

**Kontakt:** Dr. Gisela Maag, IQVIA Pressesprecherin (gisela.maag@iqvia.com)  
+ 49 69 6604 4888 (Büro) +49 173 313 9895 (mobil)

## **Leicht abgebremstes Wachstum des Apotheken-Versandhandels mit rezeptfreien Produkten im Jahr 2018**

Umsatzwachstum im höheren, Absatzsteigerung im mittleren einstelligen Bereich – größter Produktbereich Arznei- und Gesundheitsmittel – Boom bei Vitaminen – Apothekenkosmetik wächst durch führende Produktkategorien – gedämpfte Entwicklung im ersten Quartal 2019

**Frankfurt/Main, 27. Juni 2019** – Der Apotheken-Versandhandel mit rezeptfreien Produkten - Arznei- und Gesundheitsmitteln, Kosmetika, Produkten zur Ernährung und zum medizinischen Sachbedarf – in und nach Deutschland setzte zwar auch im Jahr 2018 seinen Wachstumskurs fort. Allerdings hat sich der Trend der letzten Jahre insofern abgeschwächt, als der Umsatz aktuell nur noch im höheren und der Absatz im mittleren einstelligen Bereich (+8 %/+6 %) wächst. In den Vorjahren waren hingegen zweistellige Wertzuwächse festzustellen.

Im Vergleich mit den Vorort-Apotheken schneidet die Entwicklung des elektronischen/telefonischen Bestellgeschäfts allerdings deutlich besser ab, da erstere nach Umsatz einen Zuwachs von gut 3 % verbuchen, während die Menge sich um gerade einmal 1 % erhöht. Die höhere Umsatz- als Absatzsteigerung erklärt sich u.a. durch neue, höherpreisige Produkte und tendenziell größere Packungen, die über den Versand oftmals günstiger angeboten werden.

Für den Gesamtmarkt rezeptfreier Produkte (Apotheken und Versandhandel) ergibt sich im Jahr 2018 eine Umsatzsteigerung von fast 4 % bei einem Mengenwachstum von knapp 2 % (Abb. 1 und 2).

### **Marktanteil von knapp 14 % nach Wert und Menge**

Von den insgesamt 13,8 Milliarden Euro Umsatz (zu effektiven Verkaufspreisen) mit rezeptfreien Produkten entfallen im Jahr 2018 auf den Versandhandel knapp 1,9 Mrd. Euro bzw. fast 14 %. Die 8-prozentige Umsatzsteigerung dieses Vertriebskanals schlägt sich in einer Erhöhung des Marktanteils um knapp einen Prozentpunkt nieder. Dies kennzeichnet nach wie vor eine kontinuierliche Entwicklung mit jährlichen Marktanteilsgewinnen um etwa einen Prozentpunkt. In gleicher Größenordnung hat sich der Absatzanteil erhöht.

## OTC-Arznei- und Gesundheitsmittel größter Bereich, stärkster Zuwachs bei Kosmetik

Der größte Umsatz- wie auch Mengenanteil entfällt im Versandhandel mit 77 % bzw. 79 % nach wie vor auf OTC-Arznei- und Gesundheitsmittel. Dieser Bereich wächst um knapp 8 % nach Wert und um 6 % nach Menge. Die größte Steigerung verzeichnet hier unter den 10 umsatzstärksten Teilbereichen die Gruppe der Vitamine einschließlich Mineralstoffen und Nahrungsergänzungsmitteln (Umsatz: +14 %, Absatz: +11 %), gefolgt von Beruhigungs- und Schlafmitteln (+9 %/+7 %) sowie Präparaten für den Verdauungstrakt (+8 %/+6 %).

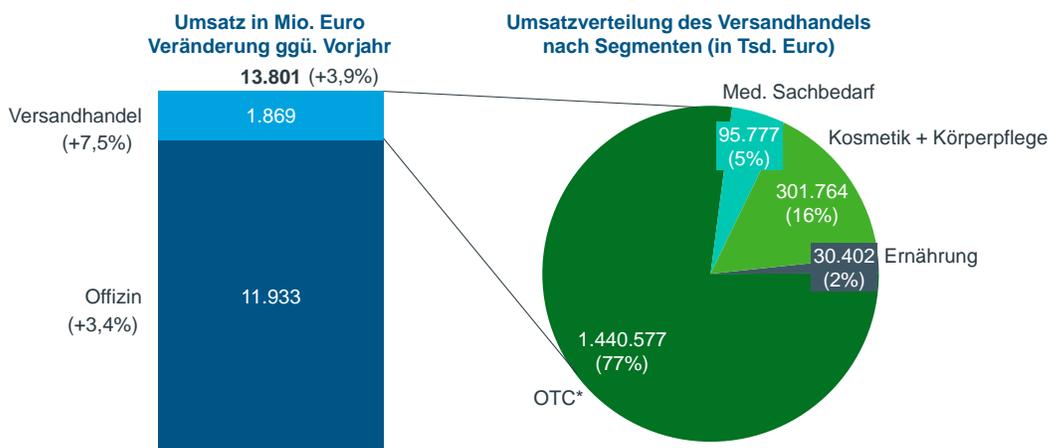
Den zweitgrößten Anteil vereint wie schon im Vorjahr das Segment der Produkte zur Körperpflege und Kosmetik (16 %/14 %) auf sich, gefolgt von Artikeln des medizinischen Sachbedarfs (Tests, Messinstrumente usw., je 5 %) und Ernährungsprodukten (je 2 %).

