

Insight Health OTC-Scanner Apotheken – Deutschland 2. 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)

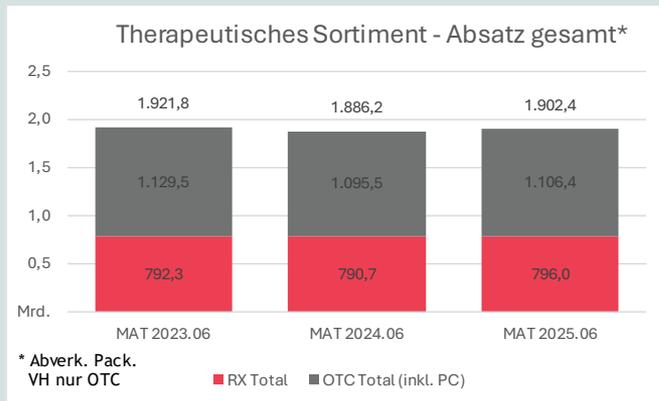
OTC: „Therapeutisches Sortiment“ bestehend aus: IH-OTC und IH-Personal Care (PC), Kategorie- und Subkategorie-Zuordnungen auf Anfrage

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

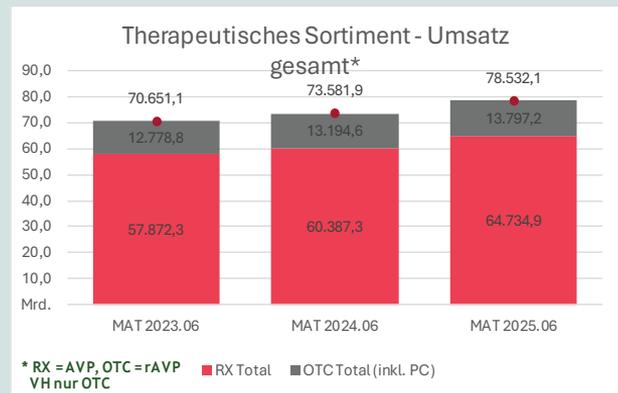
Update: quartalweise



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

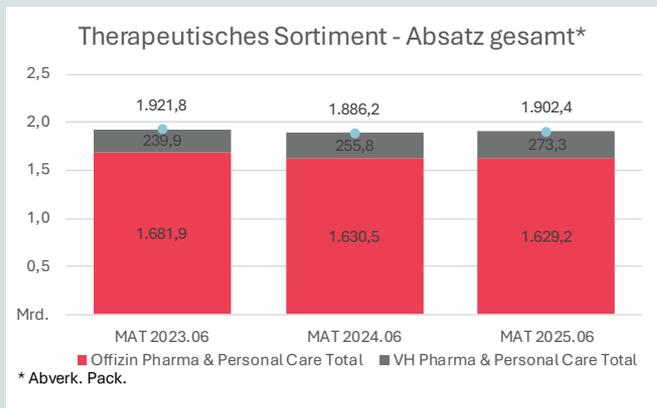


	±% VJ	±% VVJ	±% CAGR
Umsatzwachstum	6,7%	4,1%	5,4%
RX Total	7,2%	4,3%	5,8%
OTC Total (inkl. PC)	4,6%	3,3%	3,9%

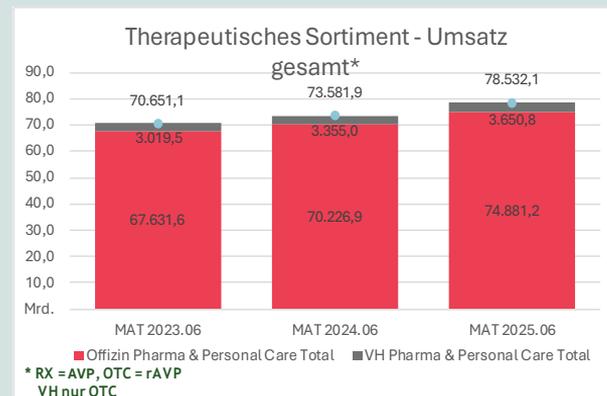


	±% VJ	±% VVJ	±% CAGR
Packungswachstum	0,9%	-1,8%	-0,5%
RX Total	0,7%	-0,2%	0,2%
OTC Total (inkl. PC)	1,0%	-3,0%	-1,0%

