

# MARKTSTRUKTUR REZEPTFREIER PRODUKTE AUS APOTHEKEN IN 2020

Der Umsatz mit rezeptfreien Produkten aus Offizinapotheken und Versandhandel belief sich im Jahr 2020 auf knapp 14 Mrd. Euro zu effektiven Verkaufspreisen. Dahinter stehen 1,23 Mrd. abgegebene Packungen, unabhängig von der Größe. Gemessen am Apothekengesamtmarkt, also dem Einschluss auch rezeptpflichtiger Präparate, entfällt auf den OTC-Bereich (OTC: over the counter = rezeptfrei) zwar „nur“ gut ein Fünftel (22 %) nach Wert, jedoch weit mehr als die Hälfte (61 %) nach Menge. Das OTC-Segment beinhaltet neben Arzneimitteln eine Reihe weiterer Kategorien, die für die Gesundheitspflege, -vorsorge und -behandlung relevant sind. IQVIA hat die Marktsituation in diesem Bereich nach verschiedenen Kriterien beleuchtet.



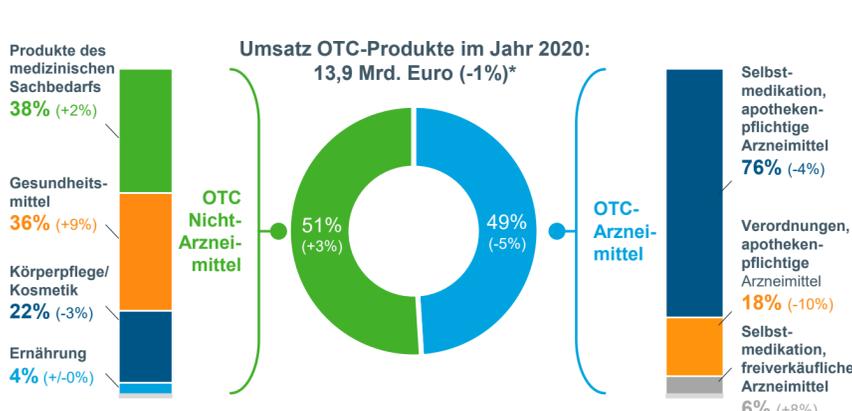
## Apothekenumsatz mit OTC-Produkten: nahezu hälftige Verteilung auf Arznei- und Nichtarzneimittel

Fast die Hälfte des **Umsatzes** (49 %) entfällt auf **OTC-Arzneimittel**. Davon gehen gut vier Fünftel (82 %) auf die Selbstmedikation zurück, die großenteils mit apothekenpflichtigen Präparaten erfolgt. Freiverkäufliche Medikamente spielen eine vergleichsweise untergeordnete Rolle. Über Verordnungen wird knapp ein Fünftel des Umsatzes generiert.

Vom verbleibenden Rest der „**Nicht-Arzneimittel**“ entfällt das Gros auf Produkte des medizinischen Sachbedarfs. Hierunter fallen z.B. diverse Tests oder auch Hilfsmittel. Danach folgen Gesundheitsmittel und Artikel aus dem Bereich der Apothekenkosmetik einschließlich Körperpflege. Ernährungsprodukte (z. B. Schlankheitsmittel, Traubenzucker) stellen mit 4 % den kleinsten Anteil.

## Marktstruktur rezeptfreier Produkte aus Apotheken in 2020

Struktur des Apothekenumsatzes\* mit OTC-Produkten; Offizin + Versandhandel



Während bei OTC-Arzneimitteln mit Ausnahme der freiverkäuflichen Präparate ein Rückgang sowohl bei der Selbstmedikation als auch bei Verordnungen festzustellen ist, verbuchen Produkte des medizinischen Sachbedarfs und Gesundheitsmittel in 2020 eine Umsatzsteigerung. Beide Entwicklungen hängen mit **COVID-19** zusammen, da zum einen die Nachfrage nach Tests in den Apotheken stieg, und zum anderen Verbraucher sich zumindest in den Anfängen der Pandemie verstärkt mit Vitaminpräparaten versorgten.

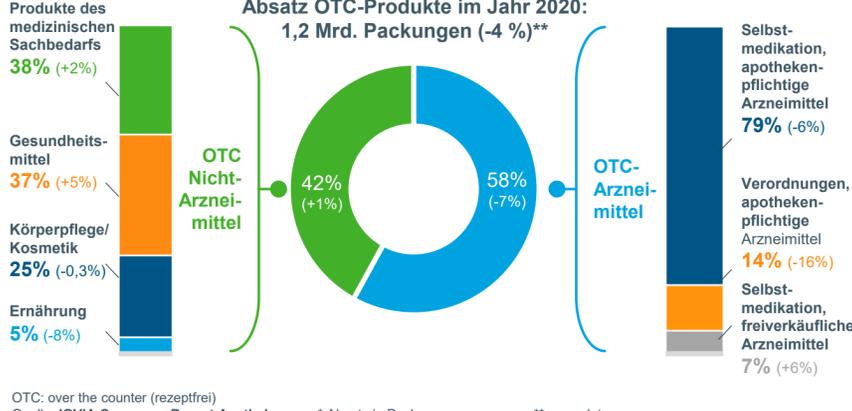


## 58 % der Menge entfallen auf OTC-Arzneimittel

Rezeptfreie Medikamente machen nach der **Menge abgegebener Packungen** mit 58 % den Löwenanteil aus. Vom verbleibenden Rest der „Nicht-Arzneimittel“ vereinen Produkte des medizinischen Sachbedarfs den größten Anteil auf sich, gefolgt von Gesundheitsmitteln (z. B. Nahrungsergänzungspräparate, nicht-medikamentöse Erkältungs-/Atemwegsmittel) und Artikeln zur Kosmetik/ Körperpflege. Ernährungsprodukte bilden mit 5 % den kleinsten Anteil.

