

MEDIQ GENEEST ZICHZELF

Mediq heeft zich omgebouwd tot een zorgverlenende organisatie met een sterke internationale positie in de thuiszorgmarkt. Daardoor kijken analisten met kopersogen naar het aandeel.

TEKST: PETER SCHUTTE (FREELANCEJOURNALIST)

Mediq, de retail- en distributie-onderneming voor medicijnen en medische hulpmiddelen, komt vaak in de media inzake de ontwikkelingen in de Nederlandse apothekersmarkt. Mediq is hierin vooruitstrevend te werk gegaan en begint nu te profiteren van een toenemende marktwerking en het feit dat zorgverzekeraars en overheid meer oog krijgen voor de kwaliteit van de dienstverlening. De prijsdruk lijkt hier niettemin een structureel karakter te hebben, waardoor het voor Mediq waarschijnlijk lastig zal blijven in deze markt een goede boterham te verdienen.

Het is de forse internationale expansie in het directe en institutionele distributiekanaal waardoor de toekomst van Mediq er een stuk zonniger uit is komen te zien. Deze diversificatie van activiteiten heeft het afgelopen jaar behoorlijk tegenwicht geboden aan de winstval bij de apotheekactiviteiten. Het directe en institutionele kanaal behaalt operationele marges van wel 9 procent, tegen iets meer dan 3 procent voor de apotheken. Het directe en institutionele kanaal

is inmiddels al goed voor een derde van de concernomzet en circa 75 procent van het totale bedrijfsresultaat. Het bedrijfs onderdeel Apotheken Nederland vertegenwoordigt 40 procent van de concernomzet, maar brengt nog slechts circa 20 procent van het bedrijfsresultaat binnen. De in Polen geëxploiteerde apotheken zijn voorlopig slechts goed voor circa 5 procent van het bedrijfsresultaat.

Logisch dat verdere expansie op het eerstgenoemde gebied prioriteit heeft. Ook logisch dat Mediq vorig jaar zijn oude naam OPG, wat oorspronkelijk stond voor Onderlinge Pharmaceutische Groothandel, vaarwel heeft gezegd en heeft ingeruild voor de nieuwe bedrijfsnaam, die de woorden 'medisch' en 'IQ' verbindt.

DIRECT EN INSTITUTIONEEL

Via gerichte acquisities heeft Mediq zoals gezegd de afgelopen jaren nadrukkelijk ingezet op internationale expansie in het directe en institutionele kanaal. Een kleine 40 procent van de omzet wordt buiten Nederland behaald.

Via het directe kanaal levert Mediq medische middelen aangevuld met hoogwaardige service bij patiënten direct aan huis. De onderneming richt zich hierbij op marktniches als diabetes, stoma, incontinentie, wondverzorging, respiratoire ondersteuning en klinische voeding. Posities zijn onder meer ingenomen in de Verenigde Staten, Duitsland, Denemarken en Hongarije. In het directe kanaal is Mediq in Nederland in ieder marktsegment een van de twee grootste spelers, terwijl het in de Verenigde Staten de op drie na grootste speler is. In Duitsland mag het zich op het gebied van diabetesproducten marktleider noemen. Met name diabetes is door de vergrijzing een zeer snel groeiend ziektebeeld. Het directe kanaal is inmiddels goed voor 20 procent van de concernomzet.

Voorts wordt de eindgebruiker indirect bediend via de institutionele markt: ziekenhuizen en andere zorginstellingen. Mediq doet dit in Nederland, Noorwegen, Denemarken en Zwitserland. Uitgezonderd Zwitserland mag Mediq zich in deze landen marktleider noemen. De institutionele markt is al goed voor 13 procent van de concernomzet.

Wel goed om te onderkennen is dat ook in het directe en institutionele kanaal sprake is van margedruk. Mediq weet dit goed op te vangen door de toegenomen schaalvoordelen aan de inkoopzijde en de hoogwaardige expertise in de gekozen marktniches. Distributie alleen is hierbij niet voldoende. Expertise van het ziektebeeld is van zeer groot belang om een kwalitatief hoogwaardige en volledige zorg te kunnen leveren. Zo heeft Mediq hard gewerkt aan het verkrijgen van een voorkeurspositie bij gebruikers, voorschrijvers en verzekeraars. Op deze wijze schermt Mediq als het ware zijn eigen markt af. De recente overname van het Nederlandse bedrijf Medisource,