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

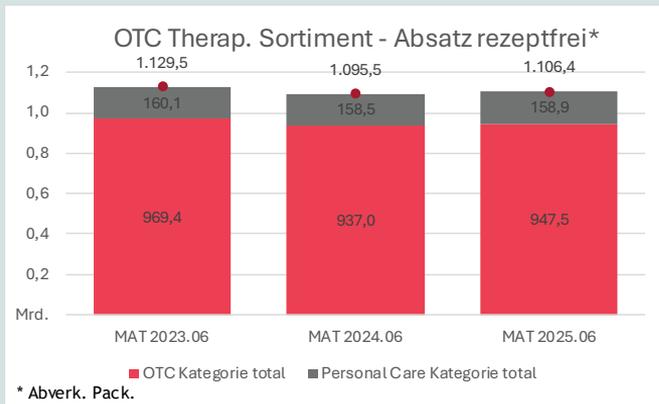


	±% VJ	±% VVJ	±% CAGR
Umsatzwachstum	6,7%	4,1%	5,4%
Offizin	6,6%	3,8%	5,2%
Versandhandel	8,8%	11,1%	10,0%

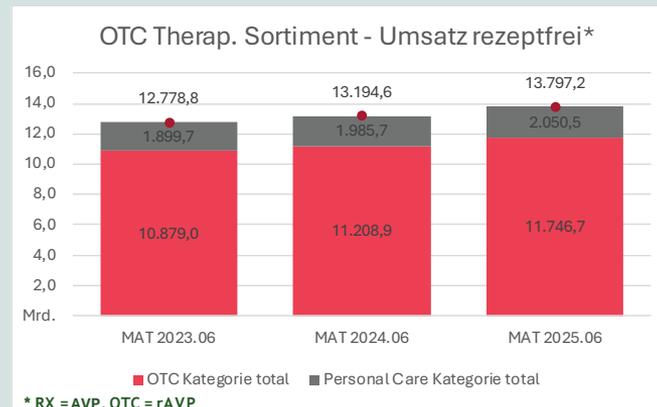


	±% VJ	±% VVJ	±% CAGR
Packungswachstum	0,9%	-1,8%	-0,5%
Offizin	-0,1%	-3,1%	-1,6%
Versandhandel	6,8%	6,6%	6,7%

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

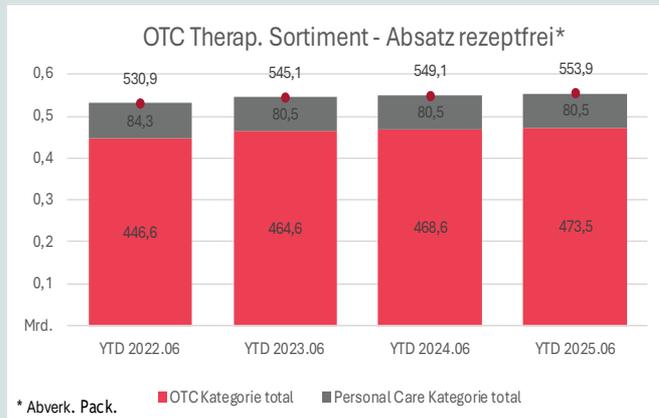


	±% VJ	±% VVJ	±% CAGR
Umsatzwachstum	4,6%	3,3%	3,9%
OTC Kategorie total	4,8%	3,0%	3,9%
Personal Care Kategorie total	3,3%	4,5%	3,9%

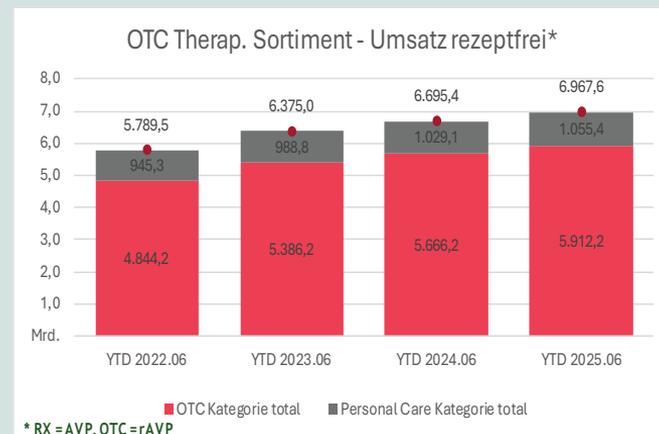


	±% VJ	±% VVJ	±% CAGR
Packungswachstum	1,0%	-3,0%	-1,0%
OTC Kategorie total	1,1%	-3,3%	-1,1%
Personal Care Kategorie total	0,2%	-1,0%	-0,4%

