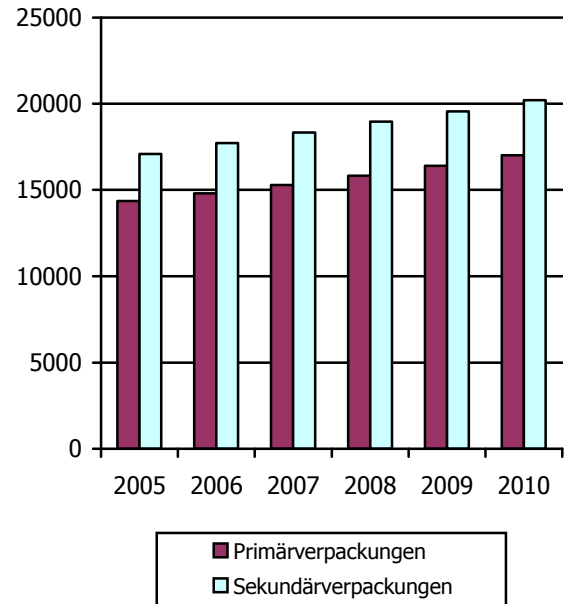


# Arzneimittel- verpackungen Deutschland

Entwicklungen,  
Trends,  
Prognosen

- Identifikation der aktuellen und zukünftigen Trends im Markt für Arzneimittelverpackungen
- Analyse der Entwicklung der verschiedenen Primärverpackungen und Sekundärverpackungen seit 2001 sowie Prognosen bis zum Jahr 2010
- Faktoren, die die Nachfrage beeinflussen
- Aufzeichnung der Industriestruktur mit Unternehmensprofilen der führenden Unternehmen

(Millionen Stück)



**Kernstück dieses Berichts ist qualifizierte Primärforschung mit Verpackungsherstellern, Lohnverpackern, pharmazeutischen Unternehmen, Lieferanten von Maschinen für die Verpackungsindustrie, Handelsverbänden und Handelszeitschriften der Industrie.**

# Mit diesem Bericht haben Sie die wichtigsten Daten für Ihre strategische Marktbearbeitung in der Hand. In der Veröffentlichung finden Sie eine detaillierte Analyse der folgenden Bereiche:

## Segmentierung

### **Analyse des Gesamtmarktes für Arzneimittelverpackungen in Deutschland nach Art der Primärverpackung (2001 bis 2010, in Millionen Stück):**

- Flexible Verpackungen:
  - Blisterverpackungen:
    - Kunststoffmonofolien
    - Kunststofffolien mit PVDC-Beschichtung
    - Kaltverformbare Folien
  - Aluminiumverbundbeutel
- Arzneimittelbehälter:
  - Röhrenglas:
    - Ampullen
    - Fläschchen
    - Karpulen
  - Glasbehälter
  - Kunststoffbehälter
  - Tuben:
    - Aluminium
    - Kunststoff
    - Laminat
- Dosierhilfen
- Zerstäubersysteme:
  - Nasal
  - Oral
  - Transdermal und topisch
- Vorfüllbare Spritzen

### **Analyse des Gesamtmarktes für Arzneimittelverpackungen in Deutschland nach Art der Sekundärverpackung (2001 bis 2010, in Millionen Stück):**

- Einlagige Etiketten
- Packungsbeilagen:
  - Beipackzettel
  - Mini Broschüre
- Mehrlagige Etiketten
- Faltschachteln

### **Untersuchung der Industriestruktur mit Darstellung der führenden Unternehmen**

#### **Faktoren, die die Nachfrage beeinflussen**

## Inhaltsverzeichnis

### **1 SCHLÜSSELPUNKTE**

### **2 EINFÜHRUNG**

### **3 MARKTGRÖSSE**

- 3.1 Überblick und Trends, 2001-2005
- 3.2 Marktsegmentierung
  - 3.2.1 Überblick
  - 3.2.2 Primärverpackungen, nach Art der Verpackung
    - 3.2.2.1 Überblick
    - 3.2.2.2 Flexible Verpackungen
    - 3.2.2.3 Arzneimittelbehälter
      - 3.2.2.3.1 Überblick
      - 3.2.2.3.2 Röhrenglas
      - 3.2.2.3.3 Glasbehälter
      - 3.2.2.3.4 Kunststoffbehälter
      - 3.2.2.3.5 Tuben
    - 3.2.2.4 Dosierhilfen

