

DAS SANITÄTSHAUS AUS MARKT- UND KONSUMENTENSICHT

Eine Studie des BVS Handelsverband
Sanitätsfachhandel und GesundheitsProfi,
durchgeführt vom IFH Köln

17.3.2023

Dr. Ralf Deckers, IFH KÖLN



1

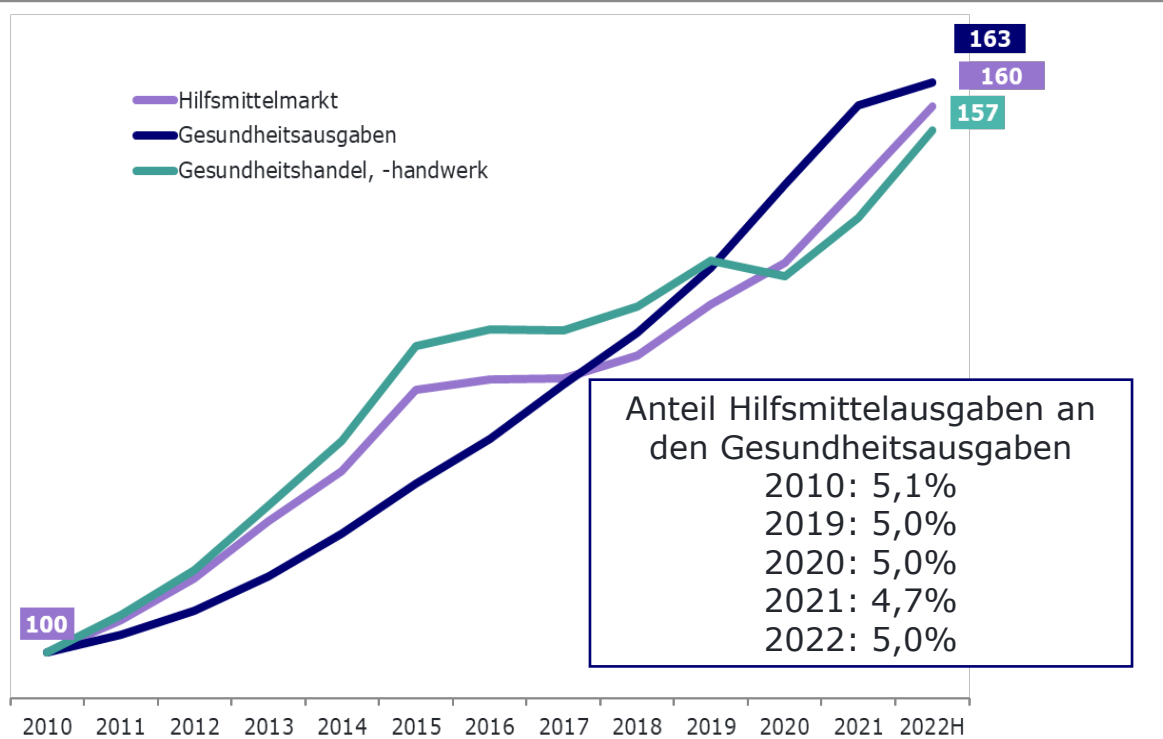
SANITÄTSFACHHANDEL ALS TEIL DES HILFS- MITTELMARKTES

*„Das Sanitätshaus ist
wichtigster Distributeur der
Branche“*



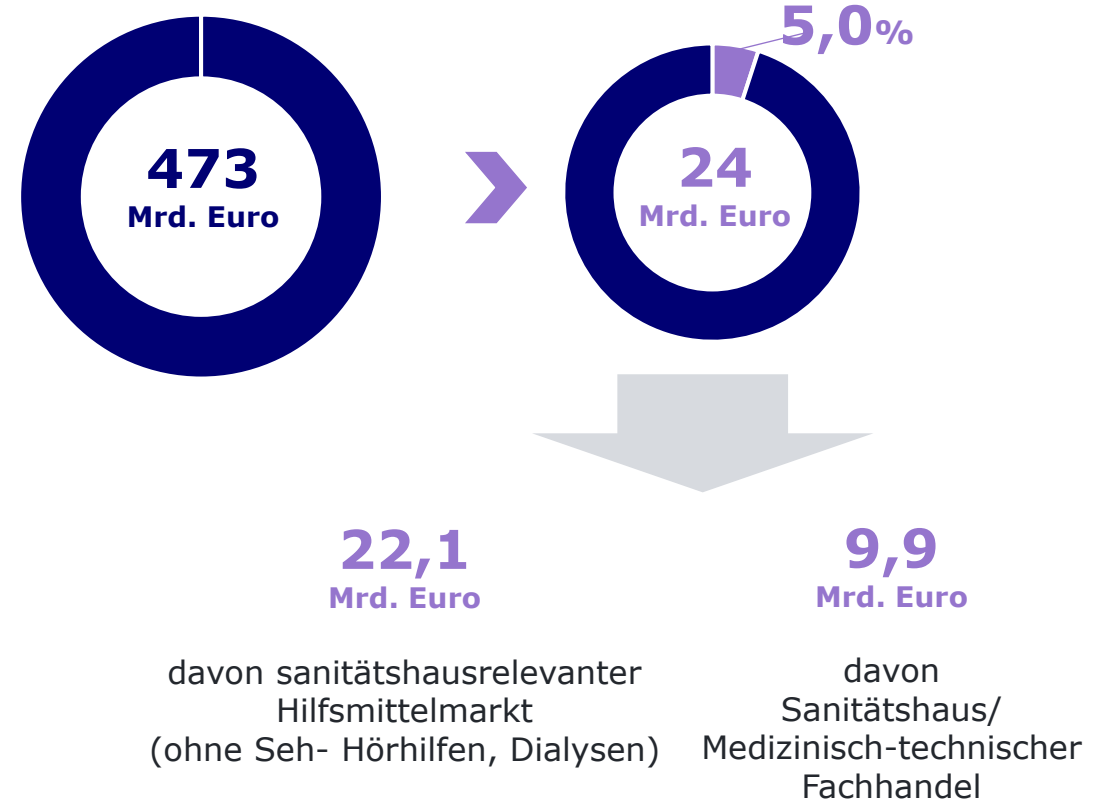
Gesundheitsausgaben: steigende Hilfsmittelausgaben bei konstantem Anteil unter Berücksichtigung des Corona-Effektes. Gesundheitshandel/-handel profitiert vom Marktwachstum.

Gesundheitsausgaben, Ausgaben für Hilfsmittel und Ausgaben im Gesundheitshandel-/Handwerk* (Index 2010=100)



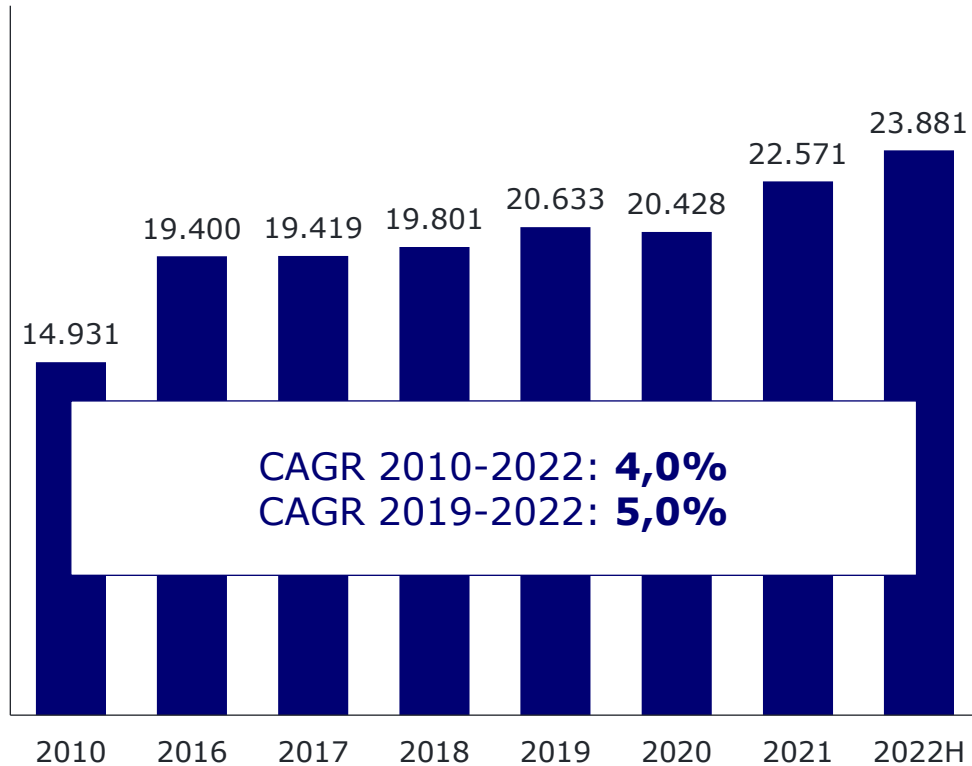
INFO *Gesundheitshandel-/Handwerk = Sanitätsfachhandel, Augenoptiker, Hörgeräteakustiker

Gesundheitsmarkt gesamt und Anteil Hilfsmittel, 2021 HR

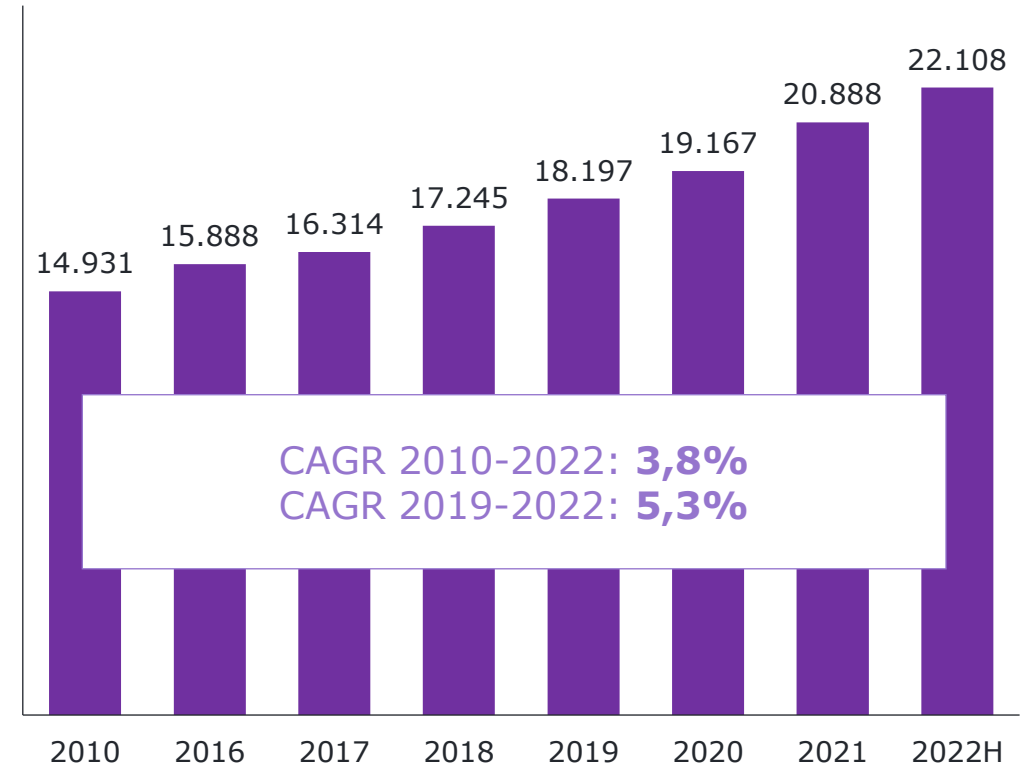


Der „sanitätshausrelevante“ Hilfsmittelmarkt summiert sich auf ein Marktvolumen von 22 Mrd. EUR und wächst stabil mit einer jährlichen Wachstumsrate von mehr als 5 Prozent.