Den größten Zuwachs verbuchen im Versandhandel, wie schon im Vorjahr, wenn auch auf niedrigerem Niveau, Produkte aus dem Bereich Apothekenkosmetik und Körperpflege (Umsatz: +10 %, Absatz +6 %). Hier steigt die Nachfrage der Verbraucher bei den fünf umsatzstärksten Kategorien (Pflegeprodukte für die Familie, Damenkosmetik, Körperhygiene, Haarpflege und orale Hygiene). Im Jahr 2017 war hingegen noch bei fast allen Produktgruppen ein Wachstum festzustellen. Die Menge erhöht sich nur noch bei Pflegeprodukten für die Familie, während sie bei den anderen großen Produktbereichen rückläufig ist.

Die Entwicklungen gehen u.a. auf Veränderungen im Werbeverhalten zurück, da Unternehmen zunehmend in Internet-Werbung investieren und die Online-Auftritte professionalisiert werden. Im Bereich Körperpflege spielen soziale Medien eine verstärkte Rolle, indem etwa Bloggerinnen Produkte empfehlen.

### Abbildung 1: Umsatzsteigerung des Apotheken-Versandhandels mit rezeptfreien Produkten im höheren einstelligen Bereich

*Jahr 2018: OTC-Markt Apotheke (OTC-Arznei-/Gesundheitsmittel, Apothekenkosmetik, Medizinischer Sachbedarf, Ernährung), Umsatz zu effektiven Verkaufspreisen*

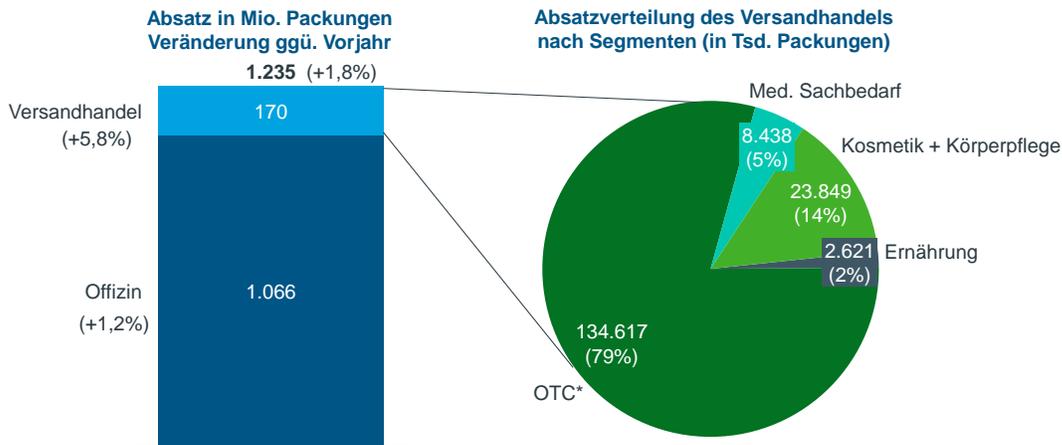


Quelle: IQVIA Apothekenstichprobe und Hochrechnung/Projektion, IMS® Consumer Health Analytics, Cube 2330

\* OTC = over the counter = rezeptfrei / hier inkl. Nichtarzneimittel (OTCGMS, PEC, PAC, Nutrition)

**Abbildung 2: Absatzsteigerung des Apotheken-Versandhandels mit rezeptfreien Produkten im mittleren einstelligen Bereich**

*Jahr 2018: OTC-Markt Apotheke (OTC-Arznei-/Gesundheitsmittel, Apothekenkosmetik, Medizinischer Sachbedarf, Ernährung), Absatz in Packungen*



Quelle: IQVIA Apothekenstichprobe und Hochrechnung/Projektion, IMS® Consumer Health Analytics, Cube 2330  
 \* OTC = over the counter = rezeptfrei / hier inkl. Nichtarzneimittel (OTCGMS, PEC, PAC, Nutrition)

### Verhaltenes Wachstum im 1. Quartal 2019

Im 1. Quartal 2019 zeigt sich die Marktentwicklung vergleichsweise gedämpft: Der Umsatz des gesamten Versandhandels mit rezeptfreien Produkten erhöht sich nur noch um knapp 3 % auf 503 Mio. Euro bzw. knapp 45 Mio. Packungen. Die Mengenentwicklung liegt damit im Bereich einer „roten Null“ (-0,6 %). Dies erklärt sich wesentlich aus einer im Vergleich mit dem Vorjahr schwächeren Erkältungssaison, welche die Nachfrage nach entsprechenden Produkten niedriger ausfallen ließ. Da Erkältungspräparate die umsatzstärkste Kategorie unter den rezeptfreien Produktbereichen stellen, wirkt sich eine geringere Nachfrage entsprechend auf die Marktentwicklung des gesamten rezeptfreien Segments aus.

