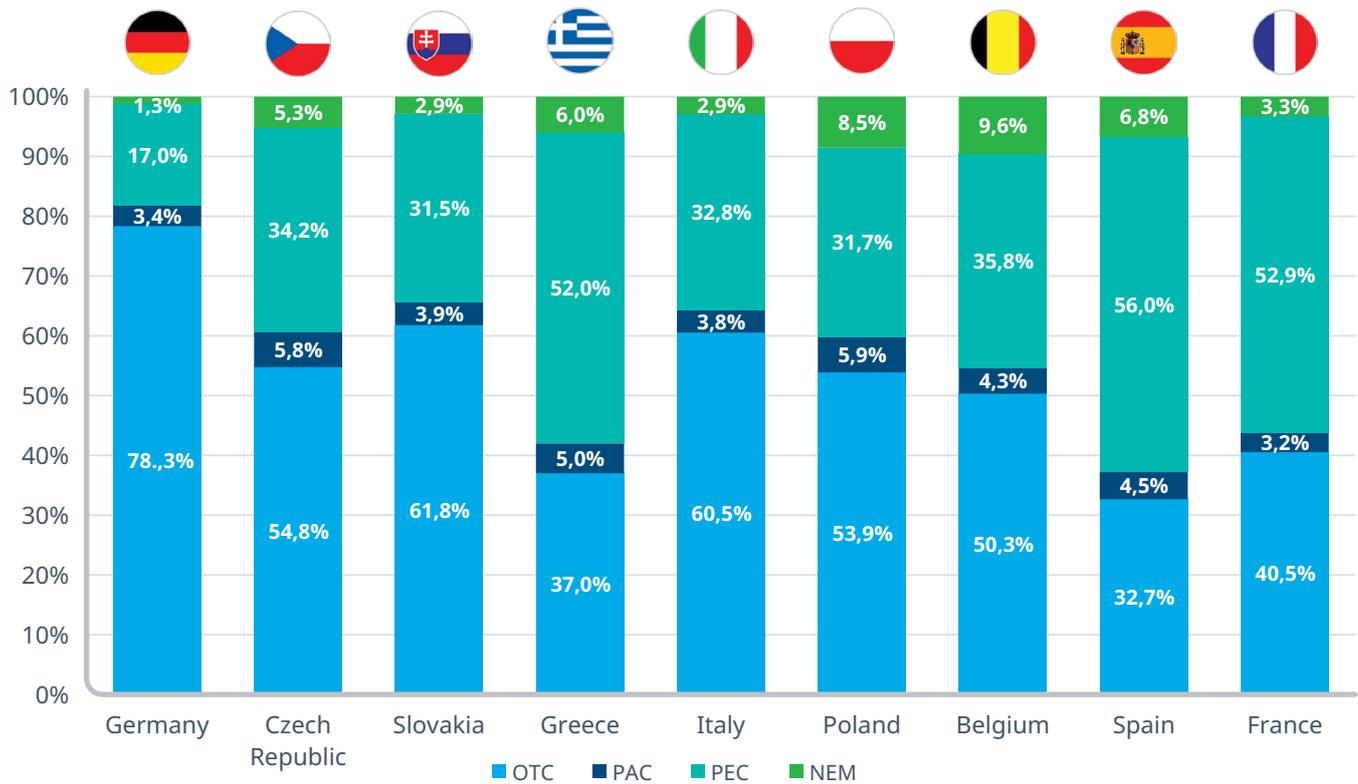
Der unterschiedliche Durchdringungsgrad lässt sich auf die nationalen Regularien, Verbraucherverhalten, Marktreife sowie die Situation der traditionellen Pharma-Verkaufsstrukturen der einzelnen Gesundheitssysteme zurückführen. Auch welche Produktkategorien in den untersuchten Ländern online gekauft werden, variiert. Insgesamt sind die OTC-Medikamente (z. B. Erkältung, Grippe, Verdauung, Übelkeit) am stärksten vertreten. Im Jahr 2024 machten diese bspw. 80 % der Online-Einkäufe in Deutschland aus und auch in den anderen Ländern erreichen sie gemittelt rund 50 %. Die zweitbeliebteste Kategorie sind die Personal Care Produkte, die Schönheits-, Mundpflege- sowie Mittel zu Körperhygiene umfassen. Diese Palette erreicht in den südeuropäischen Ländern Griechenland und Spanien übrigens über 50 %. In Deutschland ist sie zwar ebenso zweitstärkste Gruppe, allerdings nur mit 17 % – dem geringsten Wert im Ländervergleich. Nahrungsergänzungsmittel sind in dieser Betrachtung mit nur wenigen prozentualen Anteilen vertreten – wengleich diese Kategorie gerade in Deutschland auf Wachstumskurs im OTC-Apothekenmarkt ist (vgl. Abbildung 3).