Hilfsmittelausgaben in Mio. EUR



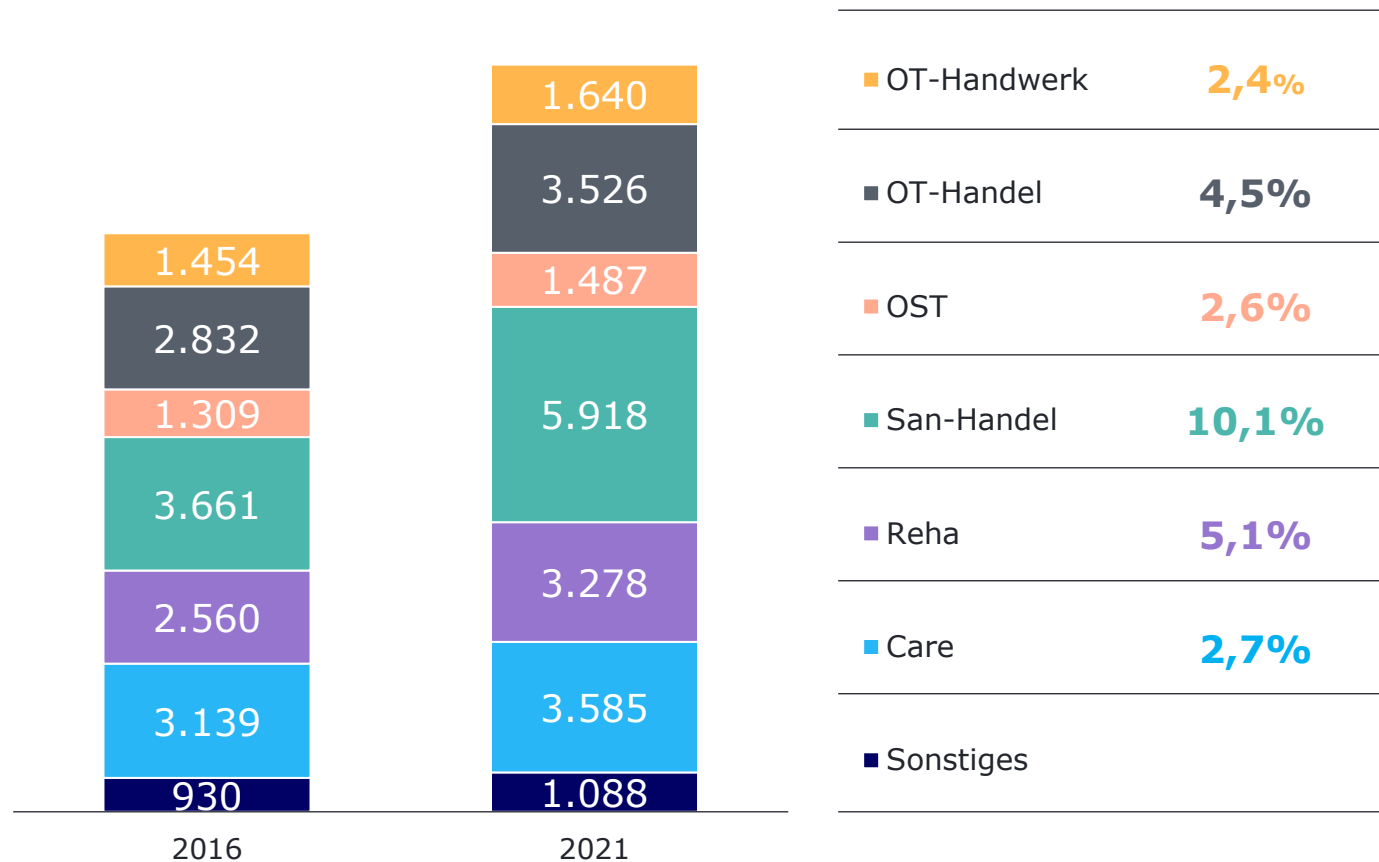
„Sanitätshausrelevanter“ **Hilfsmittelmarkt** in Mio. EUR
Hilfsmittel ohne Hör- und Sehhilfen, Dialyse



INFO Hilfsmittel: OT/OST/Reha/Care, Seh- und Hörhilfen, Dialyse

Bei beachtlichen Wachstumsraten über alle Segmente zeigt sich vor allem der Bereich San-Handel wachstumsstark. Top Wachstumstreiber sind dem medizinisch-technischen Bereich zuzuordnen.

Warengruppen Hilfsmittelmarkt in Mio. EUR und CAGR 2016-2021 (HR)



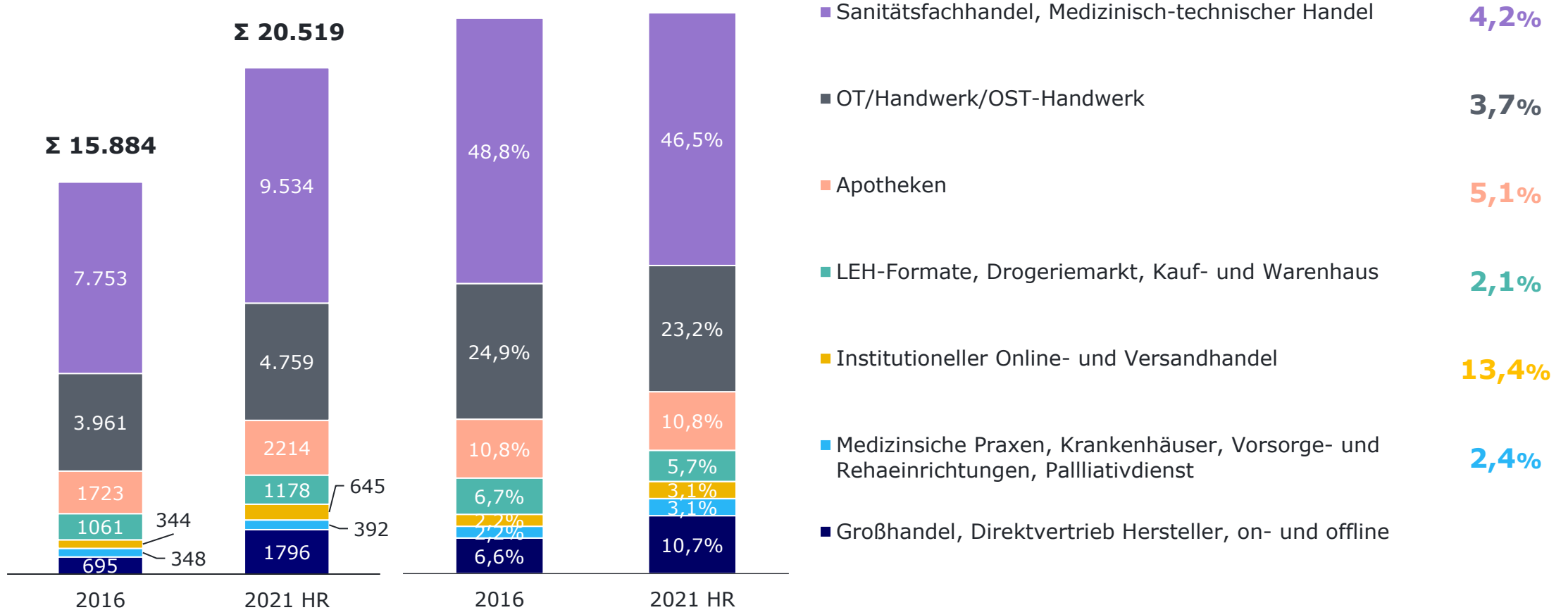
TOP 10 WACHSTUMSTREIBER

- Messgeräte für Körperzustände
- Elektrostimulationsgeräte
- Inhalations- und Atemtherapie
- Adaptionshilfen
- Absauggeräte
- Therapeutische Bewegungsgeräte
- Kompression
- Kommunikationshilfen
- Sitzhilfen
- Mobilitätshilfen

Der Sanitätsfachhandel ist wichtigster und stabiler Distributeur der Branche. Auf kleinem Niveau realisiert der institutionelle Onlinehandel hohe Wachstumsraten.

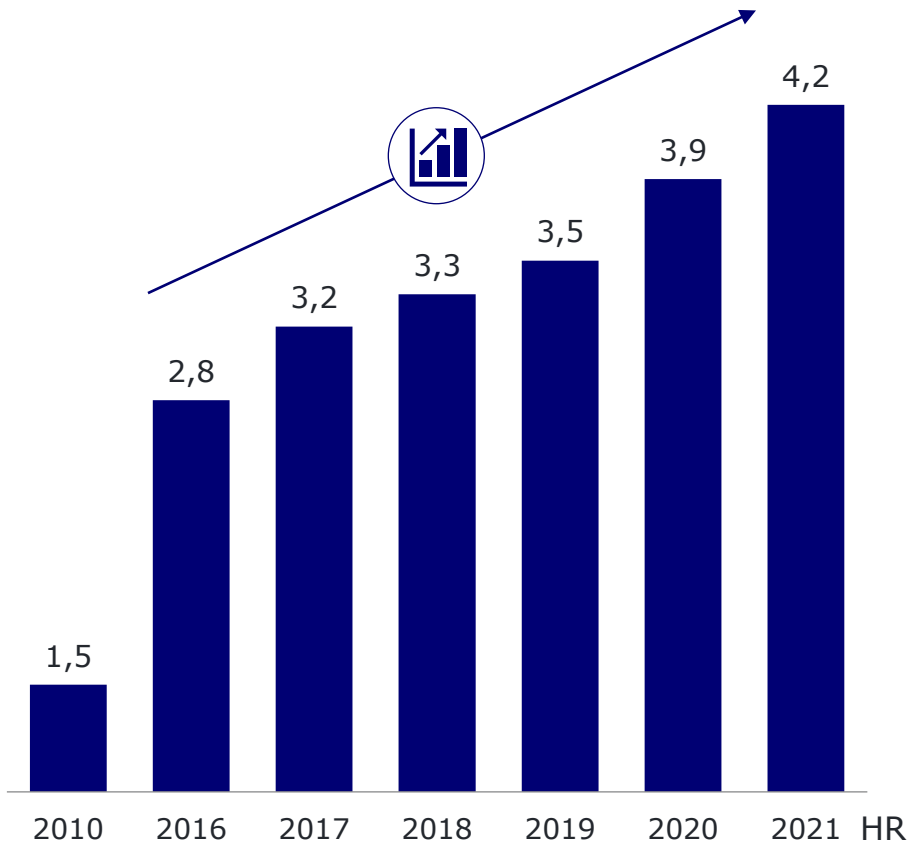
Umsatz Distributeure Hilfsmittelmarkt absolut & in Prozent

**CAGR
2016-2021 (HR)**

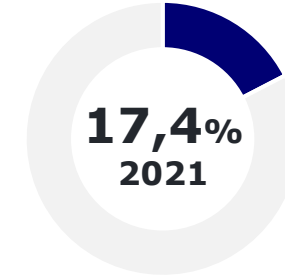
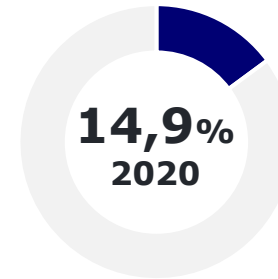


Der sanitätshausrelevante Hilfsmittelmarkt realisiert einen Onlineanteil von 4,2 Prozent und liegt damit deutlich unter dem Einzelhandel. 23 Prozent der Onlinevolumina werden beim stationären Handel getätigt.

