

Insight Health OTC-Scanner Apotheken – Deutschland 1. Quartal 2025



- Offizin von INSIGHT Health und Versandhandel von DatamedIQ (Überblick)
- Abverkauf aus Deutschen Apotheken gesamt: „Therapeutisches Sortiment“ inkl. Kosmetik
- rezeptfrei (OTC – Offizin & VH) und rezeptpflichtig (Rx – nur Offizin)

OTC-Markt:

- Abgabe auf Rezept/Barverkauf
- führende OTC & Personal Care Kategorien (PC)
- führende OTC & Personal Care Hersteller (PC) und Marken (Offizin)
- Dynamik der führenden Hersteller (Offizin)
- neue Präparate (PZN) des laufenden Jahres (Offizin)
- Saison-Charts: Erkältung (Q4 + Q1), Allergie (Q2), Sonne (Q3)

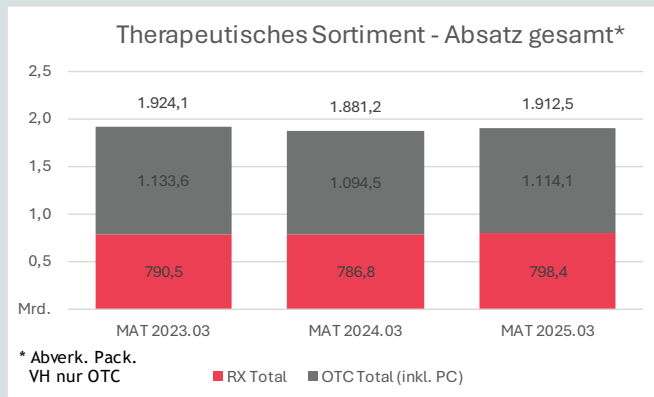
OTC: „Therapeutisches Sortiment“ bestehend aus: IH-OTC und IH-Personal Care (PC), Kategorie- und Subkategorie-Zuordnungen auf Anfrage

Quelle: IH APO Fusion, Abverkauf Deutschland in Packungen und bewertet mit rAVP (realer Apothekenverkaufspreis/Endverbraucherpreis inkl. MwSt.; für RX = AVP)

Update: quartalweise

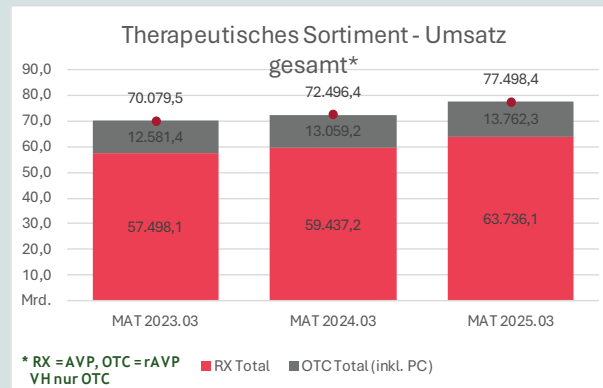


Deutscher Apotheken-Markt: Therapeutisches Sortiment (RX & OTC) (rollierende Jahreswerte)

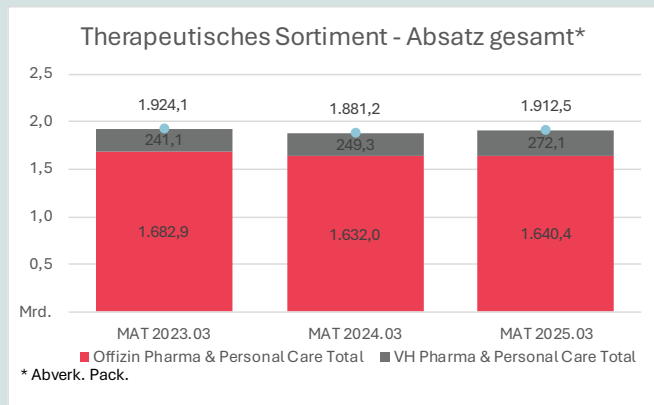


	±% VJ	±% VVJ	±% CAGR
Packungswachstum	1,7%	-2,2%	-0,3%
RX Total	1,5%	-0,5%	0,5%
OTC Total (inkl. PC)	1,8%	-3,4%	-0,9%

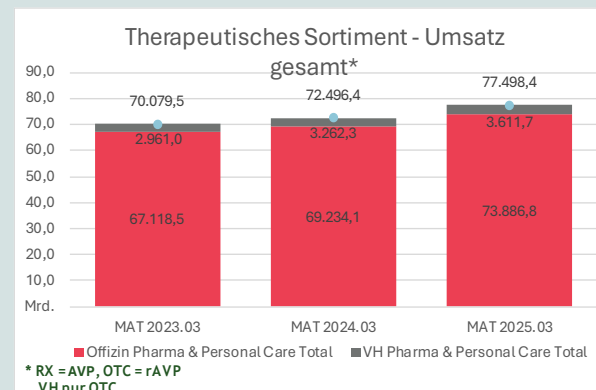
	±% VJ	±% VVJ	±% CAGR
Umsatzwachstum	6,9%	3,4%	5,2%
RX Total	7,2%	3,4%	5,3%
OTC Total (inkl. PC)	5,4%	3,8%	4,6%



Deutscher Apotheken-Gesamtmarkt: Rx & OTC - Offizin & VH (rollierende Jahreswerte)

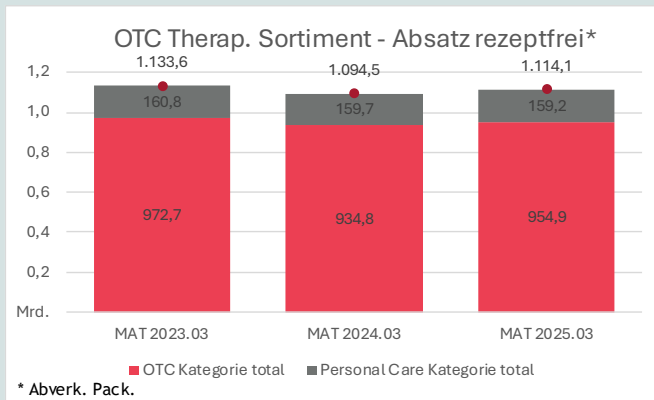


	±% VJ	±% VVJ	±% CAGR
Umsatzwachstum	6,9%	3,4%	5,2%
Offizin	6,7%	3,2%	4,9%
Versandhandel	10,7%	10,2%	10,4%