#### DER ONLINE-RIESE MISCHT MIT

Ein spannender Moment in der Marktentwicklung des E-Commerce im Gesundheitsbereich ist, dass die Amazon-Plattform seit geraumer Zeit sukzessive mehr und mehr Gesundheits- und Wellness-Produkte anbietet. Weltweit versteht sich. Dieser Entwicklung ging eine gut durchkalkulierte Strategie voraus, die Akquisitionen, Partnerschaften und die Einführung spezieller Dienste enthielt.

Der Markteintritt des E-Riesen in den Gesundheitsbereich ist durch die Einführung Amazon Basic Care markiert, einer privaten Label-Produktlinie in mehreren Kategorien. Dann kam die Übernahme von Amazon PillPack in den USA, wodurch der eigene Arzneimittelvertrieb deutlich gestärkt wurde. Ebenso existiert in den USA mittlerweile Amazon Pharmacy, ein vollständiger Online-Apothekendienst, der – und das ist für die amerikanischen Patienten eine Hilfestellung – Versicherungsinformationen integriert, die beim Medikamentenkauf in den USA notwendig sind und auch Kostentransparenz bieten.

Abbildung 3: Struktur der in der Online-Apotheke gekauften Produktkategorien im Jahr 2024  
(€ publizierter Umsatz)



### ***Il gigante in Italia!***

*Seit Februar 2025 hat Amazon in Mailand ein Pharmazie- und Schönheitsgeschäft physisch eröffnet. Der Ausgangspunkt eines umfassenden Expansionsplans in den europäischen Gesundheits- und Wellness- und auch Medikamentenmarkt? IQVIA schätzt ja, da in vielen europäischen Ländern derzeit noch physische Apotheken an die Online-Apotheken angebunden sein müssen. Lehrreich in Sachen Skalierung ist die Entwicklung alle mal. Denn die Schritte der Amazon-Geschäftsstrategie zeigen auf, wie eine robuste E-Commerce Infrastruktur mit dem stationären Einzelhandel verbunden werden kann, um Verbrauchern noch mehr Berührungspunkte zu bereiten.*

Neben dem neuen Apothekendienst ist Amazon weiterhin ein sehr bedeutender Kanal für Gesundheits- und Wellness-Artikel. Auch medizinische Geräte, Fitness-Tools und NEM sowie Körperpflege, sind in großer Anbieterzahl auf der Plattform zu finden.

Nach den USA ist Deutschland übrigens der zweitgrößte Markt für Amazon. IQVIA widmet sich daher Spezialanalysen und Hochrechnungen, die die Amazonverkaufsdaten mit IQVIA-Informationen in Zusammenhang bringen, um die Amazon-Aktivitäten im Gesundheitsbereich besser abbilden zu können.

Einige der Ergebnisse daraus sind: In Spanien ist Amazon im Gesundheitsmarkt sehr stark vertreten, in Deutschland am wenigsten. Doch das mag sich irgendwann ändern. Denn die Analyse zeigte weiterhin, dass Amazon höhere Wachstumsraten aufweist als die Online-Apotheken. Doch da die Amazon-Verkäufe zu 75 % Produkte enthalten, die nicht in Apotheken und Drogerien verkauft werden, ist das höhere Wachstum nicht zu Lasten weniger Einkäufe in Apotheken und Drogerien in den Kontext zu setzen. Aber, ein Teil eben doch!