- 3.2.2.5 Zerstäubersysteme
- 3.2.2.6 Vorfüllbare Spritzen
- 3.2.3 Sekundärverpackungen, nach Art der Verpackung
  - 3.2.3.1 Überblick
  - 3.2.3.2 Einlagige Etiketten
  - 3.2.3.3 Packungsbeilagen
  - 3.2.3.4 Mehrlagige Etiketten
  - 3.2.3.5 Faltschachteln
- 3.3 Faktoren, die die Nachfrage beeinflussen
- 3.4 Prognose der Marktentwicklung, 2006-2010
- 3.5 Prognose der Marktsegmentierung
  - 3.5.1 Überblick
  - 3.5.2 Primärverpackungen, nach Art der Verpackung
    - 3.5.2.1 Überblick
    - 3.5.2.2 Flexible Verpackungen
    - 3.5.2.3 Arzneimittelbehälter
      - 3.5.2.3.1 Überblick
      - 3.5.2.3.2 Röhrenglas
      - 3.5.2.3.3 Glasbehälter
      - 3.5.2.3.4 Kunststoffbehälter
      - 3.5.2.3.5 Tuben
    - 3.5.2.4 Dosierhilfen
    - 3.5.2.5 Zerstäubersysteme
    - 3.5.2.6 Vorfüllbare Spritzen
  - 3.5.3 Sekundärverpackungen, nach Art der Verpackung
    - 3.5.3.1 Überblick
      - 3.5.3.1.1 Einlagige Etiketten
      - 3.5.3.1.2 Packungsbeilagen
      - 3.5.3.1.3 Mehrlagige Etiketten
    - 3.5.3.2 Faltschachteln

## **4 INDUSTRIESTRUKTUR**

- 4.1 Überblick
- 4.2 Unternehmensprofile
  - 4.2.1 ac-folien
  - 4.2.2 Alcan
  - 4.2.3 Amcor
  - 4.2.4 Aptar
    - 4.2.4.1 Überblick
    - 4.2.4.2 Pfeiffer
    - 4.2.4.3 Valois
  - 4.2.5 Becton, Dickinson and Company
  - 4.2.6 Constantia Packaging Gruppe
  - 4.2.7 Edelman
  - 4.2.8 Eukerdruck
  - 4.2.9 Faller
  - 4.2.10 Gerresheimer Gruppe
  - 4.2.11 Hueck Folien
  - 4.2.12 Huhtamaki
  - 4.2.13 Ineos Films
  - 4.2.14 Karl Höll
  - 4.2.15 Kroha
  - 4.2.16 Kunststoffwerk Kutterer
  - 4.2.17 Linhardt
  - 4.2.18 M.Y. Healthcare
  - 4.2.19 Rexam
  - 4.2.20 Saint-Gobain Kipfenberg
  - 4.2.21 Schott
  - 4.2.22 Schreiner Group
  - 4.2.23 Theis Faltschachteln
  - 4.2.24 Tubex