Umsatzanteil Hilfsmittelmarkt online, in %



Zum Vergleich: Umsatzanteile online im Nonfood-Einzelhandel



Distributionsstruktur Onlinehandel Hilfsmittelmarkt

Katalogversender Online (inkl. Teleshopping online)	6,6%
Internet-Pure-Player	54,5%
Hersteller online	1,1%
Stationäre Händler online	23,1%
Sonstige (Großhandel, Dienstleister B2B)	14,6%

CAGR 2016-2021: **16,4%**

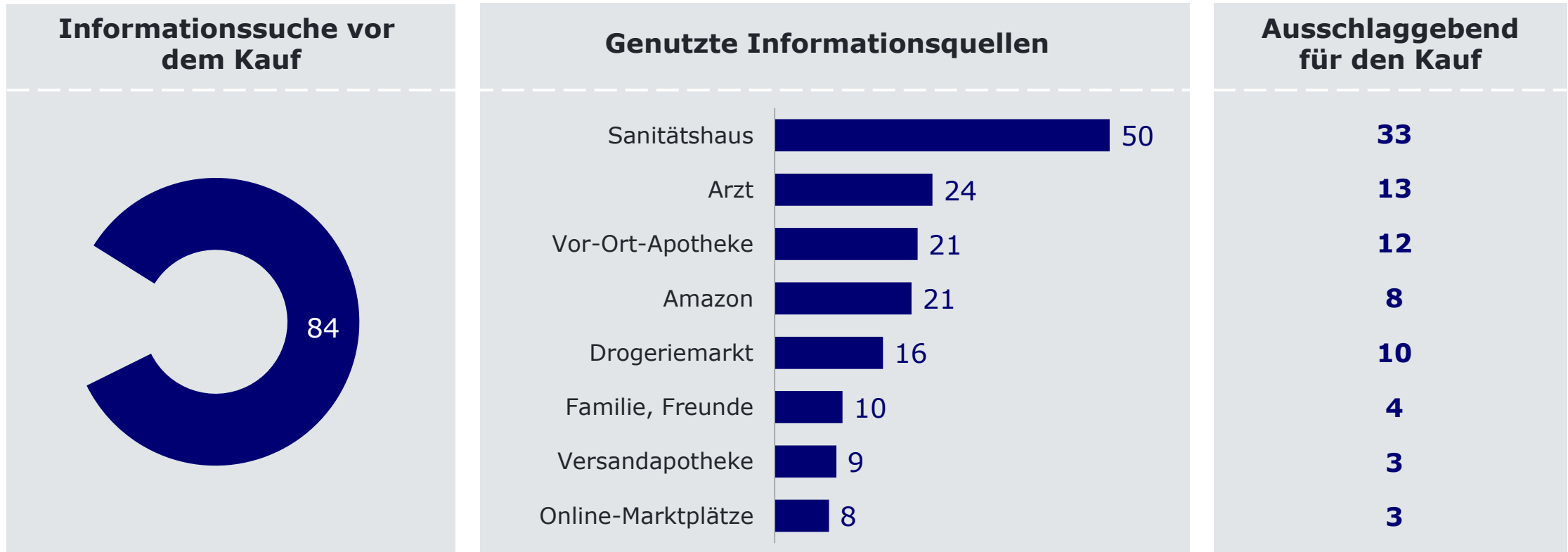
2 KONSUMENTENSICHT INFORMATIONSQLLE SANITÄTSHAUS

***„Das Sanitätshaus ist die
wichtigste Informationsquelle
der Branche“***



Das Sanitätshaus ist die Hauptinformationsquelle beim Hilfsmittelkauf und übergreifend ausschlaggebend für den Kauf.

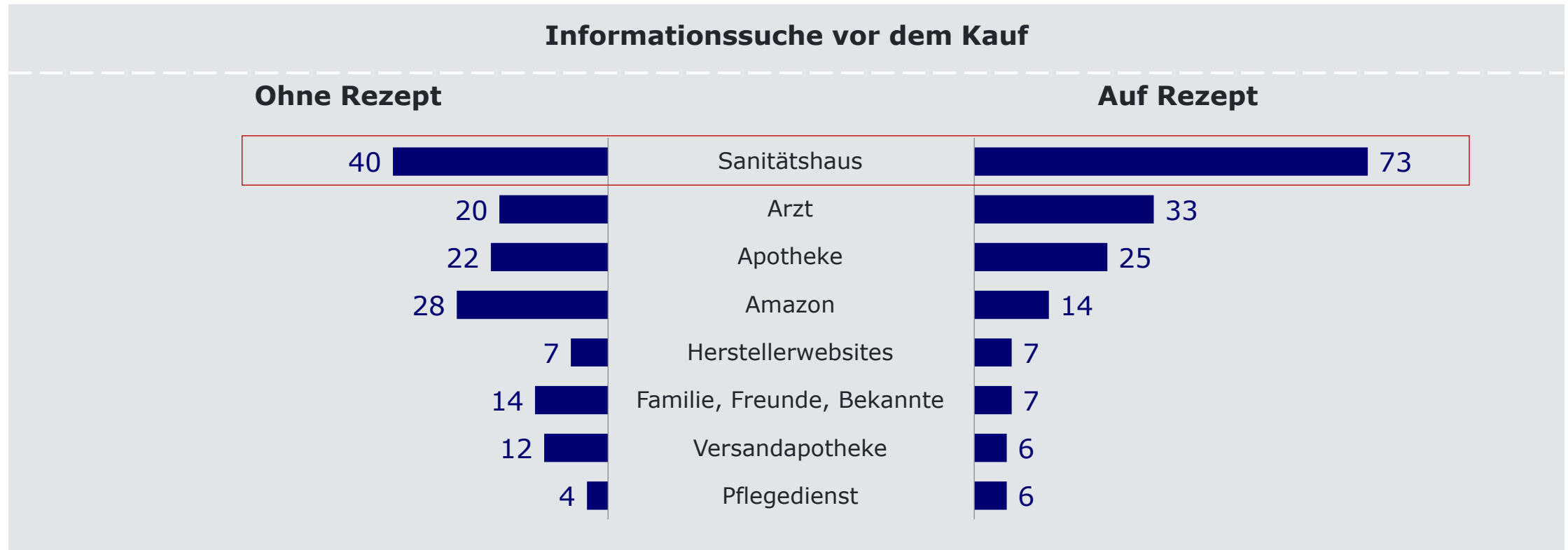
FRAGE Welche Informationsquelle haben Sie vor dem Produktkauf genutzt? Und welche Informationsquelle war besonders ausschlaggebend für die Kaufentscheidung?



INFO n = 500, Angaben in Prozent; Lesebeispiel: 84% haben sich vor dem Hilfsmittelkauf informiert. Davon sind 50% in ein Sanitätshaus gegangen. Für 33% war das Sanitätshaus letztendlich ausschlaggebend für die Kaufentscheidung.

Das Sanitätshaus ist übergreifend die wichtigste Informationsquelle vor dem Hilfsmittelkauf. Das gilt nicht nur für verordnete, sondern auch für nicht verordnete Produkte.

FRAGE Welche der folgenden Informationsquellen haben Sie generell vor dem Produktkauf genutzt?



INFO Linke Abbildung: n = 304, rechte Abbildung: n = 232, Mehrfachnennung, Angaben in Prozent

Sanitätshaus ist für „Kernprodukte“ die wichtigste Informationsquelle. Selbst bei Inkontinenzprodukten, Messgeräten und Geräten der Inhalations- und Atemtherapie ist das Sanitätshaus relevant.

FRAGE Welche der folgenden Informationsquellen haben Sie generell vor dem Produktkauf genutzt?



- 1. Sanitätshaus (85%)**
2. Onlinehändler (15%)
3. Markenwebsite (15%)



- 1. Sanitätshaus (72%)**
2. Arzt (30%)
3. Amazon (12%)



- 1. Sanitätshaus (46%)**
2. Arzt (18%)
3. Drogeriemarkt (18%)



1. Apotheke (47%)
2. Arzt (30%)
- 3. Sanitätshaus (21%)**



- 1. Sanitätshaus (77%)**
2. Arzt (15%)
3. Apotheke (12%)



- 1. Sanitätshaus (65%)**
2. Arzt (42%)
3. Markenwebsite (12%)



- 1. Sanitätshaus (35%)**
2. Freunde (27%)
3. Amazon (23%)



1. Amazon (31%)
2. Apotheke (27%)
- 3. Sanitätshaus (15%)**



- 1. Sanitätshaus (73%)**
2. Arzt (22%)
3. Fachgeschäft** (10%)



- 1. Sanitätshaus (55%)**
2. Amazon (33%)
3. Marktplätze (19%)