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

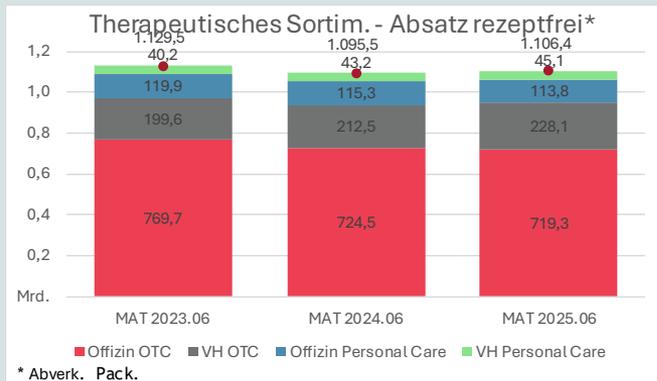


	±% VJ	±% VVJ	±% VVVJ	±% CAGR
Umsatzwachstum	4,1%	5,0%	10,1%	6,4%
OTC Kategorie total	4,3%	5,2%	11,2%	6,9%
Personal Care Kategorie total	2,6%	4,1%	4,6%	3,7%

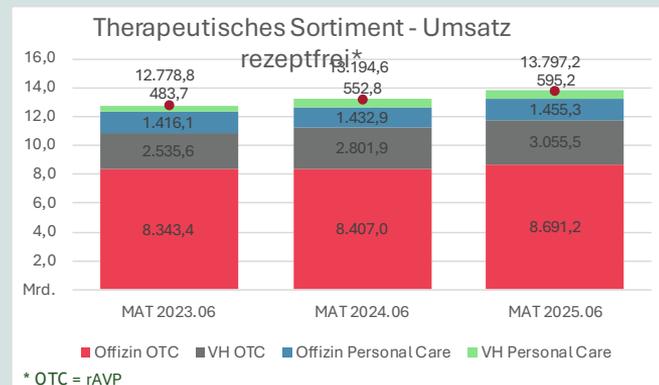


	±% VJ	±% VVJ	±% VVVJ	±% CAGR
Packungswachstum	0,9%	0,7%	2,7%	1,4%
OTC Kategorie total	1,0%	0,9%	4,0%	2,0%
Personal Care Kategorie total	-0,1%	0,0%	-4,5%	-1,5%

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



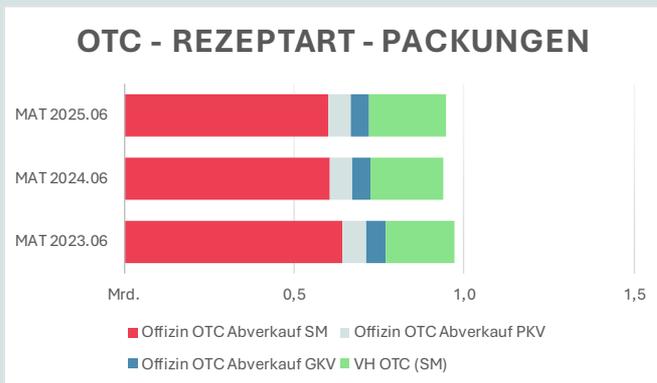
	±% VJ	±% VVJ	±% CAGR
Umsatzwachstum	4,6%	3,3%	3,9%
Offizin OTC	3,4%	0,8%	2,1%
VH OTC	9,1%	10,5%	9,8%
Offizin Personal Care	1,6%	1,2%	1,4%
VH Personal Care	7,7%	14,3%	10,9%



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

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

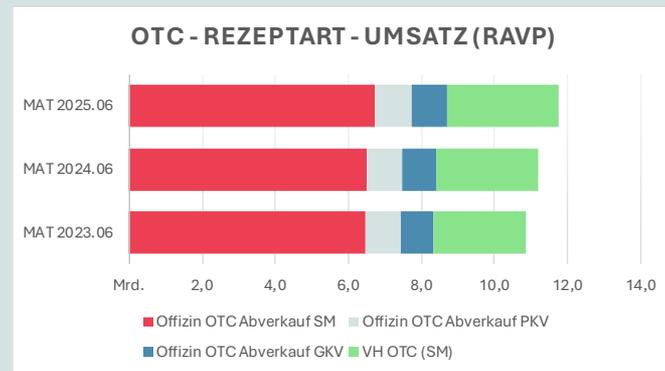
OTC - REZEPTART - PACKUNGEN



Sell-out Entwicklung Umsatz	±% VJ	±% VVJ	±% CAGR
OTC Gesamt (exkl. PC)	4,8%	3,0%	3,9%
Offizin OTC Abverkauf SM	3,4%	0,5%	2,0%
Offizin OTC Abverkauf PKV	3,0%	0,3%	1,6%
Offizin OTC Abverkauf GKV	3,3%	3,3%	3,3%
VH OTC (SM)	9,1%	10,5%	9,8%