**Dieser Bericht hat 126 Seiten, 69 Tabellen und 5 Diagramme.  
Bestellen Sie noch heute kostenlose Beispielseiten.**

**Verzeichnis der Tabellen**

1. Konjunkturindikatoren der deutschen Wirtschaft, nach Indikator, 2003-2007
2. Bevölkerung, Fläche und Bevölkerungsdichte in Deutschland, nach Bundesland, 2003
3. Zusammensetzung der Bevölkerung in Deutschland, nach Staatsangehörigkeit, 2001-2003
4. Bevölkerungsstand in Deutschland, 1950-2050
5. Geburten und Sterbefälle in Deutschland, 1950-2003
6. Sterbeüberschuss und Zuwanderungsüberschuss in Deutschland, 1991-2003
7. Zusammensetzung der Bevölkerung Deutschlands, nach Altersgruppen, 1950-2050
8. Durchschnittliche Restlebenserwartung bestimmter Altersgruppen in Deutschland, nach Geschlecht, 1993-2003
9. Haushalte in Deutschland, nach Haushaltsgröße, 2002-2004
10. Bevölkerung in Deutschland, nach Familienstand, 2001-2003
11. Der deutsche Markt für Arzneimittelverpackungen, 2001-2005
12. Der deutsche Markt für Arzneimittelverpackungen, nach Art der Verpackung, 2001-2005
13. Der deutsche Markt für Primärverpackungen, nach Art der Verpackung, 2001-2005
14. Der deutsche Markt für flexible Verpackungen, nach Art der Verpackung, 2001-2005
15. Der deutsche Markt für Blisterverpackungen, nach Materialzusammensetzung und Beschichtung, 2001-2005
16. Der deutsche Markt für Arzneimittelbehälter, nach Art des Behälters, 2001-2005
17. Der deutsche Markt für Röhrenglas, 2001-2005
18. Der deutsche Markt für Röhrenglas, nach Art des Behältnisses, 2001-2005
19. Der deutsche Markt für Glasbehälter, 2001-2005
20. Der deutsche Markt für Kunststoffbehälter, 2001-2005
21. Der deutsche Markt für Tuben, 2001-2005
22. Der deutsche Markt für Tuben, nach Art des Materials, 2001-2005
23. Der deutsche Markt für Dosierhilfen, 2001-2005
24. Der deutsche Markt für Zerstäubersysteme, nach Art der Anwendung, 2001-2005
25. Der deutsche Markt für vorfüllbare Spritzen, 2001-2005
26. Der deutsche Markt für Sekundärverpackungen, nach Art der Verpackung, 2001-2005
27. Der deutsche Markt für einlagige Etiketten, 2001-2005
28. Der deutsche Markt für Packungsbeilagen, 2001-2005
29. Der deutsche Markt für Packungsbeilagen, nach Art der Beilage, 2001-2005
30. Der deutsche Markt für mehrlagige Etiketten, 2001-2005
31. Der deutsche Markt für Faltschachteln, 2001-2005
32. Anzahl neu zugelassener Arzneimittel in Deutschland, nach Art des Wirkstoffs, 2000-2003
33. Werbeaufwendungen für Arzneimittel in Deutschland außerhalb der Fachkreise, nach Medium, 2000-2003
34. Anzahl der Absatzstätten für Arzneimittel in Deutschland, nach Art der Absatzstätte, 2000-2003
35. Prognose des deutschen Marktes für Arzneimittelverpackungen, 2006-2010
36. Prognose des deutschen Marktes für Arzneimittelverpackungen, nach Art der Verpackung, 2006-2010
37. Prognose des deutschen Marktes für Primärverpackungen, nach Art der Verpackung, 2006-2010
38. Prognose des deutschen Marktes für flexible Verpackungen, nach Art der Verpackung, 2006-2010
39. Prognose des deutschen Marktes für Blisterverpackungen, nach Materialzusammensetzung und Beschichtung, 2006-2010
40. Prognose des deutschen Marktes für Arzneimittelbehälter, nach Art des Behältnisses, 2006-2010
41. Prognose des deutschen Marktes für Röhrenglas, 2006-2010
42. Prognose des deutschen Marktes für Röhrenglas, nach Art des Behältnisses, 2006-2010
43. Prognose des deutschen Marktes für Glasbehälter, 2006-2010
44. Prognose des deutschen Marktes für Kunststoffbehälter, 2006-2010
45. Prognose des deutschen Marktes für Tuben, 2006-2010
46. Prognose des deutschen Marktes für Tuben, nach Art des Materials, 2006-2010
47. Prognose des deutschen Marktes für Dosierhilfen, 2006-2010
48. Prognose des deutschen Marktes für Zerstäubersysteme, nach Art der Anwendung, 2006-2010
49. Prognose des deutschen Marktes für vorfüllbare Spritzen, 2006-2010
50. Prognose des deutschen Marktes für Sekundärverpackungen, nach Art der Verpackung, 2006-2010
51. Prognose des deutschen Marktes für einlagige Etiketten, 2006-2010
52. Prognose des deutschen Marktes für Packungsbeilagen, 2006-2010
53. Prognose des deutschen Marktes für Packungsbeilagen, nach Art der Beilage, 2006-2010
54. Prognose des deutschen Marktes für mehrlagige Etiketten, 2006-2010
55. Prognose des deutschen Marktes für Faltschachteln, 2006-2010
56. Finanzieller Überblick von Alcan, 2000-2004
57. Finanzieller Überblick von Amcor, 2001-2005
58. Finanzieller Überblick von Aptar, 2000-2004
59. Finanzieller Überblick von Becton, Dickinson and Company, 2000-2004
60. Umsatz von Becton, Dickinson and Company, nach Geschäftsbereich, 2004
61. Finanzieller Überblick von Constantia Packaging Gruppe, 2000-2004
62. Umsatzentwicklung von Faller, 2002-2005
63. Finanzieller Überblick von Huhtamaki, 2000-2004
64. Umsatzentwicklung von Kroha, 2001-2005
65. Finanzieller Überblick von Nampak, 2001-2005
66. Finanzieller Überblick von Rexam, 2000-2004
67. Finanzieller Überblick von Saint Gobain, 2000-2004
68. Finanzieller Überblick von Saint Gobain, Bereich Verpackungen, 2002-2004
69. Finanzieller Überblick von Schott, 2002-2004