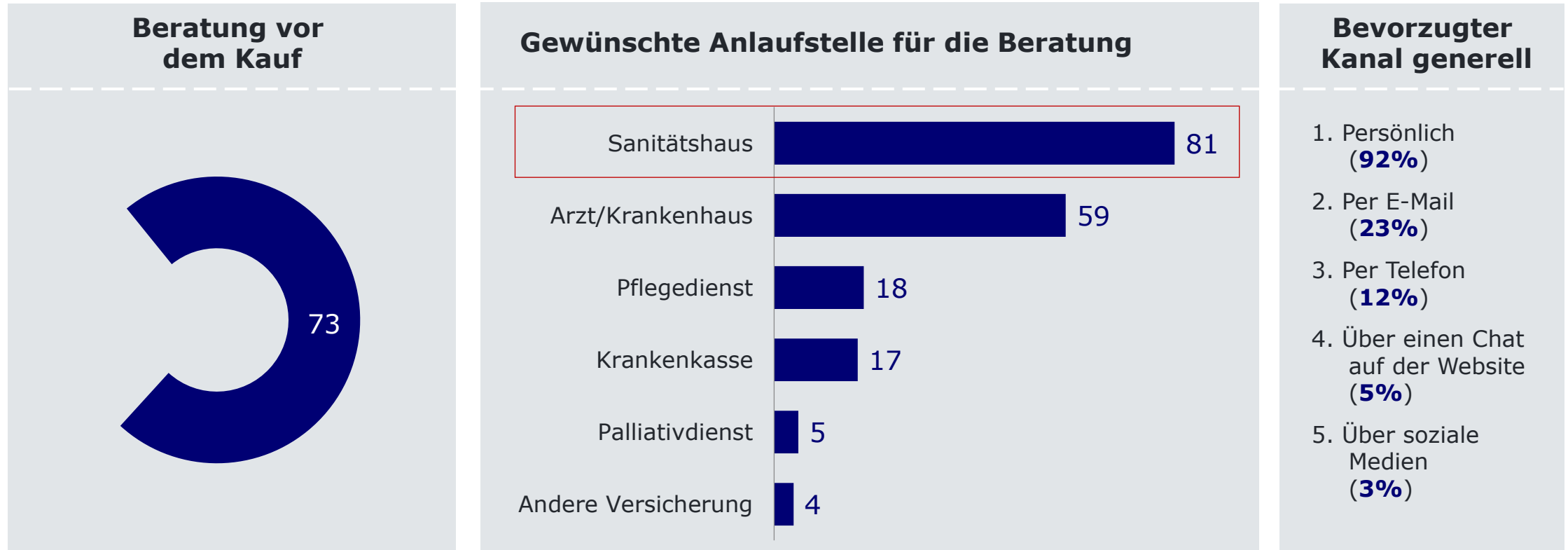


1. Drogeriemarkt (44%)
- 2. Sanitätshaus (29%)**
3. Apotheke (17%)

INFO 26 ≤ n ≤ 146, *Tendenzaussagen aufgrund geringer Fallzahl (<30) **z.B. Orthopädiefachgeschäft, Schuhfachgeschäft

Wenn Beratung notwendig ist, soll sie im Sanitätshaus erfolgen. Generell bevorzugt die Mehrheit die persönliche Beratung im Sanitätshaus, alternative Kanäle sind nicht von Relevanz.

FRAGE Wer soll Sie zu Hilfsmitteln beraten?, Über welche Kanäle wollen Sie zu Hilfsmitteln beraten werden?



INFO n = 500, Mehrfachnennung möglich, Angaben in Prozent, Lesebeispiel: 73% der Konsument:innen wollen eine Beratung vor dem Kauf; 81% davon beim Sanitätshaus. Insgesamt wünschen sich 92% eine persönliche Beratung.

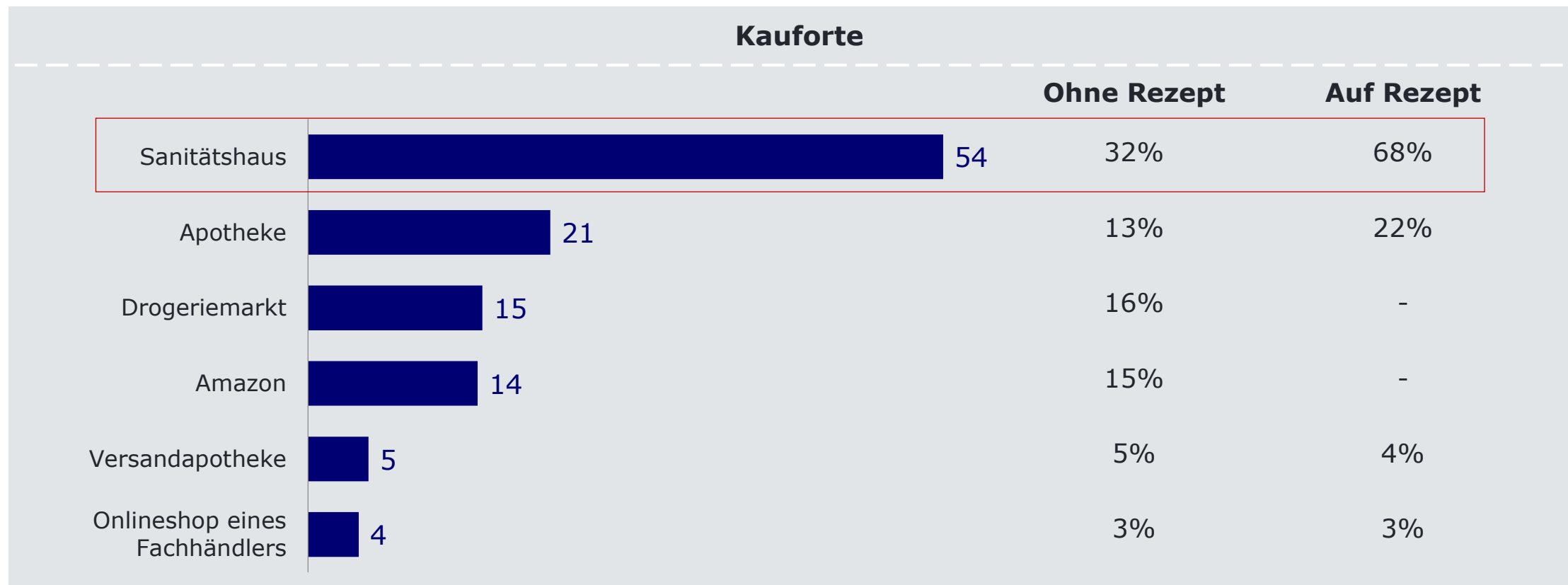
3 KONSUMENTENSICHT: KAUFORT SANITÄTSHAUS

*„Das Sanitätshaus der
bedeutendste Kaufort der
Branchen punktet mit
Beratungskompetenz“*



Mit deutlichem Abstand werden die meisten Hilfsmittel in einem Sanitätshaus gekauft. Insbesondere bei Produkten auf Rezept ist das Sanitätshaus Anlaufstelle Nummer eins.

FRAGE Wo haben Sie das Produkt aus der Kategorie [Kategorie] gekauft?

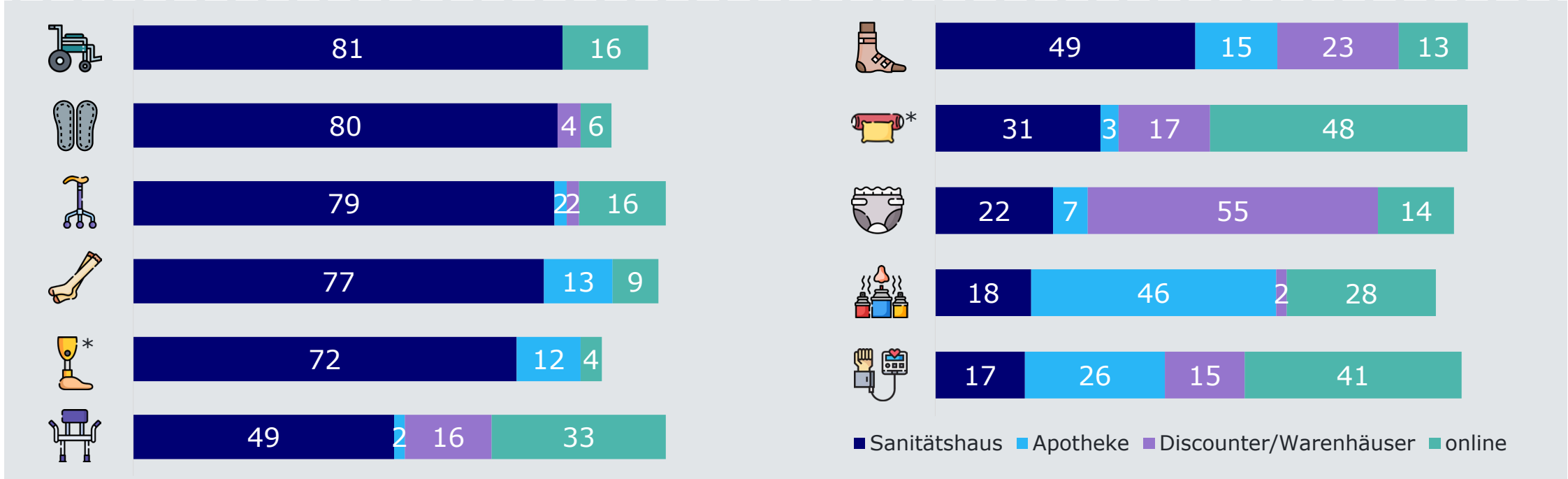


INFO 242 ≤ n ≤ 487, Angaben in Prozent

Das Sanitätshaus ist produktgruppenübergreifend wichtigster Kaufort des Hilfsmittelmarktes, besonders ausgeprägt bei Reha, OT/OST-Produkten.

FRAGE Wo haben Sie das Produkt aus der Kategorie [Kategorie] gekauft?

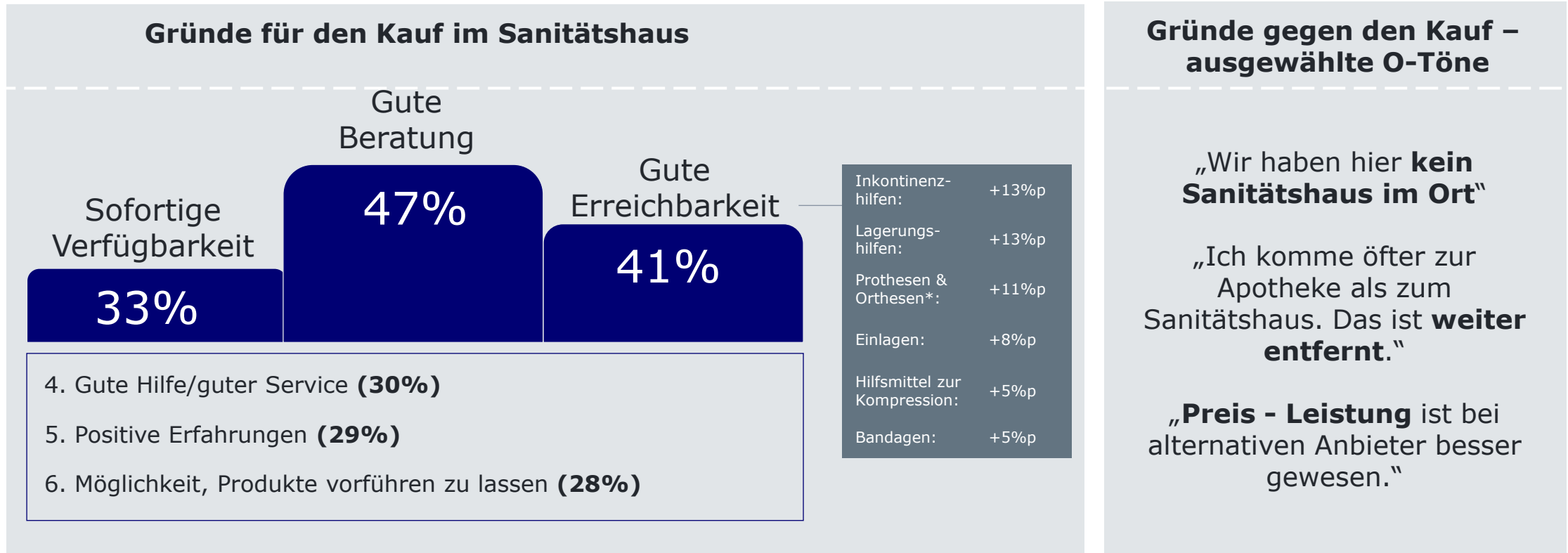
Kaufort — nach Produktgruppen



INFO 29 ≤ n ≤ 167, Angaben in Prozent, *Tendenzaussagen aufgrund geringer Fallzahl (<30)

Hauptgründe im Sanitätshaus zu kaufen sind die gute Beratung durch das Fachpersonal. Mangelnde Erreichbarkeit und Preise sind Besuchshemmnisse.

