

Enterale Nährmittel in der Apotheke

Der Appetit wächst



von Michael Poersch, Key-Account-Manager Med Tech bei IQVIA (Frankfurt/Main)

Im ambulanten Sektor außerhalb der Klinik hat in den letzten fünf Jahren die Abgabe der Produkte für die enterale Ernährung deutlich zugenommen. Insbesondere im aktuellen Zwölf-Monatszeitraum (MAT = Moving Annual Total) Oktober 2017 ist der Markt um 8,9 Prozent gewachsen und hat ein Volumen von 126,2 Mio. Euro, bewertet zu Grosspreisen (s. Abb. 1). Der Anteil der Sonden und des Zubehörs ist dabei vernachlässigbar. Dies zeigt eine Marktanalyse von IQVIA (früher IMS Health) für MTDialog.

Ein guter Ernährungsstatus gilt bei vielen Krankheitsbildern als Voraussetzung für die Genesung von Patienten, da Heilungsprozesse auf das ausreichende Angebot von Nährstoffen angewiesen sind. Immer wenn normale Kost nicht ausreicht, einen Patienten in ausreichender Menge mit Nährstoffen zu versorgen, und der Verdauungstrakt noch funktionsfähig ist, kommen enterale Nährmittel zum Einsatz. Sie enthalten neben Wasser, Kohlenhydraten, Eiweißen und Fetten auch die notwendigen Mikronährstoffe

wie Vitamine, Mineralstoffe und Spurenelemente.

Man kann sie oral als Trinknahrung zu sich nehmen, um die Normalkost zu ergänzen oder zu ersetzen. Wenn Schluck- und Kauapparat beeinträchtigt sind oder der Patient aus anderen Gründen nicht in der Lage ist, eine ausreichende Menge zu sich zu nehmen, können enterale Nährmittel dem Magen-Darm-Trakt direkt zugeführt werden – entweder per Sonde durch Nase und Rachen oder mittels PEG (perkutane endoskopische Gastrosto-

mie) durch die Bauchdecke direkt in den Magen. Bei Produkten, die ausschließlich über Sonde appliziert werden und die nicht getrunken werden, kann der Hersteller auf Geschmacksstoffe verzichten.

Wenn auch diese Form der Ernährung nicht möglich ist, beispielsweise wegen akuter Erkrankungen des Verdauungstrakts, bleibt nur noch die parenterale Ernährung, bei der die Zufuhr von Wasser, Glukose, Aminosäuren, Fetten und Mikronährstoffen direkt in die Vene erfolgt. Diese wird hier nicht betrachtet.

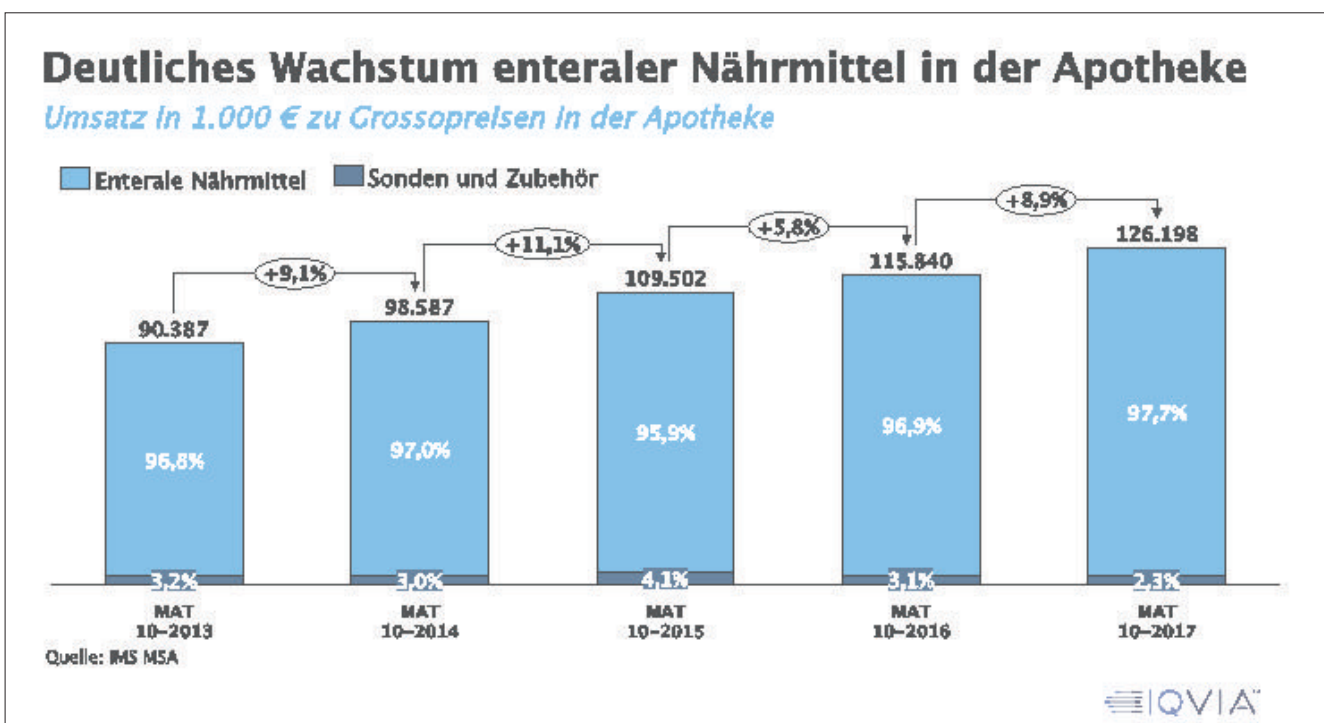


Abbildung 1.