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

OTC - REZEPTART - UMSATZ (RAVP)



OTC-Kategorien – Apothekenmarkt gesamt (rollierende Jahreswerte)

Umsatz zu rAVP (Endverbraucherpreise) (in Mio.)	MAT 2025.06 Apotheken Gesamt	±% CAGR vs. VVJ	Anteil VH
OTC-Markt - Führende Marktsegmente	11.745,1	3,9%	26%
Erkältung	2.397,5	1,8%	20%
Magen & Verdauung	1.619,9	6,7%	26%
Vitamine & Mineralstoffe	1.562,9	5,1%	32%
Schmerzmittel exkl M	849,2	2,2%	20%
Haut Haare Nägel	750,8	5,3%	34%
Muskeln Gelenke inkl Schmerz	704,7	2,8%	29%
Herz-Kreislauf, Cholesterin	501,9	3,5%	42%
Urogenitale Mittel (Blase, Prostata, Hormone etc.)	491,9	5,5%	29%
Verschiedenes	452,7	4,1%	19%
Augenpräparate	444,1	5,8%	25%
Nährmittel	354,3	8,1%	9%
Allergie	344,6	8,1%	22%
Beruhigung & Schlaf	339,7	2,8%	29%
Homöopathie, Bachblüten Schüssler	234,0	-3,5%	38%
Mund & Zahnpflege	203,5	4,1%	20%

Quelle: IH APO-Fusion OTC, OTC Subcategories

Die OTC-Kategorien insgesamt erreichen im rollierenden 12-Monatswert (MAT) Juni 2025 einen Umsatz von 11,7 Mrd. € zu Endverbraucherpreisen. Die durchschnittliche jährliche Wachstumsrate (CAGR vs. VVJ) beträgt +3,9 %.

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

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 2025.06 Apotheken Gesamt	±% CAGR vs. VVJ	Anteil VH
Personal Care Markt - Marktsegmente	2.050,5	3,9%	29%
Face Clean & Care	545,9	3,0%	31%
Body Clean & Care	404,7	3,1%	31%
Sonstige Hautprodukte	309,2	4,8%	26%
Wundheilung	275,8	5,6%	23%
Sonnenschutz	145,3	6,9%	31%
Haarpflege	80,2	11,9%	37%
Intimpflege	69,6	9,6%	33%
Mundhygiene	66,1	-0,1%	35%
Fußpflege	49,9	-3,8%	25%
Verschiedenes	48,0	1,5%	16%
Kinder & Babypflege	26,4	-3,0%	22%
Dekorative Kosmetik	22,9	-5,1%	31%
Quelle: IH APO-Fusion OTC, Personal Care Subcategories			

Die Personal Care-Kategorien insgesamt erreichen im rollierenden 12-Monatswert (MAT) Juni 2025 einen Umsatz von 2,1 Mrd. € zu Endverbraucherpreisen. Die durchschnittliche jährliche Wachstumsrate (CAGR vs. VVJ) beträgt 3,9 % und fällt somit leicht im Vergleich zur Vorperiode.

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

Der Anteil der Versandapotheken beträgt durchschnittlich 29 %. Sieben Kategorien erreichen einen überdurchschnittlichen VH-Anteil.

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

Umsatz zu rAVP (Endverbraucherpreise) (in Mio.)	YTD 2025.06 Apotheken Gesamt	±% CAGR vs. VVJ	Anteil VH
OTC-Markt - Führende Marktsegmente	5.911,5	6,9%	27%
Erkältung	1.185,6	14,2%	20%
Magen & Verdauung	814,5	7,7%	27%
Vitamine & Mineralstoffe	787,1	5,8%	32%
Schmerzmittel exkl M	424,0	5,6%	21%
Haut Haare Nägel	366,8	4,2%	35%
Muskeln Gelenke inkl Schmerz	352,7	2,2%	30%
Herz-Kreislauf, Cholesterin	252,3	3,4%	43%
Urogenitale Mittel (Blase, Prostata, Hormone etc.)	240,7	6,6%	30%
Verschiedenes	216,6	3,2%	20%
Augenpräparate	225,5	6,8%	26%
Nährmittel	176,9	9,5%	9%
Allergie	236,9	10,3%	22%
Beruhigung & Schlaf	169,9	2,5%	30%
Homöopathie, Bachblüten Schüssler	115,7	-1,8%	38%
Mund & Zahnpflege	101,5	5,5%	20%