Welcher das ist und welche Produkte und -klassen aus der großen Pharma-Welt beim Online-Riesen hoch im Kurs stehen, lesen Sie hier nach:

[Zum Download](#)

**Kontakt für tiefere Analysen und Einblick:**

**KONTAKT**

**DR. STEFAN LUTZMAYER**

Senior Consultant, IQVIA 

Treffen Sie unsere Experten:

## Besuchen Sie IQVIA auf der expopharm 2025

Für die Zukunft unserer Apotheken.

16. bis 18. September 2025 in Düsseldorf  
Halle 1 | Stand C45

[ZUR ANMELDUNG](#)



## IQVIA Jahrestagung

11.-12. NOVEMBER 2025 | FRANKFURT

[JETZT ANMELDEN](#)

# Die klinische Forschung beschleunigen



## Im Vertragswesen steckt viel Potenzial

Die Tage, an denen Deutschland innerhalb der weltweit durchgeführten, klinischen Studien Spitzenpositionen einnahm, sind vorbei. Leider. Denn neben der verminderten wissenschaftlichen Wettbewerbsfähigkeit stehen die Patienten hierzulande nicht mehr in der ersten Reihe, wenn es um die Verfügbarkeit wichtiger Therapieinnovationen geht. Und auch die mühselig aufgebaute Infrastruktur aus Testzentren, CROs, Sponsoren- und zugehörigen Netzwerkaktivitäten erfährt Einbußen. Das ist schlecht für das Gesundheitssystem insgesamt und es stellt sich die Frage: wie kommen wir da raus?

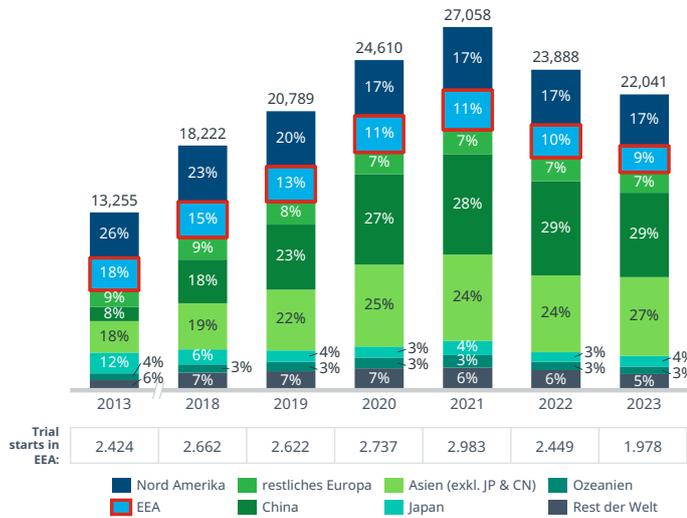
Dr. Marc Rohde, Meike Madelung und Dr. Kai Hänel von IQVIA haben die administrativen Vorgänge bei klinischen Studien in Zusammenarbeit mit zahlreichen Interessensgruppen und in die Forschung eingebundenen Organisationen untersucht.<sup>1</sup> Die Arbeitsgemeinschaft spricht sich für Mustervertragsklauseln aus, mit denen sich Vertragsverhandlungen und Anlaufprozesse der klinischen Forschung beschleunigen lassen. Weiterhin könnte ein harmonisierter Budgetierungsansatz weiteren Fahrtwind ermöglichen. Standardisierung

von Verträgen stehen allerdings häufig individuellen Unternehmensvorgaben entgegen. Die Standardverträge sollten daher national verbindliche Klauseln enthalten, so das Autorenkollektiv. Und tatsächlich, die letzte Legislatur hatte die Thematik aufgegriffen und den Weg für dieses Vorhaben geebnet. Wohl auch, weil Big Pharma allein im Jahr 2023 161 Mrd. US\$ für Forschungsaktivitäten weltweit ausgegeben hatte und dies eine wichtige Finanzquelle darstellt, um die überall in der Welt konkurriert wird (Abb. 1).