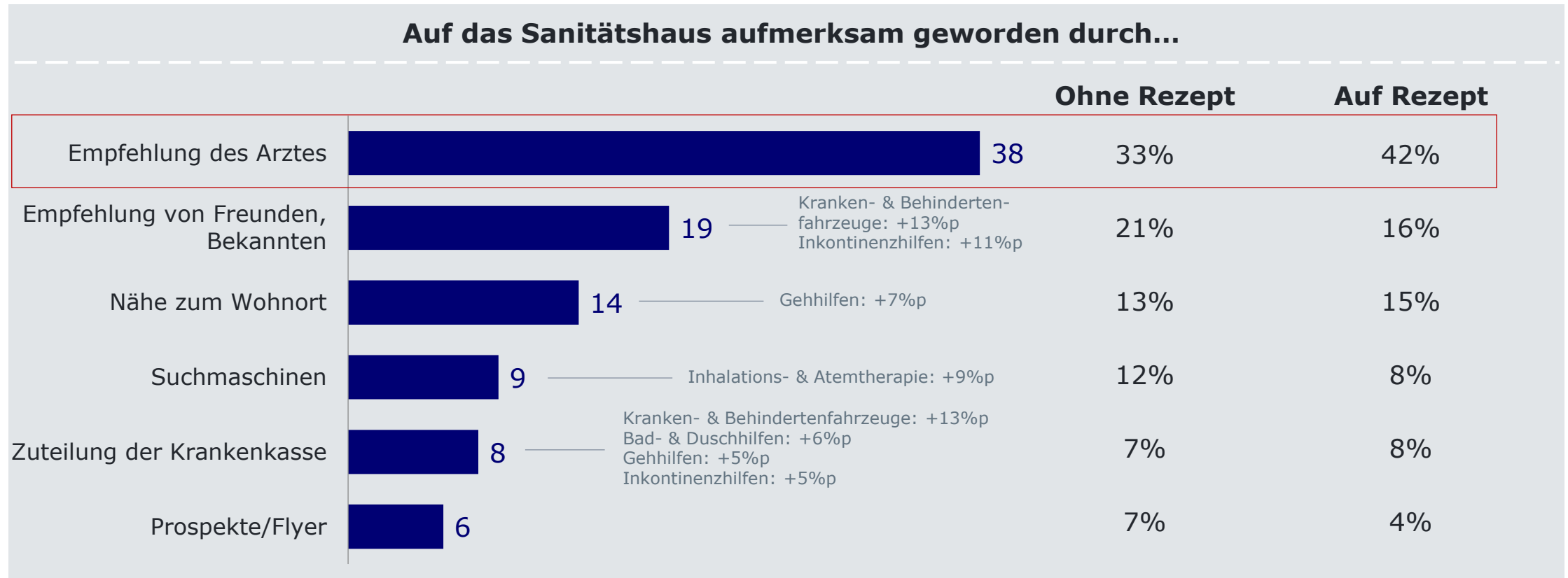
FRAGE Aus welchen Gründen haben Sie in einem Sanitätshaus eingekauft?, Warum haben Sie nicht im Sanitätshaus eingekauft?



INFO Linke Abbildung: n = 351, Mehrfachnennung möglich, rechte Abbildung: offene Nennungen, *Tendenzaussagen aufgrund geringer Fallzahl (<30)

Aufgrund einer Empfehlung des Arztes gehen rund vier von zehn Konsument:innen ins Sanitätshaus. Wenn kein Rezept vorliegt, ist der Anteil geringer.

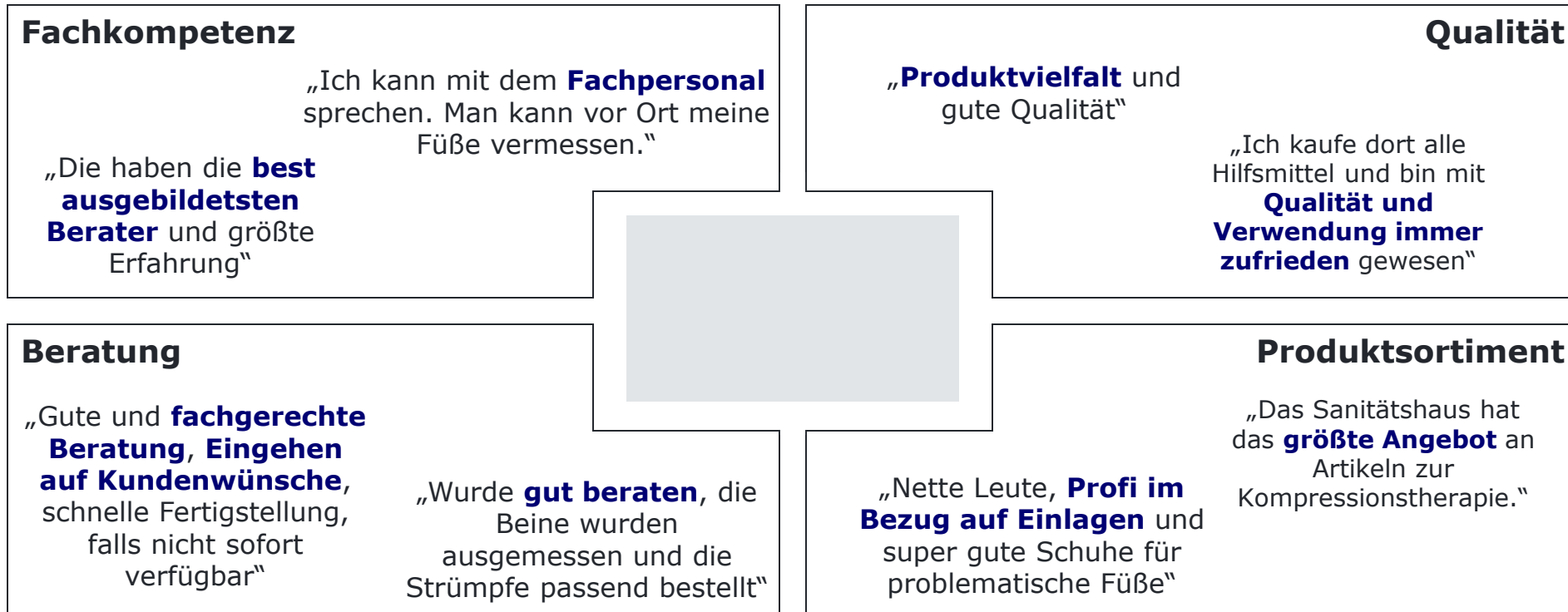
FRAGE Wie sind Sie auf das Sanitätshaus aufmerksam geworden?



INFO 204 ≤ n ≤ 335, Mehrfachnennung möglich, Angaben in Prozent

Das Sanitätshaus punktet mit **Fachkompetenz und Beratung**. Aber auch das **Produktsortiment und die Qualität der Produkte** erleben die Konsument:innen als positiv.

FRAGE Aus welchen Gründen schätzen Sie das Sanitätshaus als glaubwürdig ein?

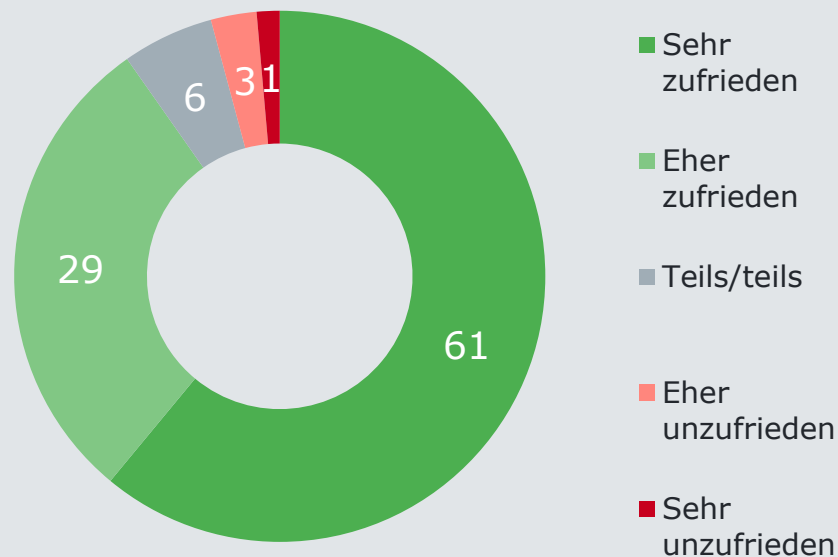


INFO n = 500, offene Nennungen

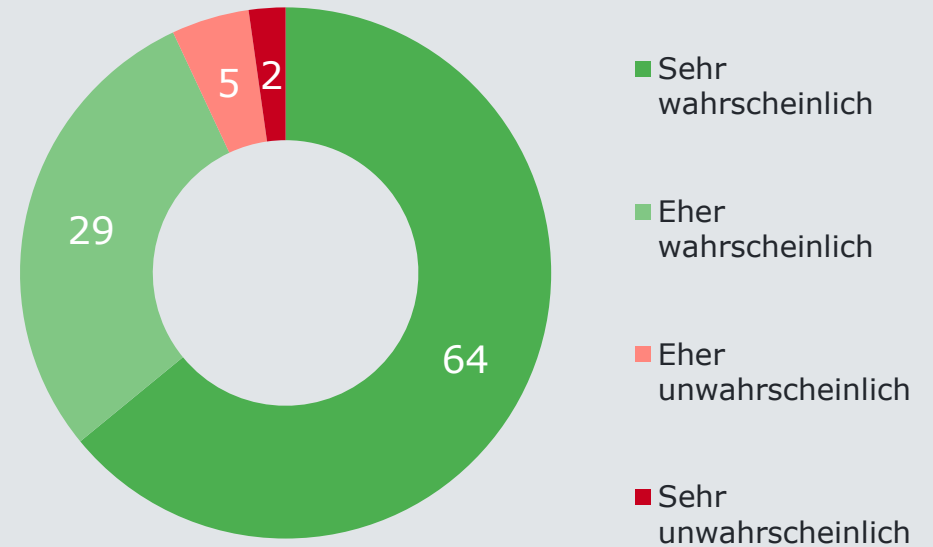
Die Zufriedenheit mit den Käufen im Sanitätshaus ist unter Konsument:innen sehr hoch – da ist es wenig verwunderlich, dass die meisten dort wieder einkaufen wollen.

FRAGE Wie zufrieden waren Sie mit Ihrem letzten Kauf im Sanitätshaus?, Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie bei entsprechendem Bedarf wieder im Sanitätshaus kaufen?