Quelle: IH APO-Fusion OTC, OTC Subcategories

Die OTC-Kategorien insgesamt erreichen im Zeitraum Januar-Juni (YTD) 2025 einen Umsatz von 5,9 Mrd. € zu Endverbraucherpreisen. Die durchschnittliche jährliche Wachstumsrate (YTD-CAGR vs. VVJ) beträgt 6,9 %.

Fast alle Kategorien wuchsen deutlich: Nur vier 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 27 %, leichter anstieg. 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 2025.06 Apotheken Gesamt	±% CAGR vs. VVJ	Anteil VH
Personal Care Markt - Marktsegmente	1.055,4	3,7%	30%
Face Clean & Care	278,5	3,6%	32%
Body Clean & Care	208,9	2,4%	32%
Sonstige Hautprodukte	157,0	4,0%	26%
Wundheilung	138,2	5,5%	24%
Sonnenschutz	92,1	9,1%	32%
Haarpflege	40,1	10,4%	38%
Intimpflege	34,3	8,0%	33%
Mundhygiene	32,5	-0,9%	36%
Fußpflege	25,4	-3,7%	27%
Verschiedenes	20,2	-0,6%	16%
Kinder & Babypflege	13,6	-3,8%	24%
Dekorative Kosmetik	11,5	-5,3%	32%

Quelle: IH APO-Fusion OTC, Personal Care Subcategories

Die Personal Care-Kategorien insgesamt erreichen im Zeitraum Januar-Juni (YTD) 2025 einen Umsatz von 1,1 Mrd. € zu Endverbraucherpreisen.

Die durchschnittliche Wachstumsrate (YTD-CAGR vs. VVJ) beträgt 3,7 %. Sieben der führenden Kategorien erzielten Wachstum, insbesondere die Haarpflege- und Sonnenschutzmittel. Deko-Kosmetik, Kinder- und Babypflege, Fußpflege sowie Mundhygiene verzeichnen weiterhin Rückgänge.

Der Anteil der Versandapotheken beträgt durchschnittlich 30 %. Sieben Kategorien erreichen einen überdurchschnittlichen VH-Anteil.

OTC-Kategorien – Offizin & VH (rollierende Jahreswerte)

Umsatz zu rAVP (Endverbraucherpreise) (in Mio.)	MAT 2025.06 Apotheken Offizin	±% CAGR vs. VVJ Off.	MAT 2025.06 Apotheken VH	±% CAGR vs. VVJ VH
OTC-Markt - Führende Marktsegmente	8.689,6	2,1%	3.055,5	9,8%
Erkältung	1.927,2	-0,3%	470,3	11,9%
Magen & Verdauung	1.202,8	4,6%	417,2	13,7%
Vitamine & Mineralstoffe	1.063,4	3,4%	499,5	9,1%
Schmerzmittel exkl M	676,2	1,1%	172,9	6,6%
Muskeln Gelenke inkl Schmerz	498,4	1,3%	206,3	6,9%
Haut Haare Nägel	498,2	2,6%	252,6	11,4%
Verschiedenes	365,7	3,0%	87,0	9,1%
Urogenitale Mittel (Blase, Prostata, Hormone etc.)	348,5	4,1%	143,3	9,3%
Augenpräparate	333,9	4,3%	110,2	10,7%
Nährmittel	322,4	7,8%	31,9	11,2%
Herz-Kreislauf, Cholesterin	291,1	0,1%	210,8	8,9%
Allergie	268,3	6,6%	76,3	14,0%
Beruhigung & Schlaf	240,3	1,4%	99,4	6,4%
Mund & Zahnpflege	163,8	2,3%	39,7	12,4%
Homöopathie, Bachblüten Schüssler	146,2	-6,1%	87,9	1,2%

Quelle: IH APO-Fusion OTC, OTC Subcategories

Die OTC-Kategorien insgesamt wuchsen im MAT Juni 2025 in der Offizin mit 8,7 Mrd. € zu Endverbraucherpreisen und 2,1 % (CAGR vs. VVJ), während der VH um 9,8 % auf 3,1 Mrd. € zulegte.