<sup>1</sup> Med. Fakultätentag (MFT), Verband Deutscher Universitätsklinika (VUD), Koordinierungszentren f. Klinische Studien (KKS-Netzwerk), Bundesverband Med. Auftragsforschungsinstitute (BVMA), Bundesverband der Pharm. Industrie (BPI), Verband Forschender Arzneimittelhersteller (vfa)

**Abbildung 1: Studienstarts und Ausgaben für klinische Forschung sind in den letzten 10 Jahren gestiegen. Zugleich verliert Europa an Boden in diesem Setting.**

**Anzahl klinischer Studienstarts weltweit nach Region**  
(2013, 2018-2023; Phase 1-4)



**FuE Ausgaben großer Pharmaunternehmen und als prozentualer Anteil des Umsatzes**  
2014-2024, US \$Bn



Note: Medical device trials and terminated/suspended trials were excluded. ROW includes LATAM, Middle East & Africa. Rest of Europe includes Russia. Trial with sites in multiple regions were counted once for each region. Abbreviations: CAGR: compound annual growth rate, ROW: rest of world. Source: Clinical Trial Repository (Access Date: April 30<sup>th</sup>, 2024). IQVIA Expertise; IQVIA Institute

Um in dieser Wettbewerbssituation zu bestehen und von Sponsoren als Studienstandort favorisiert zu werden, stellt sich die Frage nach welchen Kriterien der Standort gewählt wird. Neben dem kommerziellen Ertrag sind dies die Studienleistungen, das Netzwerk an klinischen Experten, der regulatorische Rahmen sowie die Krankheitsprävalenz. Auch Faktoren wie Start-up-Dichte, Zeitaufwand, Bürokratie und natürlich die Kosten spielen eine Rolle. Gerade Letztere schießen bei der Studiendurchführung in mehreren Ländern schnell nach oben, bei gleichzeitigem, harten Wettbewerb in der jeweils ländereigenen Patientenrekrutierung. Infolge verlängern sich die Anbahnzeiten zur Studiendurchführung und manche Länder kommen auch gar nicht zum Zug.

**INTERNATIONALE SITUATION**

Tatsächlich hat weltweit die Anzahl klinischer Studien zugenommen, allerdings wurden diese primär in Amerika und Asien initiiert. Beim Vergleich der Jahre 2013 und 2023 zeigt sich, dass der Anteil von Studienstarts in Europa von 27 % auf 16 % gesunken ist. Und innerhalb Europas hat Spanien Deutschland

überholt als das Land mit den meisten Starts<sup>2</sup>. Dänemark und Belgien erreichen in der Betrachtung "Anzahl Studien pro Kopf" zwar gute Quoten, können jedoch den allgemeinen Abwärtstrend Europas als Standort nicht wettmachen (Abb. 2).

**DEUTSCHE SITUATION**

Mit der im Dezember 2023 verabschiedeten Pharmastrategie beabsichtigt die Bundesregierung, Deutschland als Forschungs- und Produktionsstandort der Pharmaindustrie zu stärken. Eingebettet in die Strategie ist die Maßnahme, Standardvertragsklauseln für klinische Studien zu etablieren. Diese basieren auf Mustervertragsklauseln, die durch Sponsoren, Site- und CRO-Verbände<sup>1</sup> zuvor erarbeitet wurden.