Zufriedenheit mit dem Sanitätshaus



Wiederkaufabsicht im Sanitätshaus



INFO n = 359, Angaben in Prozent

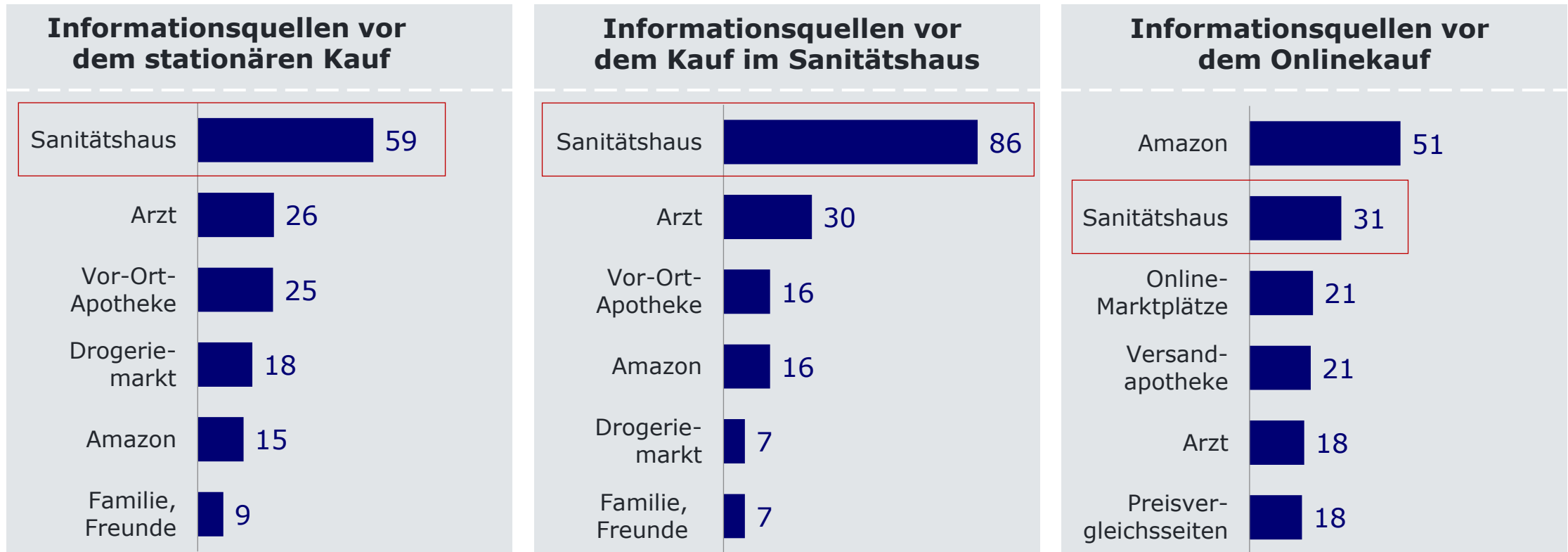
4 KONSUMENTENSICHT: GLAUBWÜRDIGKEIT IMAGE

„Das Sanitätshaus gilt als glaubwürdiger Ansprechpartner in allen Belangen rund um den Hilfsmittelkauf “



Nicht nur vor einem stationären Kauf ist das Sanitätshaus mit deutlichem Anstand die erste Wahl bei Informationen, auch vor dem Onlinekauf ist das Sanitätshaus als Informationsquelle relevant.

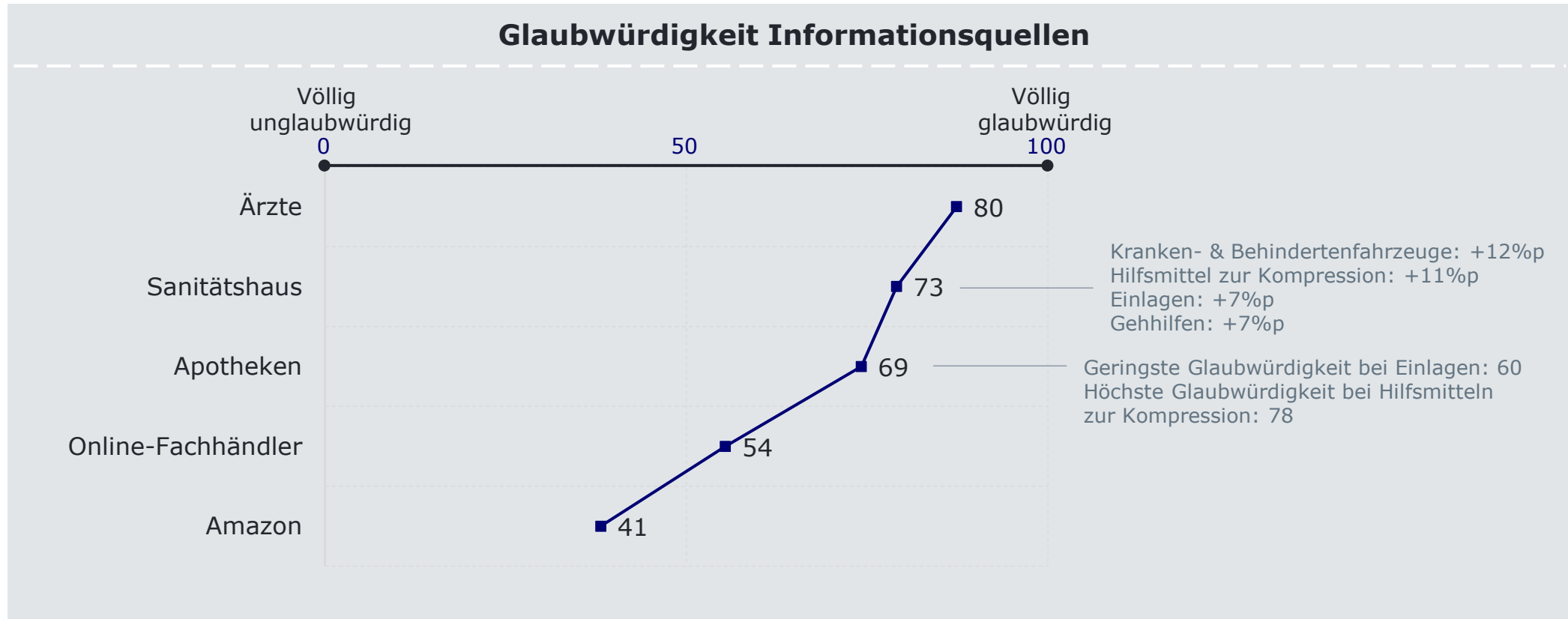
FRAGE Welche der folgenden Informationsquellen haben Sie generell vor dem Produktkauf genutzt?



INFO 363 ≤ n ≤ 770, Mehrfachnennung möglich, Angaben in Prozent, Lesebeispiel: 59% der Konsument:innen, die Hilfsmittel im Geschäft gekauft haben, haben sich vorher im Sanitätshaus informiert; bei Onlinekäufern haben sich 31% vorher im Sanitätshaus informiert.

Das Sanitätshaus kann produktübergreifend durch seine Glaubwürdigkeit überzeugen. Bei Apotheken hingegen werden die einzelnen Hilfsmittel deutlich unterschiedlich bewertet.

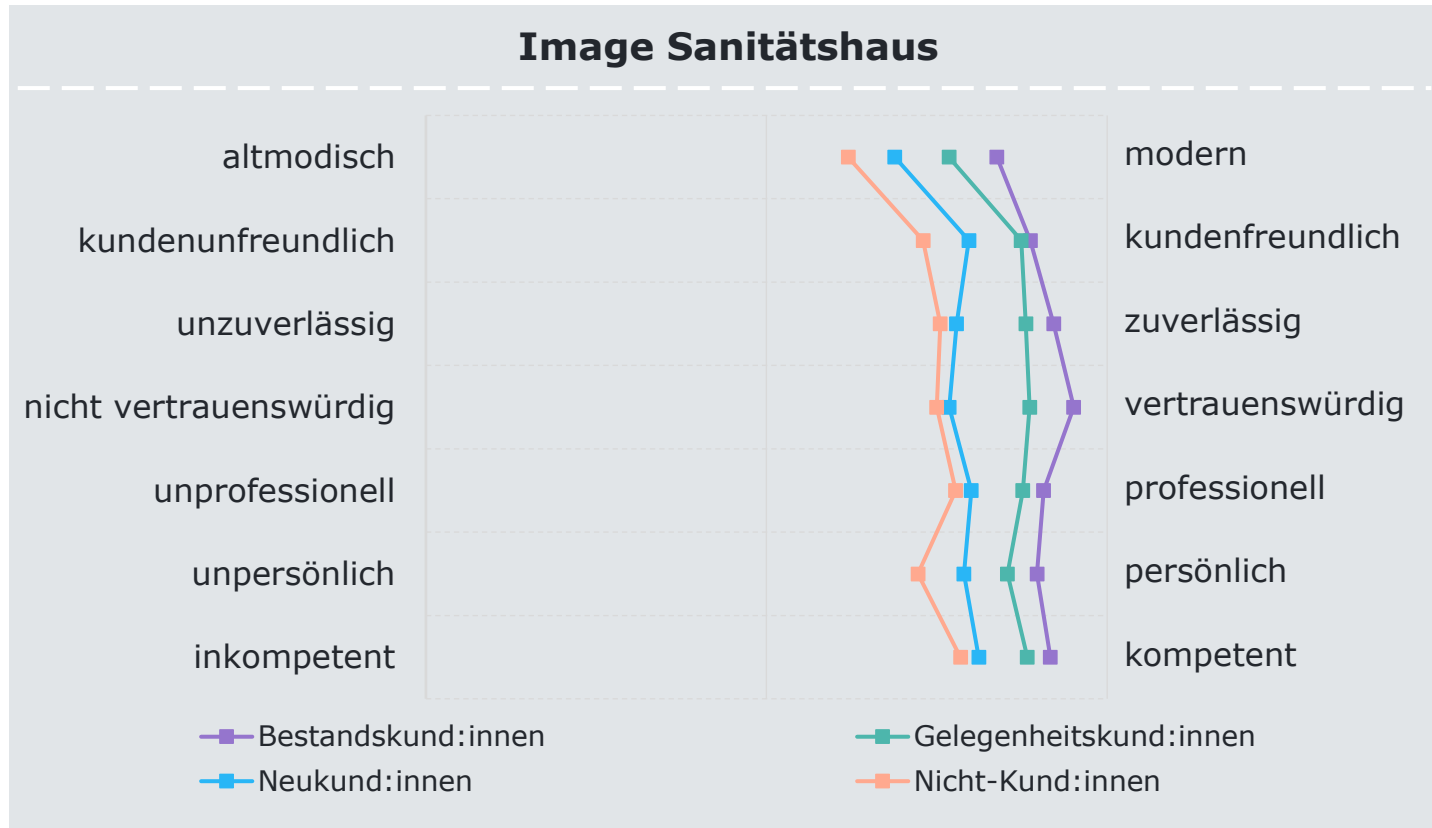
FRAGE Für wie glaubwürdig halten Sie die folgenden Informationsquellen, wenn Sie sich über Produkte aus der Kategorie [Kategorie] informieren?