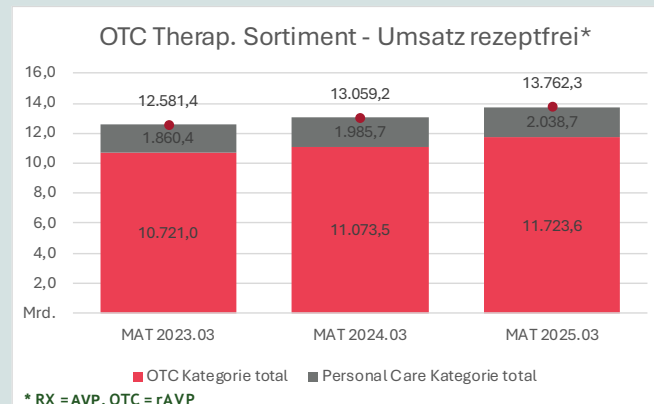


	±% VJ	±% VVJ	±% CAGR
Packungswachstum	1,7%	-2,2%	-0,3%
Offizin	0,5%	-3,0%	-1,3%
Versandhandel	9,2%	3,4%	6,2%

Deutscher OTC-Markt: OTC & Personal Care gesamt (rollierende Jahreswerte)

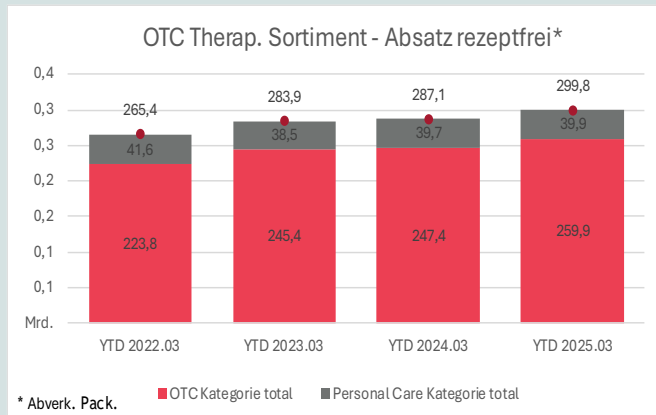


	±% VJ	±% VVJ	±% CAGR
Umsatzwachstum	5,4%	3,8%	4,6%
OTC Kategorie total	5,9%	3,3%	4,6%
Personal Care Kategorie total	2,7%	6,7%	4,7%

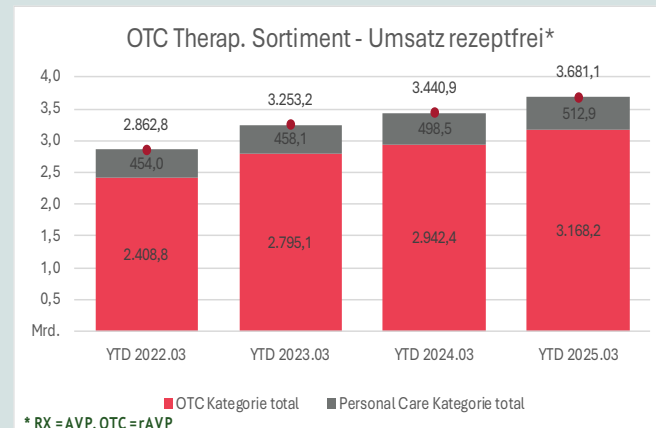


	±% VJ	±% VVJ	±% CAGR
Packungswachstum	1,8%	-3,4%	-0,9%
OTC Kategorie total	2,2%	-3,9%	-0,9%
Personal Care Kategorie total	-0,3%	-0,7%	-0,5%

Deutscher OTC-Markt: OTC & Personal Care gesamt (year-to-date)

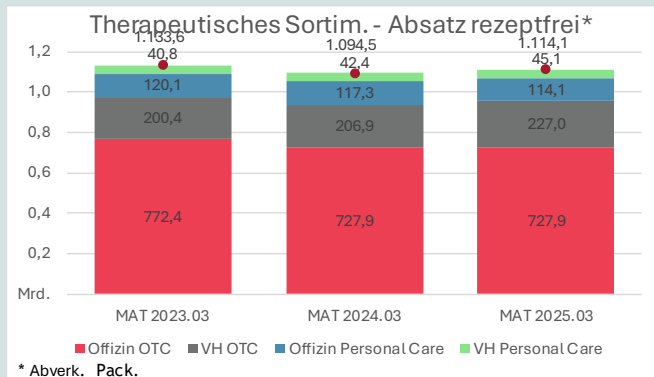


	±% VJ	±% VVJ	±% VVVJ	±% CAGR
Umsatzwachstum	7,0%	5,8%	13,6%	8,7%
OTC Kategorie total	7,7%	5,3%	16,0%	9,6%
Personal Care Kategorie total	2,9%	8,8%	0,9%	4,2%

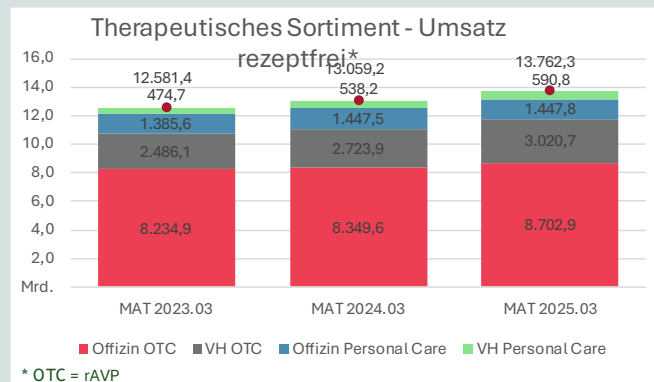


	±% VJ	±% VVJ	±% VVVJ	±% CAGR
Packungswachstum	4,4%	1,1%	7,0%	4,1%
OTC Kategorie total	5,0%	0,8%	9,6%	5,1%
Personal Care Kategorie total	0,6%	3,0%	-7,4%	-1,4%