Von den einzelnen Produktbereichen legen in den ersten drei Monaten des Jahres nur Arznei- und Gesundheitsmittel zu (Umsatz: +5 %, Absatz: +1 %), dabei Gesundheitsmittel stärker als Arzneimittel. Bei den Gebieten Kosmetik und Körperpflege, medizinischer Sachbedarf und Ernährung sind Rückgänge im niedrigen bis mittleren einstelligen Bereich festzustellen.

### Wachstum hat mehrere Gründe

Das kontinuierliche Wachstum des Versandhandels gründet sich auch in 2018 auf mehrere Faktoren. Die fortgesetzte Erweiterung auf immer mehr Segmente aus dem rezeptfreien Markt geht mit einer breiteren Produktpalette sowohl günstiger als auch hochpreisiger Produkte und zunehmend mehr Produktformen und Packungsgrößen einher. Auch haben sich die Lieferzeiten deutlich verkürzt. Diese und weitere Verbesserungen von Service-Merkmalen nehmen die Verbraucher gut an, so dass die elektronische Bestellung von Produkten aus der Apotheke inzwischen einen üblichen Einkaufsweg darstellt. Das betrifft

sowohl die Bestellung von Medikamenten für den Akutbedarf wie auch zur Vorsorge sowie Produkte aus anderen Bereichen wie z.B. der Apothekenkosmetik. Experten konstatieren in diesem Zusammenhang ein wachsendes Vertrauen in Online-Bestellungen beim Apotheken-Versandhandel.

Außerdem informieren sich immer mehr Menschen über das Internet gerade auch zu Gesundheitsthemen und nutzen soziale Medien zum Austausch. Patienten machen sich vor der elektronischen Bestellung über verschiedene Merkmale kundig, von Preisen für Produkte über Inhaltsstoffe, Wirkung und eventuelle Nebenwirkungen.

Hersteller haben das Internet inzwischen als interessantes Werbemedium erkannt und nutzen es zunehmend, neben der klassischen Werbung in Fernsehen, Zeitschriften und Tageszeitungen. Zwar macht das Budget für Internet-Werbung immer noch einen relativ kleinen Teil aus, doch die Zusammenarbeit zwischen Versandhändlern und Industrie wird weiter professionalisiert. Werbeformate bei den Versendern sowie die Präsenz in Webshops gewinnen an Bedeutung. Zudem investierten Versender verstärkt in Werbekampagnen über verschiedene Kanäle.

## **Über IQVIA™**

IQVIA (NYSE: IQV) ist ein führender, globaler Anbieter von zukunftsweisender Analytik, Technologielösungen und klinischer Auftragsforschung für Life Science Unternehmen. Entstanden durch den Zusammenschluss von IMS Health und Quintiles, nutzt IQVIA Erkenntnisse der interdisziplinären Human Data Science und verbindet so Stringenz und Klarheit der Data Science mit dem kontinuierlich wachsenden Anwendungsbereich Human Science. Auf dieser Grundlage unterstützt IQVIA Unternehmen darin, neue Ansätze in der klinischen Entwicklung und in der Vermarktung zu verfolgen, ihr Innovationstempo zu steigern und bessere Ergebnisse in der Gesundheitsversorgung zu erzielen. Getragen von IQVIA CORE™, generiert IQVIA einzigartige und praxisrelevante Erkenntnisse an der Schnittstelle von umfassenden Analysen, transformativen Technologien, ausgewiesener Branchenexpertise und Umsetzungskompetenz. Mit über 58.000 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. So unterstützt IQVIA Akteure im Gesundheitswesen darin, Krankheitsbilder zu identifizieren sowie mit entsprechenden Behandlungspfaden und Therapien zu verbinden, um bessere Behandlungsergebnisse zu erreichen. Das umfassende Know-how von IQVIA verhilft Unternehmen aus Biotechnologie, Medizintechnik, pharmazeutischer Industrie und medizinischer Forschung, staatlichen Einrichtungen, Kostenträgern und anderen Akteuren im Gesundheitswesen zu einem tieferen Verständnis von Versorgungsbedingungen, Krankheiten und wissenschaftlichen Fortschritten und unterstützt sie so auf ihrem Weg zu größeren Behandlungserfolgen. Weitere Informationen finden Sie auf [www.IQVIA.de](http://www.IQVIA.de).