Fünf Hersteller führen

Es tummeln sich insgesamt über 70 Hersteller in diesem Sektor. Die fünf führenden Hersteller für Ernährungsprodukte (in alphabetischer Reihenfolge) sind Fresenius Kabi, Metax, Milupa, Nestlé und Nutricia. Diese prägen den Markt mit zusammen ca. 90 Prozent Marktanteil. Zwei von ihnen finden wir auch unter den führenden Herstellern medizinischer Einmalprodukte wie Sonden und Überleitungen, wo B. Braun, Fresenius Kabi, GHD, Nutricia und Vygon führend sind. Die Konzentration ist hier ähnlich, auch hier vereinigen die Top 5 gut 90 Prozent des Marktes auf sich.

Anteile im Segment Nahrungsmittel

Das Segment der Nahrungsmittel besteht zu mehr als der Hälfte aus Standard- und Spezialtrinknahrung (s. Abb. 2). Am weitesten häufigsten, nämlich zu 40 Prozent, wird bei dieser Kategorie energiereiche, aber ballaststofffreie Trinknahrung verkauft, ein weiteres Drittel ist energie- und proteinreiche Nahrung. Die übrigen Standard- und Spezialtrinknahrungen sind Formulierungen, bei denen Ballaststoffe und Proteine unterschiedlich gemischt sind, sowie spezielle Formen für Diabetiker und Kinder.

Bei den diätetischen Nahrungsmitteln, mit einem Drittel das zweitgrößte Segment, finden sich auch Produkte, die leicht zu

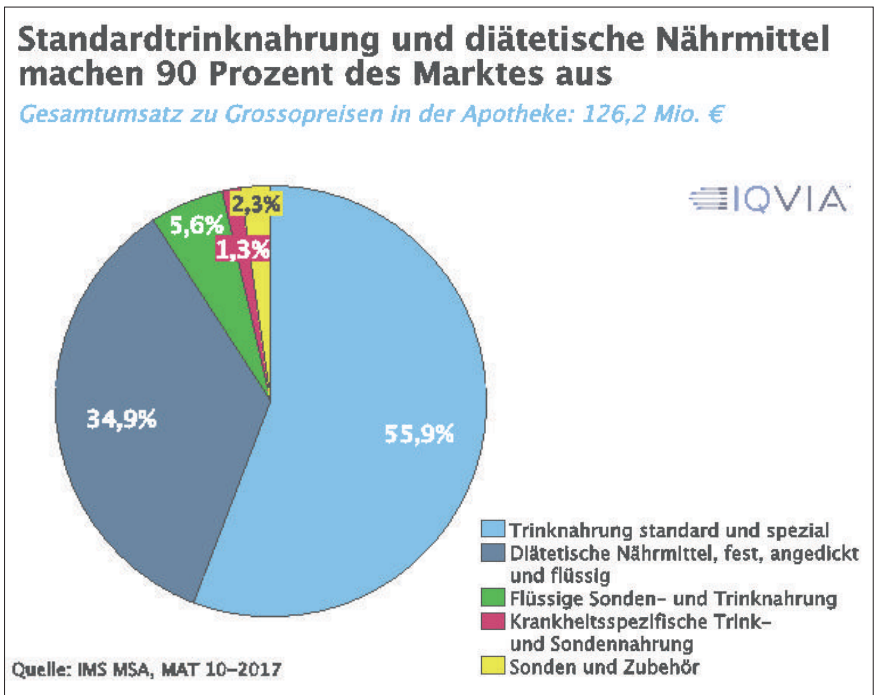


Abbildung 2.

schlucken sind, aber als feste und ange-dickte Zubereitungen dem Patienten Ab-wechslung bieten. Die Konsistenz sorgt hier für das Empfinden, wirklich zu essen und nicht nur zu trinken. Voraussetzung ist, dass die Personen noch normal schlucken können, aber eine indikations-spezifische Diät benötigen.

Die flüssigen Sonden- und Trinknah-rungen, die 5,6 Prozent ausmachen, be-stehen aus standardisierten Zubereitun-

gen, die meist isokalorisch (1 ml = 1 kcal) oder hyperkalorisch (1 ml enthält mehr als 1 kcal) ausgerichtet sind, um eine gute Bilanzierung der aufgenommenen Nah-rungsenergie zu ermöglichen.

i Weitere Infos: Michael Poersch, IQVIA, Tel. 0 69/66 04-44 02, E-Mail: Michael.Poersch@iqvia.com