Deutscher OTC-Markt: OTC & Personal Care - Offizin & VH (rollierende Jahreswerte)



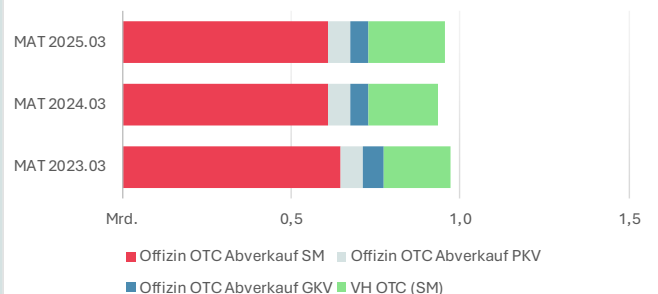
	±% VJ	±% VVJ	±% CAGR
Umsatzwachstum	5,4%	3,8%	4,6%
Offizin OTC	4,2%	1,4%	2,8%
VH OTC	10,9%	9,6%	10,2%
Offizin Personal Care	0,0%	4,5%	2,2%
VH Personal Care	9,8%	13,4%	11,6%



	±% VJ	±% VVJ	±% CAGR
Packungswachstum	1,8%	-3,4%	-0,9%
Offizin OTC	0,0%	-5,8%	-2,9%
VH OTC	9,7%	3,2%	6,4%
Offizin Personal Care	-2,8%	-2,3%	-2,5%
VH Personal Care	6,5%	4,0%	5,2%

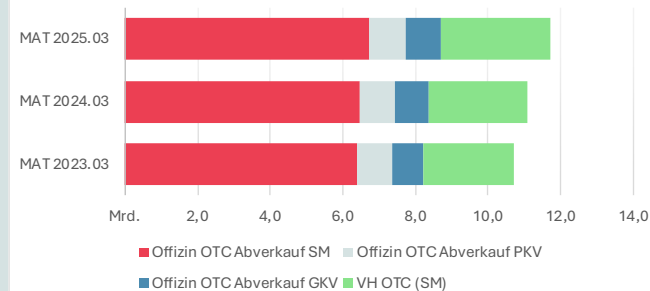
OTC-Markt* nach Rezeptart (an der Apothekenkasse) (rollierende Jahreswerte)

OTC - REZEPTART - PACKUNGEN



Sell-out Entwicklung Umsatz	±% VJ	±% VVJ	±% CAGR
OTC Gesamt (exkl. PC)	5,9%	3,3%	4,6%
Offizin OTC Abverkauf SM	4,1%	1,2%	2,6%
Offizin OTC Abverkauf PKV	3,9%	1,2%	2,5%
Offizin OTC Abverkauf GKV	5,3%	3,1%	4,2%
VH OTC (SM)	10,9%	9,6%	10,2%

OTC - REZEPTART - UMSATZ (RAVP)



Sell-out Entwicklung Packungen	±% VJ	±% VVJ	±% CAGR
OTC Gesamt (exkl. PC)	2,2%	-3,9%	-0,9%
Offizin OTC Abverkauf SM	-0,2%	-5,6%	-2,9%
Offizin OTC Abverkauf PKV	1,5%	-4,6%	-1,6%
Offizin OTC Abverkauf GKV	0,1%	-8,3%	-4,2%
VH OTC (SM)	9,7%	3,2%	6,4%

OTC-Kategorien – Apothekenmarkt gesamt (rollierende Jahreswerte)

Umsatz zu rAVP (Endverbraucherpreise) (in Mio.)	MAT 2025.03 Apotheken Gesamt	±% CAGR vs. VVJ	Anteil VH
OTC-Markt - Führende Marktsegmente	11.723,6	4,6%	26%
Erkältung	2.438,9	3,1%	19%
Magen & Verdauung	1.601,3	6,9%	26%
Vitamine & Mineralstoffe	1.542,5	5,0%	32%
Schmerzmittel exkl M	851,3	2,8%	20%
Haut Haare Nägel	746,3	5,7%	33%
Muskeln Gelenke inkl Schmerz	701,4	3,0%	29%
Herz-Kreislauf, Cholesterin	497,7	3,3%	42%
Urogenitale Mittel (Blase, Prostata, Hormone etc.)	487,3	6,1%	29%
Verschiedenes	461,9	5,5%	19%
Augenpräparate	439,0	6,6%	25%
Nährmittel	349,9	9,0%	9%
Beruhigung & Schlaf	340,4	3,2%	29%
Allergie	328,6	11,6%	22%
Homöopathie, Bachblüten Schüssler	238,8	-2,4%	38%
Mund & Zahnpflege	203,1	4,7%	19%
Quelle: IH APO-Fusion OTC, OTC Subcategories			

Die OTC-Kategorien insgesamt erreichen im rollierenden 12-Monatswert (MAT) März 2025 einen Umsatz von 11,7 Mrd. € zu Endverbraucherpreisen. Die durchschnittliche jährliche Wachstumsrate (CAGR vs. VVJ) beträgt +4,6 %.

Das größte Wachstum erreichten Allergiemittel, Nahrungsmittel, Magen- und Verdauungsmittel, sowie Augenpräparate.

Der Anteil der Versandapotheken beträgt durchschnittlich 26 %. Wie auch im Vorquartal erreichen die Kategorien, welche weniger akute Beschwerden abbilden, einen teils höheren VH-Anteil, Akut-Kategorien deutlich weniger.