IQVIAs Experten-Team führte in Deutschland zwischen Oktober 2023 und Januar 2024 eine strategische Untersuchung an 14 klinischen Forschungsstandorten durch. Es zeigte sich, dass 75 % dieser Sites bereits mit den Mustervertragsklauseln arbeiteten. Fast die Hälfte der Standorte akzeptierten sie vollständig oder mit nur geringen Anpassungen und 30 %

<sup>2</sup> Seit 2016 wurden in Spanien Maßnahmen zur Straffung und Harmonisierung der Genehmigungsverfahren und des bürokratischen Aufwandes für klinische Studien initiiert, wie bspw. ein einziger Genehmigungsantrag pro Studie u. a.

**Abbildung 2: Kleinere Länder liegen bei der Betrachtung 'Wie viele Studien pro Kopf' vorn. Das hat Auswirkungen für die Teilnahmemöglichkeit der Patienten an Studien.**

**Commercial clinical trials in EEA countries per capita (100 000) in 2023**

Country	#trials per capita	Country	#trials per capita
1 Denmark	2.00	16 Sweden	0.84
2 Belgium	1.84	17 Portugal	0.82
3 Bulgaria	1.72	18 Poland	0.82
4 Estonia	1.71	19 Croatia	0.79
5 Hungary	1.68	20 Slovenia	0.67
6 Latvia	1.58	21 Ireland	0.60
7 Czech Republic	1.35	22 Italy	0.58
8 Slovakia	1.28	23 France	0.57
9 Austria	1.22	24 Germany	0.49
10 Netherlands	1.17	25 Romania	0.42
11 Lithuania	1.14	26 Luxembourg	0.29
12 Norway	1.04	27 Cyprus	0.08
13 Greece	1.02	UK	0.64
14 Spain	1.00	Switzerland	1.22
15 Finland	0.96	US	0.51

Note: Limited data coverage on Lichtenstein, Malta and Iceland; Phase 1-4 commercial trials considered. Medical device trials and terminated/suspended trials were excluded. Source: Clinical Trial Repository (Access Date: April 30<sup>th</sup> 2024)

Notiz: Begrenzte Datenabdeckung für Liechtenstein, Malta und Island; kommerzielle Studien der Phasen 1–4 werden in Betracht gezogen. Medizinproduktstudien und abgebrochene/unterbrochene Studien wurden ausgeschlossen; Quelle: Repository für klinische Studien (Zugriffsdatum: 30. April 2024) / IQVIA-Expertise. Die geringe Attraktivität von Deutschland wird auf die Verhandlungszeiträume sowie die langsame Patientenrekrutierung zurückgeführt.

teilweise, bzw. sehen in ausgewählten Abschnitten der Muster Nachbearbeitungsbedarf. Nur eine Site gab an, die Muster nicht zu akzeptieren. Die Standorte artikulierten als Erwartung der Vertragsstandardisierung eine Beschleunigung der Zykluszeiten und eine Reduktion der Überprüfungsstunden für relevante Vereinbarungen um 20 bis 80 %.



Die IQVIA-Studie zu Vertragsklauseln und weiterführende Informationen finden Sie hier: [Zum Download](#)

**FAZIT**

Mit dem im vergangenen Sommer (2024) verabschiedeten Medizinforschungsgesetz<sup>3</sup> ist den nationalen Vertragsvorlagen für klinische Forschung in Deutschland der Weg geebnet. Sie tragen dazu bei, die Anziehungskraft für klinische Studien in Deutschland zu fördern, indem die Anlaufzeit für die Studien deutlich verkürzt werden können. Spanien ist ein Beispiel hierfür und auch Frankreich, wo durch eine nationale Vorlage aus dem Jahr 2014 eine Reduktion der Zykluszeit um 40 % erreicht wurde.

