

Mehr Medizinprodukte über den Apotheken-Versandhandel

Der Apotheken-Versandhandel mit rezeptfreien Produkten (Arznei- und Gesundheitsmitteln, Kosmetika, Ernährungsprodukten, medizinischem Sachbedarf) in und nach Deutschland setzte auch im Jahr 2016 seinen Wachstumskurs

fort. Das OTC-Geschäft über den elektronischen/telefonischen Bestellweg wuchs sowohl nach Wert als auch nach Menge zweistellig (+17 %/+13 %). Die Umsatzentwicklung der Vor-Ort-Apotheken nahm sich demgegenüber mit plus 2 Prozent

bescheiden aus, die Menge war tendenziell (–1 %) rückläufig.

Durch die Aufwärtsbewegung des Versandhandels verbuchte der Gesamtmarkt rezeptfreier Produkte (Apotheken und Versandhandel) 2016 eine Umsatzsteigerung von gut 3 Prozent bei einer Mengenentwicklung von plus 1 Prozent (s. Abb. 1 und 2).

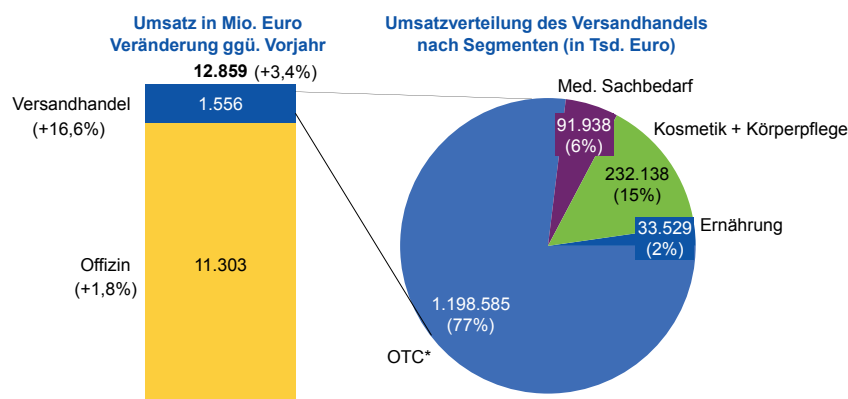
Von den insgesamt 12,9 Mrd. Euro Umsatz (zu effektiven Verkaufspreisen) mit rezeptfreien Produkten entfielen 2016 auf den Versandhandel knapp 1,6 Mrd. Euro bzw. 12 Prozent. Die zweistellige Umsatzsteigerung dieses Vertriebskanals schlug sich damit in einer Erhöhung des Marktanteils um einen Prozentpunkt nieder. Ebenfalls von 11 auf 12 Prozent gestiegen ist der Anteil versendeter Packungen.

Der größte Umsatz- wie auch Mengenanteil entfiel auch im Versandhandel mit 77 bzw. 80 Prozent nach wie vor auf Arznei- und Gesundheitsmittel. Den zweitgrößten Anteil vereinte das Segment der Produkte zur Körperpflege und Kosmetik (15 %/13 %) auf sich, gefolgt von Artikeln des medizinischen Sachbedarfs (Tests, Messinstrumente usw.) und Ernährungsprodukten. Den größten Zuwachs verbuchte der medizinische Sachbedarf (+29 %/+24 %), was auf eine gestiegene Nachfrage nach Tests und Testinstrumenten, Injektionsbedarf sowie Produkten für die Inkontinenzversorgung zurückzuführen ist. Umsatz und Absatz legten jedoch auch bei allen anderen untersuchten Kategorien deutlich zu. Dies dürfte u. a. mit der zunehmenden Akzeptanz des Versandhandels in der Gesundheitsversorgung zusammenhängen.

Quelle: QuintilesIMS

Abbildung 1: Zweistellige Umsatzsteigerung des Apotheken-Versandhandels mit rezeptfreien Produkten in 2016

Jahr 2016: OTC-Markt Apotheke (OTC-Arznei-/Gesundheitsmittel, Apothekenkosmetik, Medizinischer Sachbedarf, Ernährung), Umsatz zu effektiven Verkaufspreisen

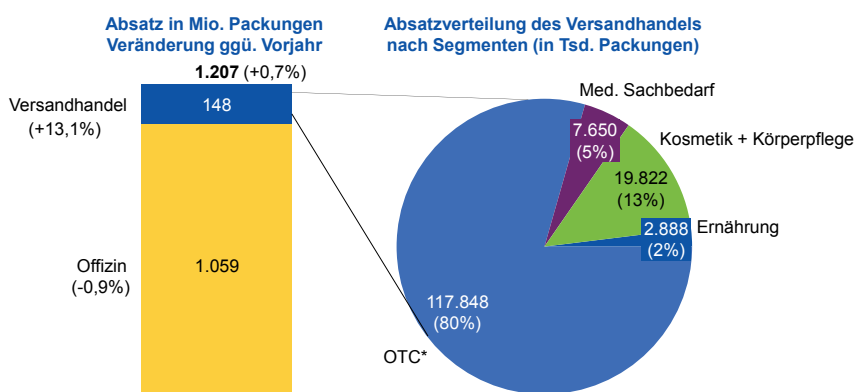


Quelle: IMS Apothekenstichprobe und Hochrechnung/Projektion, IMS® Consumer Health Analytics, cube 2330
* OTC = over the counter = rezeptfrei / hier inkl. Nichtarzneimittel (OTCGMS, PEC, PAC, Nutrition)

© 2017, QuintilesIMS (IMS HEALTH) – Medieninformation vom 11.05.2017

Abbildung 2: Zweistellige Absatzsteigerung des Apotheken-Versandhandels mit rezeptfreien Produkten in 2016

Jahr 2016: OTC-Markt Apotheke (OTC-Arznei-/Gesundheitsmittel, Apothekenkosmetik, Medizinischer Sachbedarf, Ernährung), Absatz in Packungen



Quelle: IMS Apothekenstichprobe und Hochrechnung/Projektion, IMS® Consumer Health Analytics, cube 2330
* OTC = over the counter = rezeptfrei / hier inkl. Nichtarzneimittel

© 2017, QuintilesIMS (IMS HEALTH) – Medieninformation vom 11.05.2017