Personal Care Kategorien – Apothekenmarkt gesamt (rollierende Jahreswerte)

Umsatz zu rAVP (Endverbraucherpreise) (in Mio.)	MAT 2025.03 Apotheken Gesamt	±% CAGR vs. VVJ	Anteil VH
Personal Care Markt - Marktsegmente	2.038,7	4,7%	29%
Face Clean & Care	545,2	4,0%	31%
Body Clean & Care	403,2	3,6%	31%
Sonstige Hautprodukte	307,3	5,4%	26%
Wundheilung	274,2	6,3%	23%
Sonnenschutz	136,8	9,5%	31%
Haarpflege	79,3	12,5%	37%
Intimpflege	69,0	10,3%	33%
Mundhygiene	67,0	0,4%	35%
Verschiedenes	50,3	5,2%	17%
Fußpflege	49,9	-4,2%	26%
Kinder & Babypflege	26,5	-3,4%	22%
Dekorative Kosmetik	23,4	-5,3%	30%
Quelle: IH APO-Fusion OTC, Personal Care Subcategories			

Die Personal Care-Kategorien insgesamt erreichen im rollierenden 12-Monatswert (MAT) März 2025 einen Umsatz von 2 Mrd. € zu Endverbraucherpreisen. Die durchschnittliche jährliche Wachstumsrate (CAGR vs. VVJ) beträgt 4,7 %.

Neun Kategorien erzielten ein Wachstum, sieben davon überdurchschnittlich. Deko-Kosmetik, Fußpflege-Produkte sowie Kinder & Babypflege entwickeln sich rückläufig.

Der Anteil der Versandapotheken beträgt durchschnittlich 29 %.

Sechs Kategorien erreichen einen überdurchschnittlichen VH-Anteil.

OTC-Kategorien – Apothekenmarkt gesamt (year-to-date)

Umsatz zu rAVP (Endverbraucherpreise) (in Mio.)	YTD 2025.03 Apotheken Gesamt	±% CAGR vs. VVVJ	Anteil VH
OTC-Markt - Führende Marktsegmente	3.168,2	9,6%	26%
Erkältung	782,2	23,6%	19%
Magen & Verdauung	418,0	8,9%	27%
Vitamine & Mineralstoffe	415,5	6,4%	33%
Schmerzmittel exkl M	229,0	8,2%	20%
Haut Haare Nägel	171,6	4,9%	36%
Muskeln Gelenke inkl Schmerz	177,6	1,9%	30%
Herz-Kreislauf, Cholesterin	126,5	3,7%	44%
Urogenitale Mittel (Blase, Prostata, Hormone etc.)	122,0	6,8%	31%
Verschiedenes	107,6	4,1%	20%
Augenpräparate	112,1	6,7%	26%
Nährmittel	88,0	10,2%	9%
Beruhigung & Schlaf	89,1	2,1%	31%
Allergie	87,2	14,0%	25%
Homöopathie, Bachblüten Schüssler	61,2	-0,6%	39%
Mund & Zahnpflege	52,5	6,1%	21%
Quelle: IH APO-Fusion OTC, OTC Subcategories			

Die OTC-Kategorien insgesamt erreichen im Zeitraum Januar-März (YTD) 2025 einen Umsatz von 3,2 Mrd. € zu Endverbraucherpreisen. Die durchschnittliche jährliche Wachstumsrate (YTD-CAGR vs. VVVJ) beträgt 9,6 %.

Fast alle Kategorien wuchsen deutlich: Nur drei der führenden OTC-Kategorien konnten überdurchschnittlich zulegen, nur eins ging zurück. Das stärkste Wachstum erreichten nach wie vor Erkältungsmittel, sowie Allergie- und Nährmittel.

Der Anteil der Versandapotheken beträgt durchschnittlich 26 %. Kategorien, die weniger akute Beschwerden abbilden, erreichen einen überdurchschnittlichen VH-Anteil.

Personal Care-Kategorien – Apothekenmarkt gesamt (year-to-date)

Umsatz zu rAVP (Endverbraucherpreise) (in Mio.)	YTD 2025.03 Apotheken Gesamt	±% CAGR vs. VVVJ	Anteil VH
Personal Care Markt - Marktsegmente	512,9	4,2%	31%
Face Clean & Care	142,2	4,4%	34%
Body Clean & Care	108,5	2,6%	33%
Sonstige Hautprodukte	77,2	3,4%	27%
Wundheilung	69,0	6,2%	24%
Sonnenschutz	25,3	15,6%	36%
Haarpflege	21,4	11,3%	39%
Intimpflege	17,0	7,9%	34%
Mundhygiene	16,8	-0,7%	37%
Verschiedenes	9,1	0,2%	19%
Fußpflege	11,8	-3,2%	29%
Kinder & Babypflege	7,2	-4,3%	24%
Dekorative Kosmetik	6,0	-2,8%	34%
Quelle: IH APO-Fusion OTC, Personal Care Subcategories			

Die Personal Care-Kategorien insgesamt erreichen im Zeitraum Januar-März (YTD) 2025 einen Umsatz von 513 Mio. € zu Endverbraucherpreisen. Die durchschnittliche Wachstumsrate (YTD-CAGR vs. VVVJ) beträgt 4,2 %. Fünf der führenden Kategorien erzielten Wachstum, insbesondere die Sonnenschutzmittel. Kinder- und Babypflege, Fußpflege, Deko-Kosmetik sowie Mundhygiene verzeichnen weiterhin Rückgänge.

Der Anteil der Versandapotheken beträgt durchschnittlich 31 %. Sieben Kategorien erreichen einen überdurchschnittlichen VH-Anteil.