**KONTAKT**

**DR. MARC RHODE**

Director, Site & Patient Network, Clinical Operations, IQVIA



<sup>3</sup> [Deutscher Bundestag - Bundestag beschließt Gesetz zur Stärkung der medizinischen Forschung](#)

# IQVIA Institute-Report zu Onkologie-Trends 2025



Die Onkologie ist und bleibt ein wichtiger Bereich für Innovationen im medizinischen Screening und der Früherkennung: Der Zugang zu neuartigen Behandlungsmethoden ist allerdings nicht überall auf der Welt gleich vorhanden. Diskrepanzen bestehen bspw. zwischen den entwickelten Ländern und solchen mit niedrigem und mittlerem Einkommen, aber auch zwischen verschiedenen demografischen Gruppen. Hinzu kommt: Behandlungskosten für immer mehr Patienten, die über längere Zeiträume mit fortschrittlichen Krebstherapien bessere klinische Outcomes erzielen, belasten die Gesundheitsbudgets stärker.

Das neue [Whitepaper Global Oncology Trends 2025](#) des [IQVIA Institute](#) stellt den aktuellen Stand der Onkologie in Forschung und Entwicklung dar und untersucht die Ausgabendynamiken in der Onkologie in den nächsten fünf Jahren. Es bietet Überblick über die therapeutischen Schlüsselmechanismen und Zielstrukturen, die bei bestimmten Krebsarten eine Rolle spielen und beschreibt zudem auch die ganz neuen Bereiche der Krebsforschung und -versorgung. Dabei untersuchen die Autoren auch Metriken zur Produktivität der klinischen Entwicklung.

Einige der Key Facts aus dem neuen Report:

- Die Anzahl neuer Onko-Studien stieg 2024 auf 2.162. Das sind 12 % mehr als 2019 gestartete Studien. Der Forschungsschwerpunkt liegt primär auf seltenen Krebserkrankungen und soliden Tumoren.
- Neuartige Zell- und Gentherapien, Antikörper-Wirkstoff-Konjugate (ADCs) und multispezifische Antikörper sind in 35 % der Onko-Studien vertreten.

- Die Gesamtproduktivität der klinischen Entwicklung hat sich verbessert, bleibt aber herausfordernd, da sie unter dem Durchschnitt der Produktivität aller anderen Krankheitsbereiche zusammen liegt.
- 2024 wurden weltweit 25 neuartige aktive Substanzen (NAS) in der Onkologie eingeführt – deutlich mehr als früher. Insgesamt gab es in den letzten 20 Jahren 282 NAS-Einführungen, und gerade in China ist eine bemerkenswerte Beschleunigung seit 2019 zu beobachten.
- Der Pro-Kopf-Verbrauch von PD-1/PD-L1-Inhibitoren ist in vielen einkommensstarken Ländern schnell gestiegen. Sie kommen zum

Einsatz bei prämetastatischen Krebserkrankungen und früheren Therapiepfaden bei vielen Krebserkrankungen.