Die Nahrungsmittel und Allergiemittel verzeichnen einen außerordentlichen Zuwachs und entwickelten sich saisonbedingt immer noch überdurchschnittlich. Nur die Kategorie Homöopathie, Bachblüten Schüssler verzeichnet einen Rückgang.

Der VH zeigt wieder ein dynamisches Wachstum. Sieben Kategorien wachsen im Versandhandel teils deutlich überdurchschnittlich.

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

Umsatz zu rAVP (Endverbraucherpreise) (in Mio.)	MAT 2025.06 Apotheken Offizin	±% CAGR vs. VJ Off.	MAT 2025.06 Apotheken VH	±% CAGR vs. VJ VH
Personal Care Markt - Marktsegmente	1.455,3	1,4%	595,2	10,9%
Face Clean & Care	375,9	-0,2%	170,0	11,5%
Body Clean & Care	278,4	1,0%	126,3	8,2%
Sonstige Hautprodukte	230,4	2,6%	78,9	12,3%
Wundheilung	211,4	2,9%	64,5	16,4%
Sonnenschutz	100,5	4,8%	44,7	12,2%
Haarpflege	50,6	7,9%	29,6	19,8%
Intimpflege	46,9	7,8%	22,7	13,7%
Mundhygiene	43,1	-2,9%	23,0	5,8%
Verschiedenes	40,3	1,4%	7,6	2,1%
Fußpflege	37,2	-4,2%	12,7	-2,5%
Kinder & Babypflege	20,6	-3,8%	5,9	-0,1%
Dekorative Kosmetik	15,9	-10,0%	7,0	10,0%

Quelle: IH APO-Fusion OTC, Personal Care Subcategories

Die Personal Care-Kategorien insgesamt wuchsen im MAT Juni 2025 in der Offizin mit 1,4 % (CAGR vs. VJ) und erreichen 1,46 Mrd. € zu Endverbraucherpreisen. Der VH wächst mit 10,9 % (CAGR vs. VJ) und 595 Mio. €.

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

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

OTC Top-Hersteller – Apotheken Offizin (rollierende Jahreswerte)

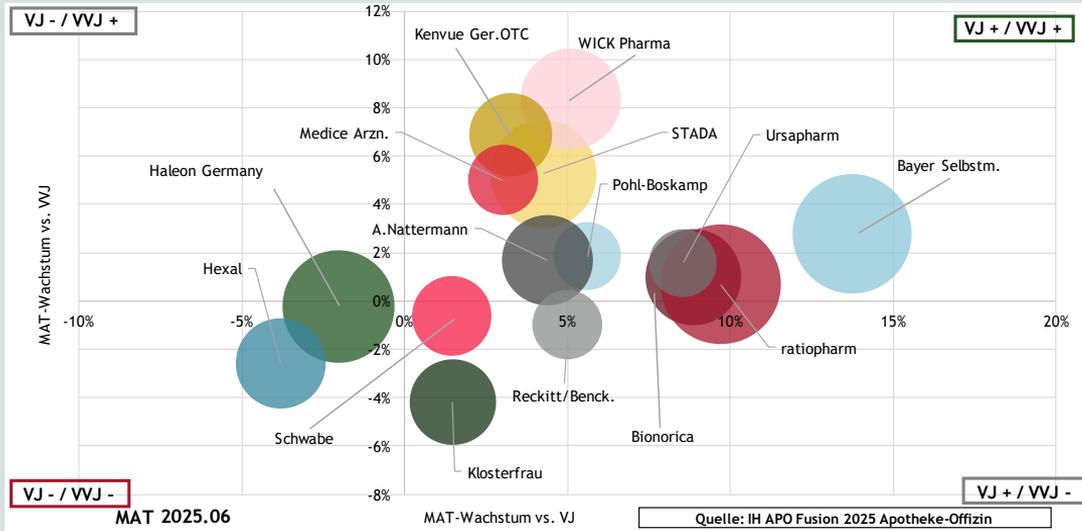
Umsatz zu rAVP (Endverbraucherpreise) (in Mio.)	MAT 2025.06 Apotheken Offizin	±% CAGR vs. VVJ
OTC-Markt - Top Hersteller	8.691,2	2,1%
ratiopharm	434,0	2,9%
Bayer Selbstm.	405,5	3,7%
Haleon Germany	380,2	-2,5%
STADA	363,3	3,4%
Bionorica	309,6	2,9%
WICK Pharma	298,7	4,7%
A.Nattermann	272,1	2,1%
Hexal	239,9	-4,0%
Klosterfrau	231,0	-3,4%
Kenvue Ger.OTC	182,2	0,9%
Schwabe	165,3	-1,3%
Medice Arzn.	162,4	3,3%
Reckitt/Benck.	158,9	-1,9%
Pohl-Boskamp	151,9	2,3%
Ursapharm	145,8	4,0%

Quelle: IH APO-Fusion OTC, OTC Subcategories

Von den 15 führenden OTC-Herstellern realisierten zehn ein Wachstum (CAGR vs. VVJ) in der Offizin – ganz vorne dabei: alle, die im Erkältungsmarkt agieren, wie WICK Pharma, Ursapharm, Bayer Selbstm., Stada und Medice.