**Weitere Informationen über MSI Reports  
finden Sie unter:**

[www.msi-reports.de](http://www.msi-reports.de)

# Bestellformular:

## Der Markt für Arzneimittelverpackungen in Deutschland (Februar 2006)

### Adresse

|  |
|--|
| Name: _____  |
| Position: _____  |
| Firma: _____   |
| Adresse: _____   |
| <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> _____ |
| Telefon: _____   |
| UST-Ident-NR.: DE _____  |
| Unterschrift: _____ Datum: _____   |

Faxen Sie Ihre Bestellung an:  
**00 44 12 44 681 457**

Senden Sie Ihre Bestellung an:  
**MSI Reports  
Viscount House  
River Lane, Saltney  
Chester  
CH4 8RH  
England**

Weitere Informationen erhalten Sie unter:  
**Tel: 00 44 12 44 670 725**  
**URL: [www.msi-reports.de](http://www.msi-reports.de)**

### Bestellinformationen

#### **MSI Marktstudie: Der Markt für Arzneimittelverpackungen in Deutschland**

**Ich möchte die Marktstudie im folgenden Format erwerben:**

- |  |                                  |                                     |
|--|----------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Druckversion* des Berichts zum Preis von 1395 €               | <input type="checkbox"/> Word 97 | <input type="checkbox"/> PDF Format |
| <input type="checkbox"/> per E-Mail zum Preis von 1395 €:                              | <input type="checkbox"/> Word 97 | <input type="checkbox"/> PDF Format |
| <input type="checkbox"/> auf CD-Rom* zum Preis von 1395 €:                             | <input type="checkbox"/> Word 97 | <input type="checkbox"/> PDF Format |
| <input type="checkbox"/> per E-Mail <u>und</u> als Druckversion* zum Preis von 1845 €: | <input type="checkbox"/> Word 97 | <input type="checkbox"/> PDF Format |

E-Mail: .....

(\* = Versandkosten von 10 €)

#### **MSI hat außerdem die folgenden Studien zu diesem Themenbereich veröffentlicht:**

- MSI Marktstudie: Der Markt für Schalen für die Lebensmittelverpackung: Deutschland, September 2005, 1195 €
- MSI Marktstudie: Der Markt für das deutsche Gesundheitswesen: Deutschland, September 2005, 795 €

#### **Machen Sie auch von unserem Angebot Gebrauch:**

- 5% beim Kauf von 2 MSI-Studien
- 10% beim Kauf von 3 MSI-Studien
- 15% beim Kauf von 4 oder mehr MSI-Studien

### Zahlungsdetails

Zahlung per **Kreditkarte**:  Visa  Mastercard  AMEX

Gültig bis:     Karten-Sicherheitscode\*:

Kartennummer:

Bitte stellen Sie den Betrag meiner Firma in **Rechnung** (Verwaltungskosten von 10 €)

Ein **Scheck** für den Rechnungsbetrag liegt der Bestellung bei

INT

\*Zahlen auf der Rückseite Ihrer Kreditkarte, im Unterschriftenfeld Ihrer Kreditkarte. Der Sicherheitscode besteht aus den **letzten drei Ziffern**.

**TABELLE 1: DER DEUTSCHE MARKT FÜR FLEXIBLE VERPACKUNGEN, NACH ART DER VERPACKUNG, 2001-2005**

| Art der Verpackung     | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 |
|------------------------|------|------|------|------|------|
| Blisterverpackungen    |      |      |      |      |      |
| Aluminiumverbundbeutel |      |      |      |      |      |
| Gesamt                 |      |      |      |      |      |

Einheit: Millionen Stück

Quelle: Handels- und MSI-Schätzungen

Blisterverpackungen waren während des Untersuchungszeitraums die am weitesten verbreitete Verpackungsart für Tabletten und Kapseln. Handelsquellen schätzen, dass in Deutschland über 80 % der Tabletten in Blister verpackt werden. Im Gegensatz zu anderen Märkten wie beispielsweise dem amerikanischen, wo Tabletten zumeist in Kunststoffbehältern geliefert werden, ist in Deutschland auf diesem Gebiet traditionell die Blisterverpackung dominant und hat beim Endverbraucher das Image der seriösen Pharmaverpackung. Die Blisterverpackung ist Handelsquellen zufolge zudem kostengünstiger als andere Formen der Verpackung. Auf Grund dieser Vorteile stieg im Untersuchungszeitraum die Nachfrage nach Blisterverpackungen stetig an.