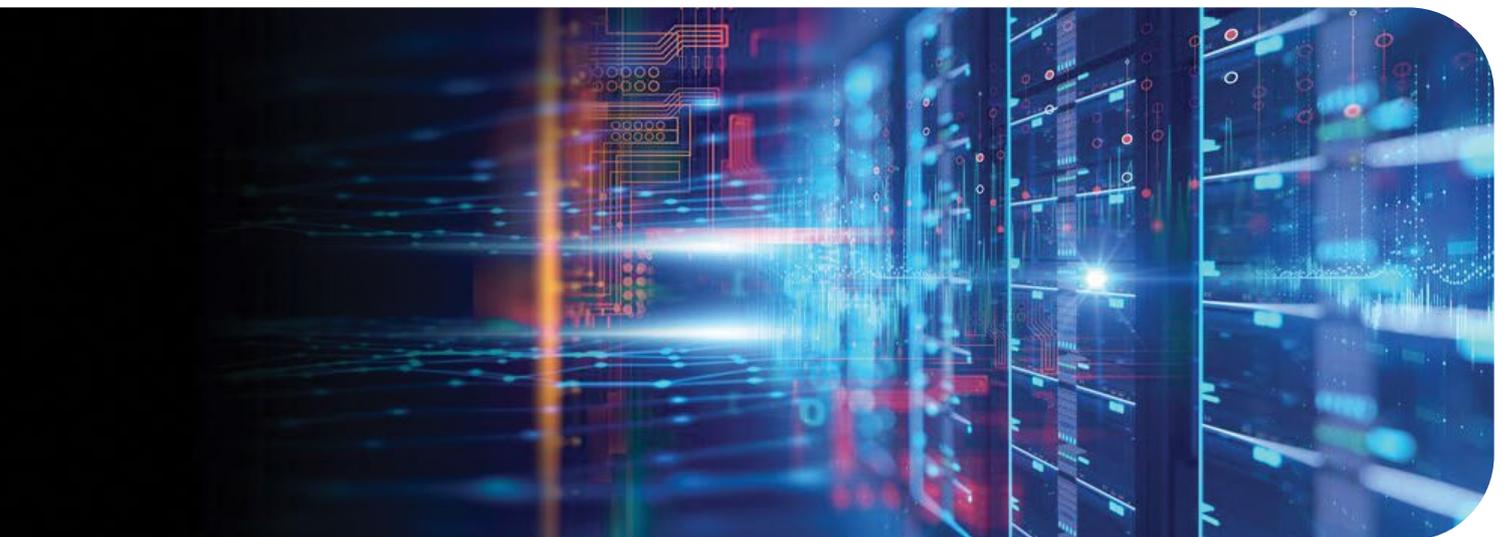
- Die Ausgaben für Krebsmedikamente (Listenpreise) stiegen 2024 weltweit auf 252 Mrd. US-Dollar. Für sieben der zehn wichtigsten Tumorarten wird ein zweistelliges Ausgabenwachstum prognostiziert.



[Zum Download](#)

## Event-Highlight IQVIA @ DMEA 2025

**DMEA** Connecting Digital Health  
8.–10. April 2025



Dass IQVIA auf einem der wichtigsten Digital Health Events in Europa, der lange ausgebuchten DMEA in Berlin (8 - 10. April 2025), mit breitem Portfolio vertreten war, ist wichtig – und zwar für Aussteller und Besucher gleichermaßen. Denn: IQVIA bietet mittlerweile für nahezu alle Bereiche des Gesundheitswesens Lösungen an.

Beispielsweise wurde nachgefragt, wie das papierbasierte oder nur teil-digitalisierte Abrechnungswesen in den stationären und ambulanten Versorgungsstrukturen verbessert werden kann. Ja, auch in diesen Bereichen des Gesundheitssystems hat IQVIA mit ihren Tochterunternehmen eine breite Expertise und Know-how aufgebaut, das essenziell ist für die Digitalisierung des deutschen Gesundheitssystems.

Auf der DMEA konnte IQVIA also eindrücklich demonstrieren, wie sehr viele der teils noch analogen Strukturen im Gesundheitssystem vom digitalen Wandel profitieren könnten. Speziell die Situation in der **vielschichtigen Wechselbeziehung von Krankenkassen (Payer), Behandlern und Versorgungshäusern (Provider) sowie zuständigen Behörden (Government)**. Zahlreiche Administrationsschritte sind hier zu finden und ebenso viele Einzelinitiativen, um die Patientenversorgung zu digitalisieren. PPG steht damit auch bei IQVIA im Zentrum vieler Digitalisierungsoffensiven und offenbart sich als ein herausfordernder, aber machbarer Komplex.

In den sehr gut besuchten zehn Kurzvorträgen von IQVIA wurde bspw. die digitale Vision vom einfachen Zugriff auf DIGAs für alle Patienten thematisiert, die KI-Zukunft der GKV-Abrechnungen wurde besprochen, und die Bedeutung der eLB für digitale und effizientere Abrechnungsprozesse konnte sichtbar gemacht werden.

„Die Digitalisierung findet momentan vielerorts in Einzelbausteinen statt. Und auch wenn die Herausforderungen und Ansprüche in Zeiten von KI größer werden, so wird das Gesundheitssystem durch die Digitalisierung insgesamt effizienter werden“, resümiert IQVIAs PPG-Gruppe ihre DMEA-Erfahrung.