Hexal, Klosterfrau und Haleon konnten das Niveau nicht ganz halten.

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



Bei den Jahreswerten der Top-OTC Hersteller zeigen Hexal und Haleon als einzige einen Negativ-Trend auf im VJ sowie VVJ.

Im Quadranten rechts-oben befinden sich zehn der 15 Hersteller, was einen Positiven Trend aufzeigt.

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

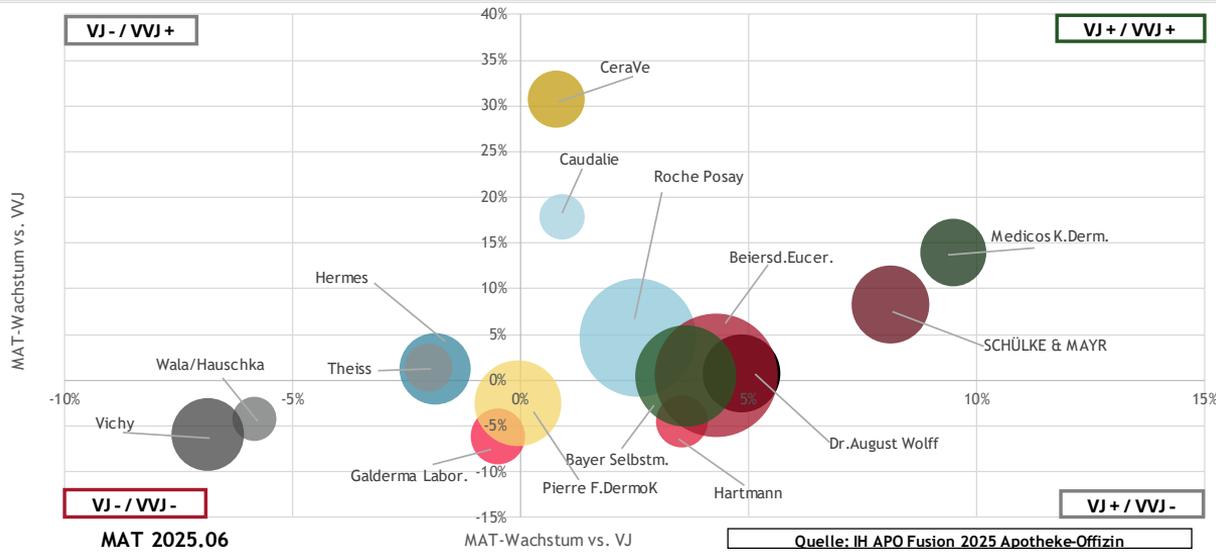
Umsatz zu rAVP (Endverbraucherpreise) (in. Mio.)	MAT 2025.06 Apotheken Offizin	±% CAGR vs. VJ
Personal Care-Markt - Top Hersteller	1.455,3	1,4%
Beiersd.Eucer.	154,3	2,4%
Roche Posay	139,4	3,6%
Bayer Selbstm.	101,0	2,0%
Pierre F.DermoK	75,2	-1,3%
Dr.August Wolff	61,3	2,7%
SCHÜLKE & MAYR	60,4	8,2%
Vichy	52,9	-6,4%
Theiss	51,4	-0,3%
Medicos K.Derm.	44,8	11,7%
CeraVe	32,5	14,8%
Galderma Labor.	31,1	-3,4%
Hartmann	27,6	-0,6%
Hermes	23,3	-0,4%
Caudalie	20,7	9,1%
Wala/Hauschka	19,3	-5,0%

Quelle: IH APO-Fusion OTC, Personal Care Subcategories

Unter den führenden 15 Personal Care-Herstellern sind acht mit positivem Wachstum (CAGR vs. VJ). CeraVe, Medicos Pharma (vorm. P&M Cosmetics), Caudalie sowie Schülke & Mayr heben sich deutlich von den Mitbewerben ab.