Im pharmazeutischen Bereich werden nach Angaben von Handelsquellen bei einem auf dem Markt befindlichen Produkt die Primärverpackungen nur äußerst selten verändert, da dies mit hohem Aufwand und Kosten verbunden ist. Produkte, die bereits in Blisterverpackungen verpackt sind, verblieben daher in dieser Verpackungsart, was den anhaltend hohen Marktanteil der Blisterverpackungen erklärt.

Des Weiteren sind Blister aus pharmazeutischer Sicht am besten geeignet zur Verpackung von Tabletten und Kapseln, weil sie im Vergleich zu Glas- und Kunststoffbehältern die hygienischere Verpackungsart sind. Da aus einem Blister jede Tablette einzeln entnommen werden kann, schützen sie die teilweise sehr empfindlichen Arzneimittel am besten vor Umwelteinflüssen wie Schweiß, Bakterien, Sauerstoff oder Wasserdampf. Neu auf den Markt kommende Arzneimittel in fester Darreichungsform wurden daher im Untersuchungszeitraum bevorzugt in Blister verpackt. Die Einzelverpackung bietet zudem einen Vorteil in Bezug auf den Originalitätsschutz. Patienten können auf Grund des Durchdrückverfahrens leicht erkennen, ob Verpackung und Medikament bereits von anderer Seite angetastet wurden.

Außerdem sind Blister auch durch ihre Kundenfreundlichkeit den anderen Verpackungsmöglichkeiten für Tabletten und Kapseln überlegen, was sich positiv auf den Blistermarkt auswirkte. Blisterstreifen können ohne großen Aufwand überall

MSI schätzt, dass die Nachfrage nach Tuben aus Aluminium zwischen 2001 und 2005 um 6 % auf 542 Millionen Stück gestiegen ist. Die Nachfrage nach Kunststofftuben schwankte im gleichen Zeitraum zwischen 23 Millionen Stück und 25 Millionen Stück. Das Volumen des Marktes für Laminattuben verzeichnete im Untersuchungszeitraum einen Zuwachs von 50 % und stieg von 10 Millionen Stück auf 15 Millionen Stück. Die folgende Tabelle segmentiert den Markt für Tuben nach der Art des Materials.

**TABELLE 2: DER DEUTSCHE MARKT FÜR TUBEN, NACH ART DES MATERIALS, 2001-2005**

| Art des Materials | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 |
|-------------------|------|------|------|------|------|
| Aluminium         |      |      |      |      |      |
| Kunststoff        |      |      |      |      |      |
| Laminat           |      |      |      |      |      |
| Gesamt            |      |      |      |      |      |

Einheit: Millionen Stück

Quelle: Handels- und MSI-Schätzungen

Die Aluminiumtube stellt im pharmazeutischen Bereich das mit Abstand größte Marktsegment dar. Dies liegt vor allem an den guten Barriereigenschaften von Aluminium. Handelsquellen zufolge ist eine Aluminiumtube im Vergleich zu Kunststoff- und Laminattuben zu 100 % dicht gegenüber Licht, Sauerstoff und Flüssigkeit und eignen sich daher auch zur Verpackung von empfindlicheren Salben und Cremes.

Des Weiteren bieten Aluminiumtuben den Vorteil der faltbarkeit. Nach dem Zusammendrücken oder -falten bleibt eine Aluminiumtube in der neuen Form. Durch die Vermeidung eines Wiederauffaltens wird verhindert, dass Sauerstoff oder Verschmutzungspartikel mit zurück in die Tube gesogen werden und dort mit dem Arzneimittel reagieren. Bei Aluminiumtuben besteht im Gegensatz zu Kunststofftuben außerdem die Möglichkeit, einen Innenlack aufzubringen, um eine Reaktion des Verpackungsmaterials mit dem Füllgut zu vermeiden.

Kunststofftuben sind hingegen im Vergleich zu Aluminiumtuben poröser, da Kunststoff diffundiert. Aus diesem Grund können Kunststofftuben nicht als Verpackung für besonders empfindliche Produkte im Pharmabereich verwendet werden und stellen nur ein kleines Marktsegment dar. Kunststofftuben wurden im Untersuchungszeitraum vor allem für neu auf den Markt kommende Arzneimittel eingesetzt. Bei bereits marktgängigen Produkten ist die Substitution aufwändig. Die Substitutionskosten von Aluminium zu Kunststoff wären auf Grund der durchzuführenden Tests zur Verträglichkeit des Füllguts mit dem neuen Verpackungsmaterial sehr hoch.