An den drei Messetagen hatten mehr als 550 Gesundheitsexperten IQVIAs Stand aufgesucht und in weit über 150 dokumentierten Fachgesprächen PPG-Lösungen und -Konzepte eingängig diskutiert. „Mit diesem Auftritt haben wir den Grundstein für unsere weiteren PPG-Aktivitäten gesetzt“, sagt IQVIAs GM Dr. Frank Wartenberg nicht ohne Stolz auf das DMEA-Team für Organisation, Engagement und Enthusiasmus.

---

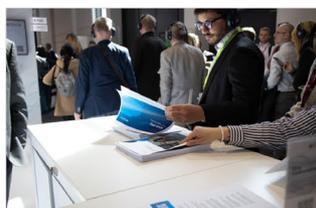
## KONTAKT

**DIRK LINK,**  
Marketingmanager, IQVIA

+49 (0) 234 58 88 21-0 

---

## Die DMEA zählte über 20.000 Besucher und rund 900 (inter-)nationale Aussteller. Sie widmet sich den neusten Digitaltrends für Gesundheit



## ÜBER IQVIA

IQVIA (NYSE: IQV) ist ein führender, globaler Anbieter von zukunftsweisender Analytik, Technologielösungen und klinischer Auftragsforschung für Life Science Unternehmen und alle Akteure des Gesundheitswesens. Mit modernen Analysemethoden, transformativen Technologien, Big Data und ausgewiesener Branchenexpertise stellt IQVIA intelligente Verbindungen her unter Berücksichtigung aller relevanten Aspekte des Gesundheitswesens.

IQVIA Connected Intelligence™ realisiert wichtige Erkenntnisse auf Basis qualitativ hochwertiger Informationen aus den Gesundheitswesen weltweit. Gekoppelt mit den neusten technologischen Innovationen wie der IQVIA Healthcare-grade AI® und der Domainexpertise von IQVIA entstehen Insights in die Gesundheitsbranchen in besonders hoher Umsetzungsgeschwindigkeit. Auf dieser Grundlage

unterstützt IQVIA seine Kunden darin, die klinische Forschung zu beschleunigen sowie die Vermarktung und Bereitstellung innovativer medizinischer Behandlungen voranzutreiben, stets im Sinne bessere Ergebnisse in der Gesundheitsversorgung zu erzielen. Mit etwa 88.000 Mitarbeitern ist IQVIA in mehr als 100 Ländern tätig.

IQVIA ist weltweit führend in Datenschutz und -sicherheit. Das Unternehmen nutzt ein breites Spektrum an Technologien und Sicherheitsmaßnahmen bei der Generierung, Analyse und Verarbeitung von Informationen.

Weitere Informationen finden Sie auf [www.iqvia.de](http://www.iqvia.de)

## IQVIA COPYRIGHT:

IQVIA Flashlight ist ein regelmäßig erscheinender Newsletter. Alle Angaben und Informationen in diesem Newsletter wurden sorgfältig zusammengestellt und geprüft. Für die Richtigkeit, Aktualität und Vollständigkeit der Informationen wird keine Haftung übernommen.

## HERAUSGEBER:

IQVIA Commercial GmbH & Co. OHG, Registergericht Frankfurt am Main HR A 29291. Persönlich haftende Gesellschafter sind: IQVIA Beteiligungsgesellschaft mbH, Frankfurt am Main, Registergericht Frankfurt am Main, HR B 46001

## GESCHÄFTSFÜHRER:

Dr. Frank Wartenberg (Vorsitzender), Karsten Immel

## REDAKTION:

Sabine Kluge

IQVIA Pressestelle

E-Mail: [Sabine.Kluge@iqvia.com](mailto:Sabine.Kluge@iqvia.com)

---

## KONTAKT

IQVIA Commercial GmbH & Co. OHG

Unterschweinstiege 2 - 14

60549 Frankfurt am Main

Tel. +49 69 6604-0

**iqvia.de**