OTC-Kategorien – Offizin & VH (rollierende Jahreswerte)

Umsatz zu rAVP (Endverbraucherpreise) (in Mio.)	MAT 2025.03 Apotheken Offizin	±% CAGR vs. VVJ Off.	MAT 2025.03 Apotheken VH	±% CAGR vs. VVJ VH
OTC-Markt - Führende Marktsegmente	8.702,9	2,8%	3.020,7	10,2%
Erkältung	1.968,4	1,2%	470,5	12,7%
Magen & Verdauung	1.191,2	4,7%	410,1	14,4%
Vitamine & Mineralstoffe	1.051,2	3,3%	491,3	9,0%
Schmerzmittel exkl M	680,5	1,8%	170,7	7,3%
Haut Haare Nägel	498,5	3,3%	247,8	11,2%
Muskeln Gelenke inkl Schmerz	498,4	1,7%	203,0	6,5%
Verschiedenes	373,3	4,5%	88,6	10,2%
Urogenitale Mittel (Blase, Prostata, Hormone etc.)	345,7	4,5%	141,7	10,6%
Augenpräparate	331,0	5,2%	108,0	11,1%
Nährmittel	317,6	8,6%	32,3	12,8%
Herz-Kreislauf, Cholesterin	290,5	-0,1%	207,2	8,8%
Allergie	256,3	10,4%	72,3	16,3%
Beruhigung & Schlaf	241,3	2,0%	99,0	6,3%
Mund & Zahnpflege	164,1	3,1%	38,9	12,5%
Homöopathie, Bachblüten Schüssler	149,0	-5,3%	89,8	2,9%
Quelle: IH APO-Fusion OTC, OTC Subcategories				

Die OTC-Kategorien insgesamt wuchsen im MAT März 2025 in der Offizin mit 8,7 Mrd. € zu Endverbraucherpreisen und 2,8 % (CAGR vs. VVJ), während der VH um 10,2 % auf 3 Mrd. € zulegte.

Die Allergiemittel und Nährmittel verzeichnen einen außerordentlichen Zuwachs und entwickelten sich saisonbedingt immer noch überdurchschnittlich. Nur die Kategorie Homöopathie, Bachblüten Schüssler verzeichnet einen moderaten Rückgang. Der VH zeigt wieder ein dynamisches Wachstum. Acht Kategorien wachsen im Versandhandel teils deutlich überdurchschnittlich.

Personal Care-Kategorien – Offizin & VH (rollierende Jahreswerte)

Umsatz zu rAVP (Endverbraucherpreise) (in Mio.)	MAT 2025.03 Apotheken Offizin	±% CAGR vs. VVJ Off.	MAT 2025.03 Apotheken VH	±% CAGR vs. VVJ VH
Personal Care Markt - Marktsegmente	1.447,8	2,2%	590,8	11,6%
Face Clean & Care	376,5	0,9%	168,6	12,0%
Body Clean & Care	277,3	1,6%	125,9	8,3%
Sonstige Hautprodukte	228,3	2,8%	79,0	13,8%
Wundheilung	210,6	3,8%	63,6	16,3%
Sonnenschutz	94,5	7,0%	42,3	15,7%
Haarpflege	50,2	8,5%	29,1	20,5%
Intimpflege	46,4	8,7%	22,6	13,9%
Mundhygiene	43,8	-2,1%	23,2	5,6%
Verschiedenes	41,9	4,6%	8,4	8,1%
Fußpflege	37,2	-4,5%	12,7	-3,2%
Kinder & Babypflege	20,7	-3,8%	5,8	-2,1%
Dekorative Kosmetik	16,4	-9,6%	7,0	7,9%
Quelle: IH APO-Fusion OTC, Personal Care Subcategories				

Die Personal Care-Kategorien insgesamt wuchsen im MAT März 2025 in der Offizin mit 2,2 % (CAGR vs. VVJ) und erreichen 1,45 Mrd. € zu Endverbraucherpreisen. Der VH wächst mit 11,6 % (CAGR vs. VVJ) und 591 Mio. €.

Vor allem die Intimpflege, Haarpflege, Sonnenschutzmittel und Wundheilung zeigen in der Offizin ein deutlich überdurchschnittliches Wachstum. Dekorative Kosmetik, Fußpflege und Baby- und Kinderpflege verlieren besonders stark.

Sechs Kategorien zeigen überdurchschnittliches VH-Wachstum, Haarpflege, Wundheilung, Sonnenschutzmittel und Intimpflege – wie in der Offizin.

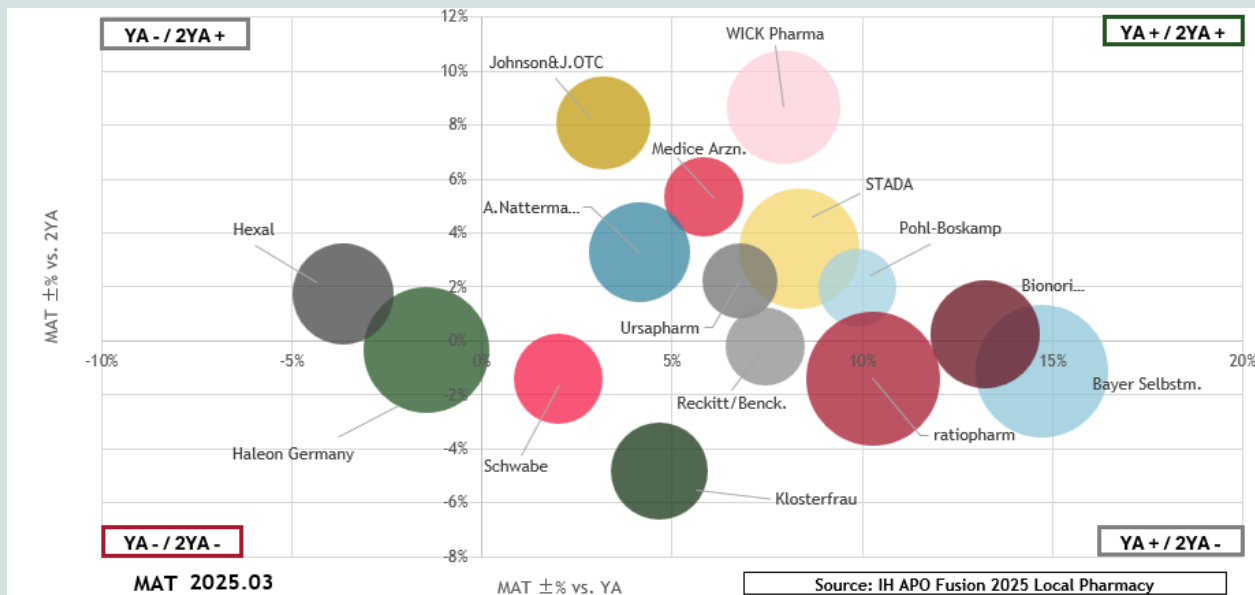
OTC Top-Hersteller – Apotheken Offizin (rollierende Jahreswerte)