## Marktstruktur rezeptfreier Produkte aus Apotheken in 2020

Struktur des Apothekenabsatzes\* mit OTC-Produkten; Offizin + Versandhandel



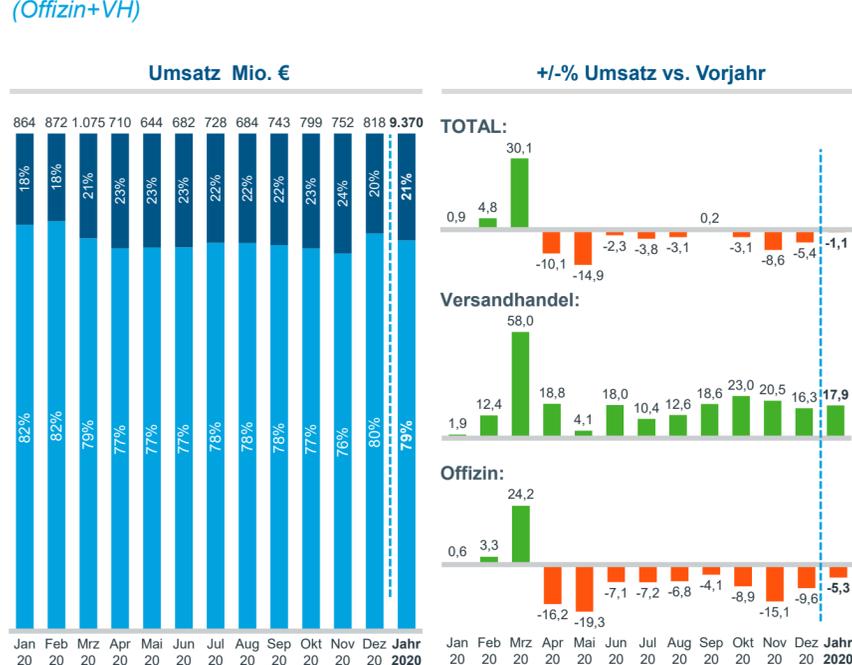
## COVID-19 verstärkt Nachfrage im Versandhandel

Im Zuge von Kontaktbeschränkungen während der Pandemie suchten Verbraucher auch Apotheken weniger häufig auf. Davon profitiert der **Versandhandel**, dessen monatlicher Marktanteil sich zwischen Januar und November 2020 von 18 auf 24 % erhöht hat. Insbesondere im März 2020, in dem der erste Lockdown begann, stieg der Umsatz über den elektronischen/telefonischen Bestellweg gegenüber Vorjahr um 58 % und wuchs in den meisten anderen Monaten des Jahres niedrig zweistellig.

Demgegenüber verbucht die **Vorortapotheke** ab April 2020 durchgängig einen Umsatzrückgang. Der Versandhandel gleicht die Verluste der Offizin allerdings nicht vollständig aus, denn für das Gesamtsegment ergibt sich für das Jahr 2020 ein einprozentiger Umsatzrückgang. Gleiches gilt auch nach Absatz, der in 2020 insgesamt um 4 % zurückgeht; auch hier kompensiert der Versandhandel trotz eines Zuwachses um knapp 19 % die Verluste der Offizin (-9 %) nicht.

## Vorortapotheke mit Umsatzverlust seit April 2020, Versandhandel mit zweistelligem Zuwachs

Rezeptfreie Arznei- und Nichtarzneimittel, OTCGMS (Gruppen 1-19+97), Umsatz Mio. € zum effektiven Verkaufspreis, Marktanteil Wert %, Apotheke (Offizin+VH)



## Hoch im Kurs: Produkte zur Stärkung des Immunsystems und Hautmittel

In beiden Vertriebskanälen – Apotheke und Versandhandel – stehen im Jahr 2020 Produkte zur Stärkung des Immunsystems und Hautmittel hoch im Kurs, die eine vermehrte Nachfrage verbuchen. Dies lässt sich wesentlich mit der Pandemie erklären: Verbraucher möchten zum einen die Gefahr einer Infektion geringer halten; zum anderen haben sie einen erhöhten Pflegebedarf infolge von Hygienemaßnahmen (z. B. häufiges Händewaschen).

## Produktgruppen mit hoher Nachfrage in Apotheke und Versandhandel – Ranking nach Wachstumsraten 2020\*

1. Hautmittel
2. Tonika/Geriatrika/Melisse/Immunstärkung
3. Vitamine/Mineralstoffe/Nahrungsergänzung

\* Ohne Sammelkategorie „Sonstige“

Quelle: IQVIA® Consumer Report Apotheke

Kontinuierliche Marktstudie von IQVIA über die Verkäufe von rezeptfreien Arzneimitteln und Nichtarzneimitteln/diätetischen Lebensmitteln sowie Medizinprodukten in öffentlichen Apotheken und Versandhandelsapotheken in Deutschland (injizierbare Formen sind ausgeschlossen). Dabei wird die Art der Abgabe - nach Barverkauf oder Rezept – direkt am Point of Sale differenziert.

Sie haben Fragen zum Thema oder weiteren Informationsbedarf? Dann wenden Sie sich bitte an Frau [Dr. Gisela Maag](#)