INFO n = 500, Darstellung der Mittelwerte

Insgesamt fällt die Bewertung des Sanitätshauses fast über alle Bereiche hinweg positiv aus. Bei Nicht-Kund:innen ist noch deutlich Potenzial nach oben.

FRAGE Wie bewerten Sie Sanitätshäuser hinsichtlich folgender Kriterien?



INFO 51 ≤ n ≤ 222, Darstellung der Mittelwerte

“

Ausgewählte O-Töne:

„In Sanitätshäusern werden professionelle hochwertige Produkte verkauft, und es gibt speziell ausgebildetes Personal.“

„Beste Fachinformationen“

„Sanitätshaus war zu weit weg.“

„Die Apotheke lag näher.“

”

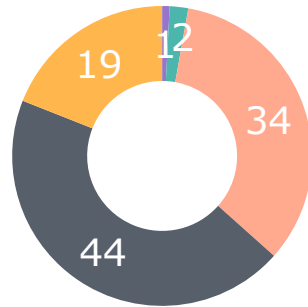
5 KUNDENSTRUKTUR IM SANITÄTSHAUS

*„Sanitätshauskund:innen haben
ihren Schwerpunkt in höheren
Altersgruppen“*



Wer kauft im Sanitätshaus? Zielgruppe weicht im Alter und Einkommen deutlich ab.

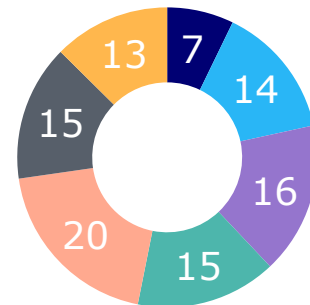
Käufer:innen im Sanitätshaus



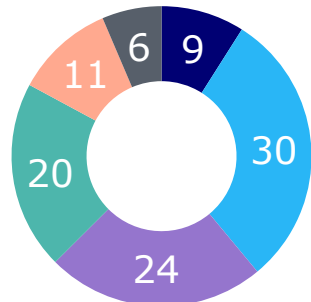
Alter

- 14 bis 19 Jahre
- 20 bis 29 Jahre
- 30 bis 39 Jahre
- 40 bis 49 Jahre
- 50 bis 59 Jahre
- 60 bis 69 Jahre
- über 70 Jahre

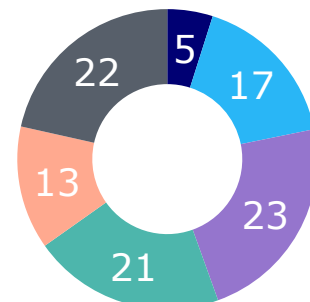
Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre



Haushaltsnettoeinkommen



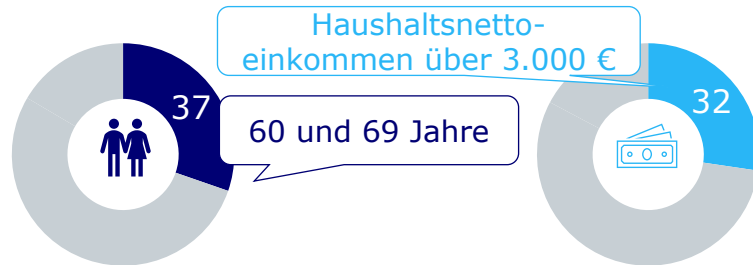
- Bis 999 €
- 1.000 bis 1.999 €
- 2.000 bis 2.999 €
- 3.000 bis 3.999 €
- 4.000 bis 4.999 €
- 5.000 € und mehr



- Die IFH-Befragung erfolgte quotiert nach Hilfsmittelkäufer:innen in den angeführten
- Produktkategorien:
 - Hilfsmittel zur Kompression
 - Bandagen
 - Einlagen
 - Atem- & Inhalationstherapie
 - Messgeräte
 - Gehhilfen
 - Lagerungshilfen
 - Bad- & Duschhilfen
 - Inkontinenzhilfen
 - Kranken- & Behindertenfahrzeuge
 - Prothesen & Orthesen

Bestandskund:innen

15%



- haben in den letzten drei Jahre durchschnittlich **3 Produkte** gekauft
- **96%** haben diese im Sanitätshaus gekauft
- **16%** haben Hilfsmittel bereits online gekauft

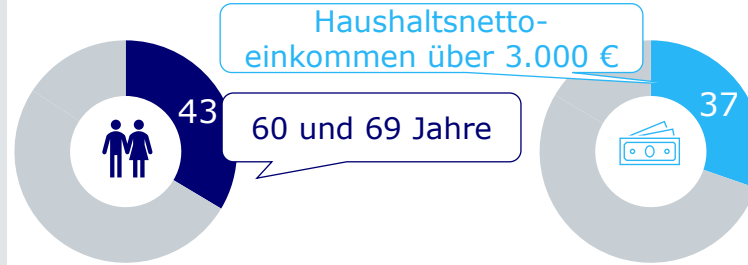
98%

werden Hilfsmittel **wieder** im Sanitätshaus **einkaufen**

INFO n = 51, Angaben in Prozent

Gelegenheitskund:innen

65%



- haben in den letzten drei Jahre durchschnittlich **2 Produkte** gekauft
- **76%** haben diese im Sanitätshaus gekauft
- **37%** haben Hilfsmittel bereits online gekauft

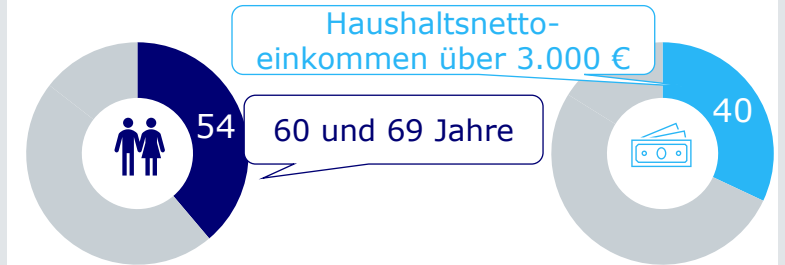
97%

werden Hilfsmittel **wieder** im Sanitätshaus **einkaufen**

INFO n = 222, Angaben in Prozent

Neukund:innen

20%



- haben in den letzten drei Jahre durchschnittlich **2 Produkte** gekauft
- **54%** haben diese im Sanitätshaus gekauft
- **45%** haben Hilfsmittel bereits online gekauft

75%

werden Hilfsmittel **wieder** im Sanitätshaus **einkaufen**

INFO n = 69, Angaben in Prozent

6 KONSUMENTENSICHT ONLINEKAUF VON HILFSMITTELN

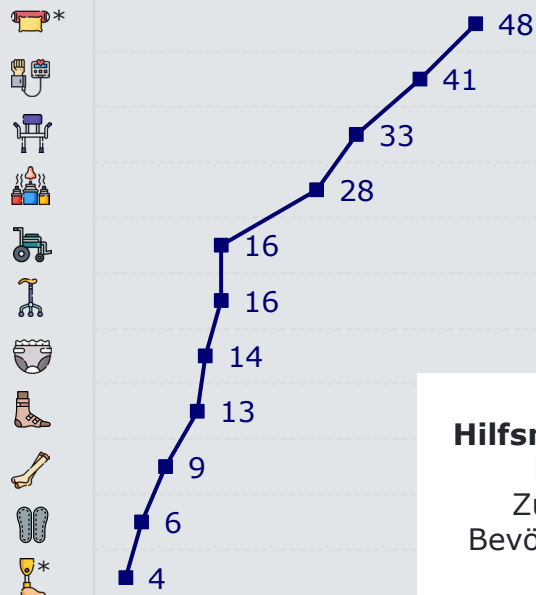
*„Auf geringem Niveau gewinnt
der Onlinekauf von Hilfsmitteln
an Bedeutung“*



Onlinekäufe von Hilfsmittel vorrangig bei Standardprodukten– Hauptgründe Preis und Bequemlichkeit. Insgesamt ist der Anteil der Hilfsmittelkäufer online im Verhältnis zum Einzelhandel geringer.

FRAGE Wo haben Sie das Produkt aus der Kategorie [Kategorie] gekauft?, Aus welchen Gründen haben Sie das Produkt online erworben?

Onlinekauf– nach Produktgruppen



38% der Hilfsmittelkäufer:innen haben bereits online gekauft
Zum Vergleich: 76% der Bevölkerung ab 16 Jahre kauft online

Gründe für den Onlinekauf

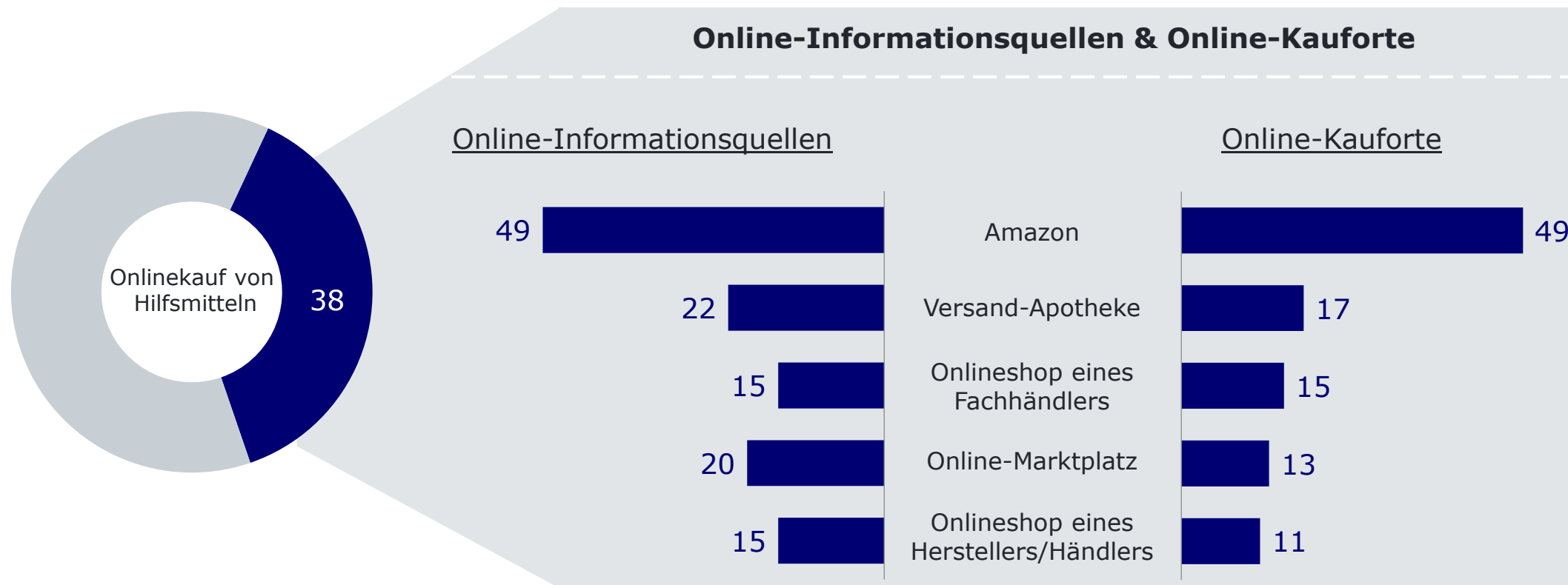


- 4. Günstige Versandkosten (**39%**)
- 5. Praktische Bezahlungsmöglichkeiten (**32%**)
- 6. Große Produktauswahl (**30%**)

INFO Linke Abbildung: 29 ≤ n ≤ 167, Angaben in Prozent, *Tendenzaussagen aufgrund geringer Fallzahl (<30), rechte Abbildung: n = 181, Mehrfachnennung möglich

Die Konsument:innen, die Hilfsmittel bereits online gekauft haben, greifen dabei am häufigsten auf Amazon zurück. In der Informationsphase spielen auch andere Marktplätze eine Rolle.