Umsatz zu rAVP (Endverbraucherpreise) (in Mio.)	MAT 2025.03 Apotheken Offizin	±% CAGR vs. VVJ
OTC-Markt - Top Hersteller	8.702,9	2,8%
ratiopharm	430,7	1,8%
Bayer Selbstm.	401,5	2,6%
Haleon Germany	384,6	-1,9%
STADA	367,3	4,3%
Bionorica	315,4	4,6%
WICK Pharma	302,3	6,2%
A.Nattermann	268,8	3,1%
Hexal	245,0	-2,0%
Klosterfrau	236,0	-2,0%
Johnson&J.OTC	182,7	2,1%
Schwabe	166,2	-1,0%
Medice Arzn.	164,4	5,0%
Reckitt/Benck.	161,9	-0,5%
Pohl-Boskamp	155,3	4,6%
Ursapharm	143,2	3,6%

Quelle: IH APO-Fusion OTC, OTC Subcategories

Von den 15 führenden OTC-Herstellern realisierten 10 ein Wachstum (CAGR vs. VVJ) in der Offizin – ganz vorne dabei: alle, die im Erkältungsmarkt agieren, wie WICK Pharma, Pohl-Boskamp, Medice, Bionorica und Stada. Ratiopharm, Hexal und Haleon konnten das Niveau nicht ganz halten.

Dynamik der Top-OTC-Hersteller (Offizin) (rollierende Jahreswerte)



Lesebeispiel: Pohl-Boskamp hat sich im aktuellen MAT und im Vorjahres-MAT positiv entwickelt
→ Quadrant rechts-oben

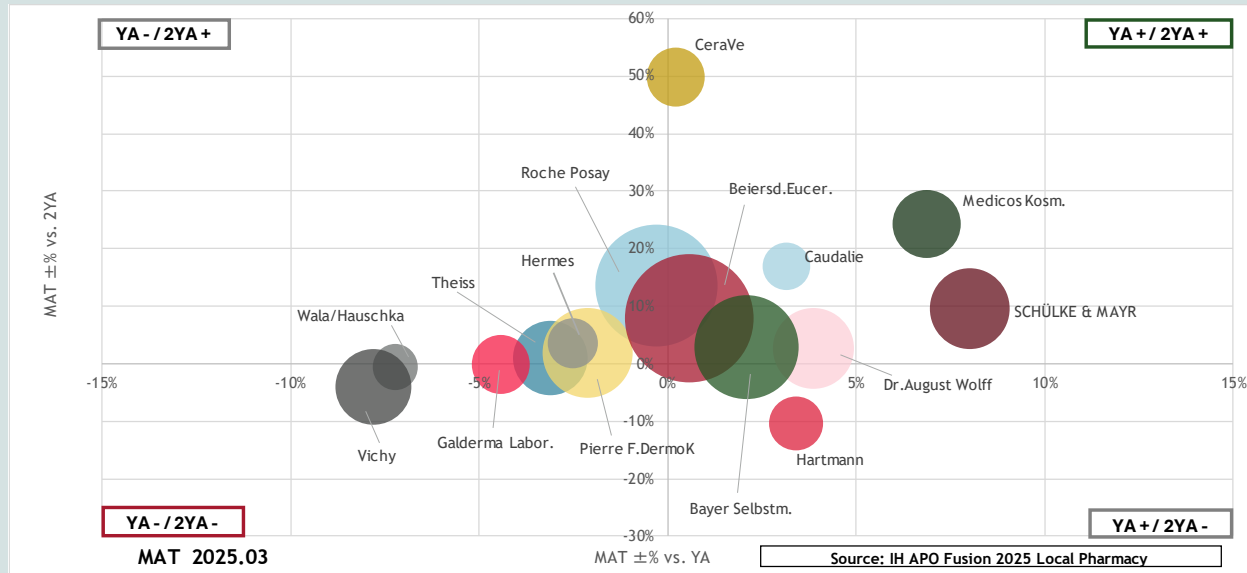
Personal Care Top-Hersteller – Apotheken Offizin (rollierende Jahreswerte)

Umsatz zu rAVP (Endverbraucherpreise) (in. Mio.)	MAT 2025.03 Apotheken Offizin	±% CAGR vs. VVJ
Personal Care-Markt - Top Hersteller	1.447,8	2,2%
Beiersd.Eucer.	152,3	4,2%
Roche Posay	137,7	6,4%
Bayer Selbstm.	100,0	2,5%
Pierre F.DermoK	75,4	-0,1%
Dr.August Wolff	61,1	3,2%
SCHÜLKE & MAYR	59,3	8,8%
Vichy	53,7	-6,0%
Theiss	51,2	-1,0%
Medicos Kosm.	43,4	15,3%
CeraVe	31,8	22,5%
Galderma Labor.	31,4	-2,3%
Hartmann	27,2	-3,7%
Hermes	23,3	0,5%
Caudalie	20,7	9,9%
Wala/Hauschka	19,6	-4,0%

Quelle: IH APO-Fusion OTC, Personal Care Subcategories

Unter den führenden 15 Personal Care-Herstellern sind neun mit positivem Wachstum in der Offizin (CAGR vs. VVJ): herausragend vor allem CeraVe, Medicos Pharma (vorm. P&M Cosmetics), Caudalie, Schülke & Mayr, Roche Posay, sowie Beiersdorf Eucerin. Besondere Rückgänge verzeichneten Vichy, Wala/Hauschka und Hartmann.

Dynamik Top-Personal Care-Hersteller (Offizin) (rollierende Jahreswerte)



Lesebeispiel: CeraVe hat sich im aktuellen MAT und im Vorjahres-MAT positiv entwickelt
→ Quadrant rechts-oben

OTC Top-Marken – Apotheken Offizin (rollierende Jahreswerte)

Umsatz zu rAVP (Endverbraucherpreise) (in Mio.)	MAT 2025.03 Apotheken Offizin	±% CAGR vs. VJ
OTC-Markt - Top Marken	8.702,9	2,8%
VOLTAREN	182,7	-3,5%
SINUPRET	166,7	3,6%
WICK	135,0	3,7%
FRESUBIN	134,7	12,3%
ASPIRIN	111,2	-0,5%
HYLO	103,1	6,0%
ORTHOMOL	100,3	4,1%
IBEROGAST	94,0	5,2%
NASENSPRAY RATIOPHARM	93,6	9,0%
GRIPPOSTAD	87,3	4,9%
BRONCHIPRET	87,3	3,0%
OMNI BIOTIC	84,0	21,3%
ACC	83,6	-2,5%
GELOMYRTOL	82,6	3,0%
DOBENDAN	81,5	-5,6%
Quelle: IH APO-Fusion OTC, OTC Category		

Unter den 15 führenden OTC-Marken haben 11 ein teils deutlich überdurchschnittliches Wachstum in der Offizin (CAGR vs. VJ): insbesondere die Probiotika Marke OMNi-BiOTiC, Fresubin (Trinknahrung) und die Erkältungsmarken wie Gelomyrtol, Sinupret, Grippostad, Nasenspray Ratiopharm und Bronchipret.

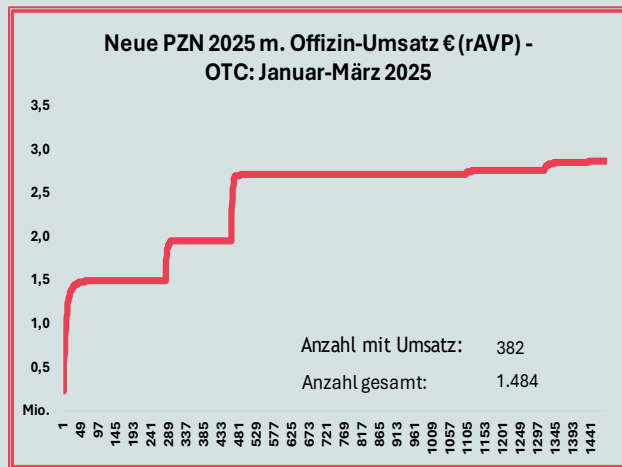
Personal Care Top-Marken – Apotheken Offizin (rollierende Jahreswerte)

Umsatz zu rAVP (Endverbraucherpreise) (in Mio.)	MAT 2025.03 Apotheken Offizin	±% CAGR vs. VJ
OTC-Markt - Top Marken	1.447,8	2,2%
EUCERIN	152,3	4,2%
ROCHE POSAY	137,7	6,4%
BEPANTHEN	86,3	3,8%
AVENE	61,1	-0,3%
VICHY	53,7	-6,0%
LINOLA	53,2	3,1%
OCTENISEPT	52,5	9,4%
DERMASENCE	43,4	9,0%
CERAVE	31,8	22,5%
OLIVENOEL DR THEISS	30,8	3,2%
CAUDALIE	20,7	9,9%
STERILLIUM	20,5	-7,7%
BETAISODONA	19,7	4,2%
DR HAUSCHKA	19,6	-4,0%
CETAPHIL	19,5	0,2%

Quelle: IH APO-Fusion OTC, Personal Care Category

Unter den führenden 15 Personal-Care-Marken sind 10 mit teils deutlich überdurchschnittlichem Wachstum in der Offizin (CAGR): vor allem CeraVe, aber auch Octenisept, Caudalie, Dermasence, Roche Posay, sowie Betaisodona und Dr. Theiss.

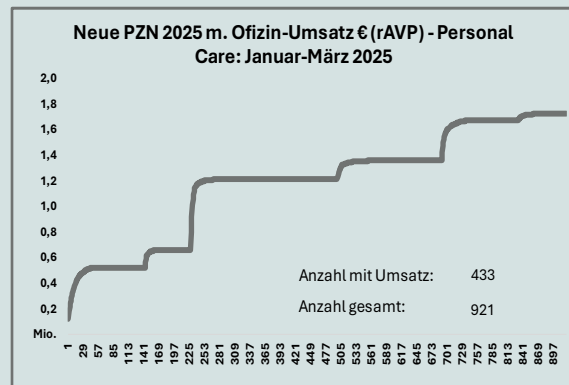
Neue PZN in der Offizin seit Januar 2025 - OTC



Die 10 erfolgreichsten OTC Neueinführungen 2025 nach Ø-Umsatz pro Monat

seit	Offizin	YTD 2025.03	pro Monat
01.01.2025	19383570 THOMAPYRIN TENSION DUO 400 36 ST	220.263	73.421
01.02.2025	19375725 IBUPROFEN ELAC 400MG FTA 20 ST	130.504	65.252
01.01.2025	19456091 OMNI BIOTIC PANDA TROPFEN 8 ML	175.561	58.520
01.01.2025	19306747 NEO-HYDRO LUTSCHTABL MENTH 24 ST	148.999	49.666
01.01.2025	19176457 NASIC MOMETASON HEUSCHNSPR 10 G	136.876	45.625
01.01.2025	19268573 ELOTRANS RELOAD APFEL 15X7.45 G	116.246	38.749
01.02.2025	19375754 IBUPROFEN ELAC 400MG FTA 50 ST	73.349	36.674
01.03.2025	19386574 NEUROPAX-RATIOPHARM FORTE 40 ST	29.402	29.402
01.02.2025	19485477 DR.BOEHM HAUT HAAR NAG KUR 180 ST	53.524	26.762
01.01.2025	19176463 NASIC MOMETASON HEUSCHNSPR 18 G	78.995	26.332