FRAGE Welche der folgenden Informationsquellen haben Sie generell vor dem Produktkauf genutzt?, Wo haben Sie das Produkt gekauft?

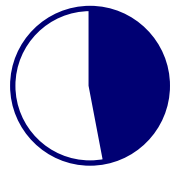


INFO Linke Abbildung: n = 500, rechte Abbildung: n = 144 ≤ n ≤ 185, Mehrfachnennung, Angaben in Prozent

1. Der Sanitätsfachhandel ist der **wichtigste Distributeur** der Branche und **erster glaubwürdiger Ansprechpartner** für Konsument:innen beim Hilfsmittelkauf.
2. **Sanitätsfachhandel** ist **Fenster der Branche**, informiert und berät auch Konsument:innen anderer Kanäle
3. Bei vergleichsweise geringem Anteil der Onlinekäufe werden stärker **Standard Hilfsmittelprodukte** online gekauft, **Hauptgrund Preis und Bequemlichkeit**.
4. **Beratung und Erreichbarkeit sind die wichtigsten Kaufgründe**, verstärkt bei Kernprodukten des Hilfsmittelmarktes. Wohnortnahe Versorgung über Sanitätshäuser sichert Versorgungsqualität von Hilfsmitteln.
5. **Fazit: Bei stagnierender Anzahl an Sanitätshäusern und zunehmender Digitalisierung** der jüngeren in den Markt hineinwachsenden Zielgruppen, **Vernetzung notwendig**

Der Sanitätsfachhandel ist der wichtigste Distributeur der Branche und erster glaubwürdiger Ansprechpartner für Konsument:innen beim Hilfsmittelkauf.

Wichtigster Distributeur des Hilfsmittelmarktes



46,5%

Anteil an der Gesamtmarktdistribution bzw. 9,5 Mrd. Euro Umsatz mit Hilfsmitteln

Wichtigste Informationsquelle



68%

der Käufer:innen von **verordneten** Hilfsmitteln informieren sich vor dem Kauf im Sanitätshaus (46% bei Hilfsmittelkäufen insgesamt)

Wichtigste Anlaufstelle für Beratung



67%

der Hilfsmittelkäufer:innen möchten eine **Beratung durch das Sanitätshaus**, damit steht das Sanitätshaus vor den Ärzten/Krankenhäusern mit 49%

Hohe Glaubwürdigkeit in der Branche



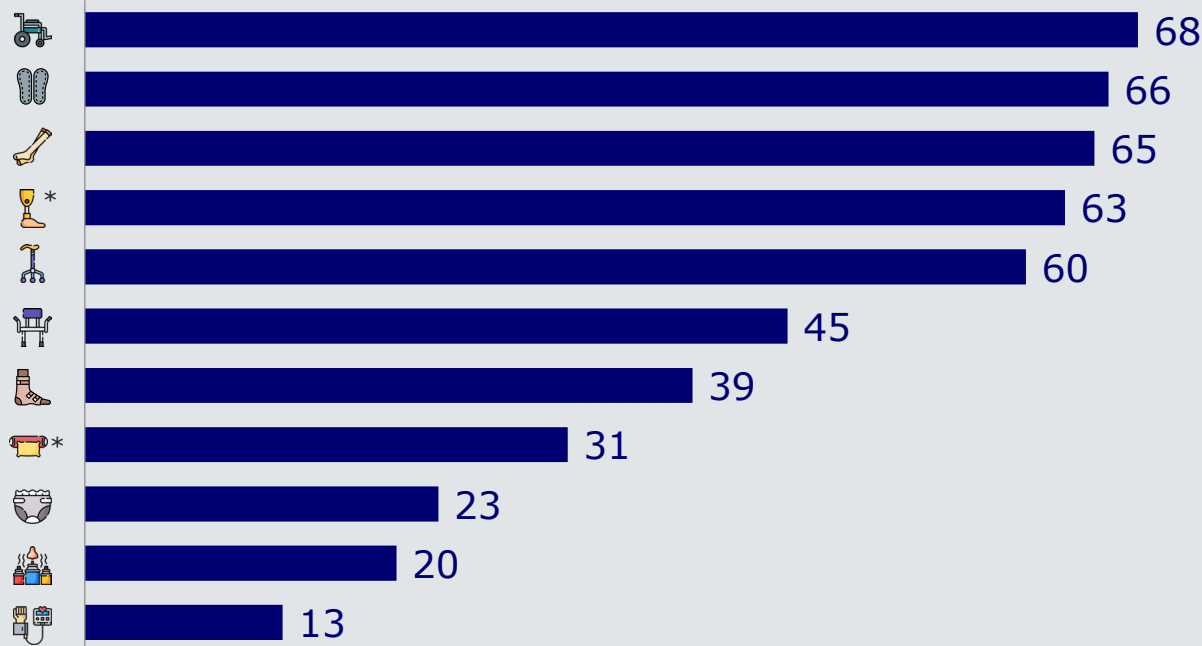
73%

halten das Sanitätshaus für glaubwürdig. Das Sanitätshaus kann produktübergreifend durch seine Glaubwürdigkeit überzeugen. Damit liegt das Sanitätshaus hinter den Ärzten (80%), aber noch vor den Apotheken (69%).

Sanitätsfachhandel ist Fenster der Branche, informiert und berät auch Konsument:innen anderer Kanäle

FRAGE Welche Informationsquelle haben Sie vor dem Produktkauf genutzt? Und welche Informationsquelle war besonders ausschlaggebend für die Kaufentscheidung?

Ich habe mich im Sanitätshaus informiert – Anteil Käufer:innen



Ich habe das Produkt anschließend im Sanitätshaus gekauft.

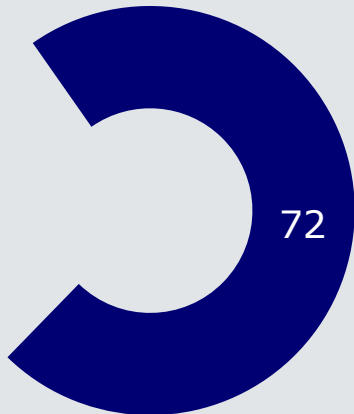


INFO 26 ≤ n ≤ 167, Angaben in Prozent, *Tendenzaussagen aufgrund geringer Fallzahl (<30), Lesebeispiel: 68% der Käufer:innen von Kranken- und Behindertenfahrzeugen haben sich im Sanitätshaus informiert. Davon haben 87% das Produkt auch im Sanitätshaus gekauft.

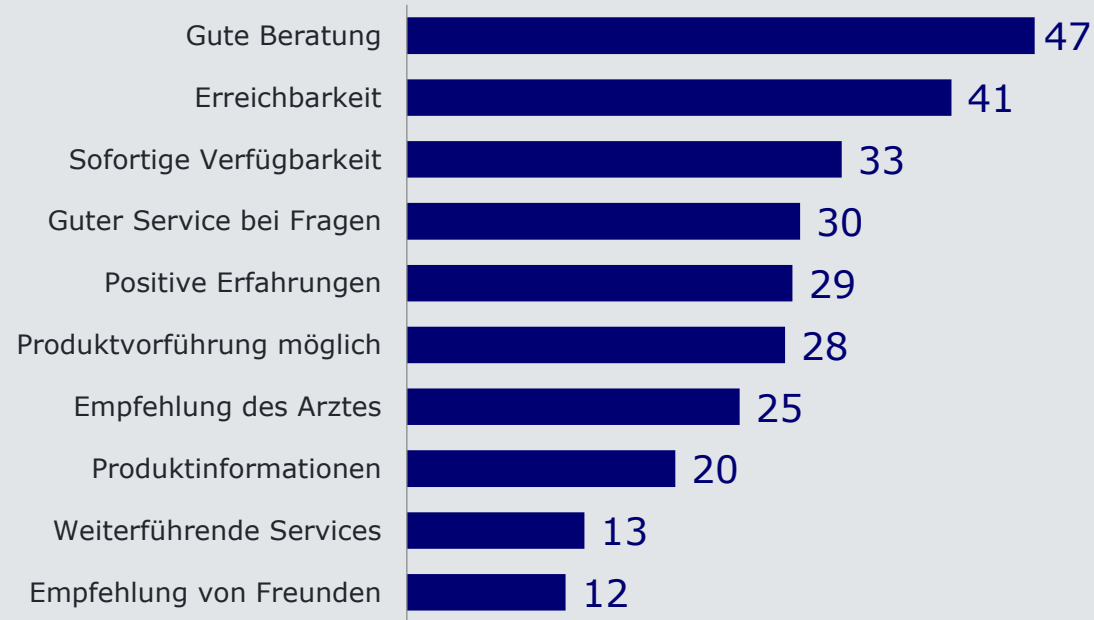
Beratung und Erreichbarkeit sind die wichtigsten Kaufgründe, verstärkt bei Kernprodukten des Hilfsmittelmarktes. Wohnortnahe Versorgung über Sanitätshäuser sichert Versorgungsqualität von Hilfsmitteln.

FRAGE Aus welchen Gründen haben Sie in einem Sanitätshaus eingekauft?, Warum haben Sie nicht im Sanitätshaus eingekauft?

Kauf im Sanitätshaus



Gründe für den Kauf



Gründe gegen den Kauf - Ausgewählte O-Töne

„**Zu weit weg**, haben kein Sanitätshaus am Wohnort“

„Wir haben **im Dorf kein Sanitätshaus**. Da ich kein Auto habe und momentan auch nicht mit dem Bus fahren will, bin ich in die Apotheke. Die kann ich zu Fuß erreichen.“

„Das **Angebot im Internet** hat mich überzeugt und ich hatte nicht das Gefühl, ich muss es vorher ausprobieren.“

INFO Linke Abbildung: n = 500, rechte Abbildung: n = 351, Mehrfachnennung möglich, Angaben in Prozent, offene Nennungen

KONTAKT



Dr. Ralf Deckers

Mitglied der Geschäftsleitung

+49 (0) 221 943 607 73
r.deckers@ifhkoeln.de



Dr. Susanne Eichholz-Klein

Mitglied der Geschäftsleitung

+49 (0) 221 943 607 46
s.eichholz@ifhkoeln.de



Julia Frings

Projektmanagerin


+49 (0) 221 943 607 833
j.frings@ifhkoeln.de

IFH KÖLN
Erfolgreich im Handeln

IFH Köln GmbH

Dürener Str. 401 b
50858 Köln

+49 (0) 221 943607-10
www.ifhkoeln.de

 @ifhkoeln

 /company/ifh-koeln-gmbh