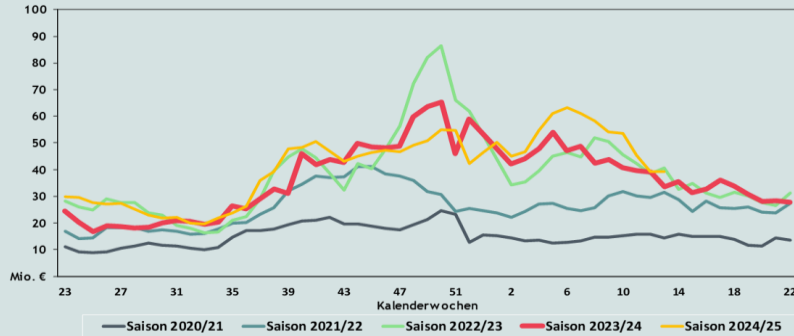
Neue PZN in der Offizin seit Januar 2025 – Personal Care



Die 10 erfolgreichsten Personal Care Neueinführungen 2025 nach Ø-Umsatz pro Monat				
seit	Offizin	YTD 2025.03	pro Monat	
01.03.2025	19337819 WIDMER PRO CREME AUGEN OP 30 ML	68.876	68.876	
01.02.2025	19499054 NUXE NUXURIANCE ULTRA EXCE 75 ML	134.843	67.421	
01.02.2025	19398933 ROCHE POSAY AN A-P UVM 50+ 50 ML	129.706	64.853	
01.03.2025	19637817 ORTHOMOL HAIR SOLUTION 100 ML	44.251	44.251	
01.02.2025	19398962 ROCHE POSAY ANT UVAIR 50+ 40 ML	88.063	44.032	
01.01.2025	19498876 NUXE VROSE LIP PLUMP GLOSS 8 ML	123.790	41.263	
01.03.2025	18442170 WIDMER PRO TAGESCR UV30 OP 50 ML	27.188	27.188	
01.03.2025	18442158 WIDMER PRO NACHTCR REI OP 50 ML	25.697	25.697	
01.02.2025	19398956 ROCHE POSAY AN K+G UVM 50+ 150 ML	43.015	21.507	
01.02.2025	19727147 HAND UND SCHRUNDENSALBE 70 ML	39.092	19.546	

Erkältungssaison: „Alle“ hatten Husten, Schnupfen, Heiserkeit

Erkältung von Juni-Mai: Abverkauf Offizin-Apotheken (Endkundenpreis: rAVP)
Summe aus: Halbschmerzmittel, Hustenmittel, Rhinologika top., Expektorantien, Grippemittel

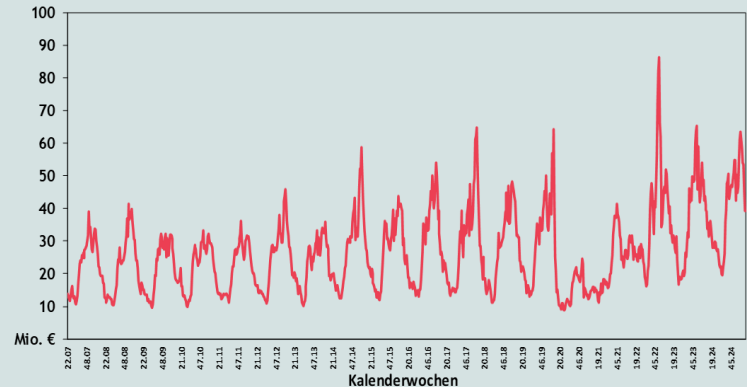


© Im vergangenen März kamen Sonnenanbeter voll und ganz auf ihre Kosten. Das Zentralgestirn schien in einigen Regionen rekordverdächtig lange. Des Weiteren war es verbreitet deutlich zu mild und viel zu trocken, wodurch die Waldbrandgefahr bereits früh im Jahr deutlich anstieg. Außerdem lag die Bodenfeuchte in den oberen Schichten besonders im Norden des Landes gebietsweise bis zu 20 Prozent (%) unter den langjährigen Minimalwerten. Tieferer Bodenschichten waren jedoch noch gut versorgt und die Grundwasserspeicher aufgefüllt. Maßgeblich verantwortlich für die niederschlagsarme und sonnenscheinreiche Witterung waren ausgeprägte Hochdruckwetterlagen. An insgesamt 20 Tagen im März wurde eine hochdruckgeprägte Wetterlage klassifiziert. Das meldet der Deutsche Wetterdienst (DWD) nach ersten Auswertungen der Ergebnisse seiner rund 2000 Messstationen.

Die Erkältungssaison 2024/2025 startete zunächst knapp über dem Niveau, im Dezember fielen die Umsätze allerdings wieder unter das Niveau der Vorjahre. Die Saison liegt aktuell über dem Frühjahrs-Niveau der vergangenen Vergleichszeiträume.

Verlauf der Erkältungssaisons Abverkauf Offizin (rAVP)

Summe aus: Halbschmerzmittel, Hustenbonbons, Rhinologika top., Expektorantien, Grippemittel - OTC



Quelle: IH APO Weekly 2025

Kontakte Consumer Healthcare

Ihr Ansprechpartner zu den

DatamedIQ-Services:

Vertrieb (Sales Services)

+49 221 999895-0

Vertrieb@datamediq.com

www.datamediq.com

DatamedIQ

Michael Rühl
Director CHC
+49 151 29282196
MRuehl@Insight-health.de

Yannik Dietrich
Senior Solution Expert
+49 6126 955-667
YDietrich@Insight-health.de

Kevin Schön
Solution Expert
+49 6126 955-433
KSchoen@Insight-health.de

Sebastian Köhler
Working Student
+49 6126 955-316
SKoehler@Insight-health.de

Frank Elvers
Director Sales
+49 151 29282082
FElvers@Insight-health.de

Simon Kettenbach
Solution Expert
+49 6126 955-437
SKettenbach@Insight-health.de

Manuel Hörning
Senior Solution Expert
+49 6126 955-661
MHoering@Insight-health.de

Klaudia Zimmermann
Director Sales
+49 151 29282287
KZimmermann@Insight-health.de

Nicole Kleist-Theuerkorn
Solution Expert
+49 6126 955-352
NKleist@Insight-health.de

Marvin Wayand
Working Student
+49 6126 955-412
MWayand@Insight-health.de