Besondere Rückgänge verzeichneten Vichy, Wala/Hauschka und Galderma.

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



Bei den Jahreswerten der Top-OTC Hersteller zeigen Vichy, Wala/Hauschka und Galderma Labor als einzige einen Negativ-Trend auf im VJ sowie VJ+.

Im Quadranten rechts-oben befinden sich acht der 15 Hersteller, was einen Positiven Trend aufzeigt.

OTC Top-Marken – Apotheken Offizin (rollierende Jahreswerte)

Umsatz zu rAVP (Endverbraucherpreise) (in Mio.)	MAT 2025.06 Apotheken Offizin	±% CAGR vs. VJ
OTC-Markt - Top Marken	8.691,2	2,1%
VOLTAREN	181,2	-3,7%
SINUPRET	163,9	1,9%
FRESUBIN	136,8	10,9%
WICK	132,1	2,4%
ASPIRIN	108,7	-1,1%
HYLO	104,7	5,7%
ORTHOMOL	100,1	2,7%
IBEROGAST	99,1	11,6%
NASENSPRAY RATIOPHARM	95,8	8,8%
OMNI BIOTIC	86,3	18,7%
GRIPPOSTAD	85,9	3,5%
BRONCHIPRET	83,9	0,5%
GELOMYRTOL	80,7	0,8%
ACC	80,3	-4,6%
DOBENDAN	78,9	-7,3%

Quelle: IH APO-Fusion OTC, OTC Category

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

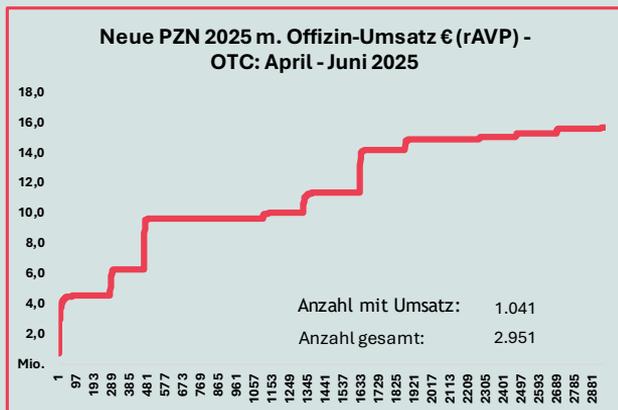
Personal Care Top-Marken – Apotheken Offizin (rollierende Jahreswerte)

Umsatz zu rAVP (Endverbraucherpreise) (in Mio.)	MAT 2025.06 Apotheken Offizin	±% CAGR vs. VVJ
OTC-Markt - Top Marken	1.455,3	1,4%
EUCERIN	154,3	2,4%
ROCHE POSAY	139,4	3,6%
BEPANTHEN	87,1	3,3%
AVENE	60,9	-1,6%
OCTENISEPT	53,6	8,6%
LINOLA	53,5	2,6%
VICHY	52,9	-6,4%
DERMASENCE	44,8	8,7%
CERAVE	32,5	14,8%
OLIVENOEL DR THEISS	31,2	3,6%
STERILLIUM	20,8	-3,5%
CAUDALIE	20,7	9,1%
BETAISODONA	19,7	2,7%
CETAPHIL	19,7	-0,5%
DR HAUSCHKA	19,3	-5,1%

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 Caudalie, Dermasence und Octenisept.

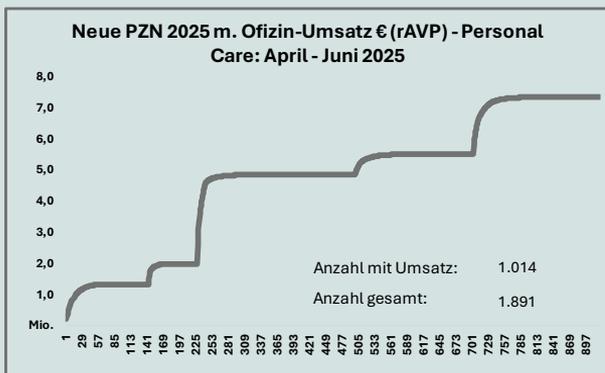
Neue PZN in der Offizin seit Januar 2025 - OTC



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

seit	Offizin	YTD 2025.06	pro Monat
15.03.2025	16884923 FEMANNOSE F 14 ST	950.927	237.732
15.03.2025	18879010 BEPANCARE NARBEN GEL 20 ML	872.293	218.073
01.04.2025	16891113 LOPEDIUM AKUT LINGUAL 2MG 10 ST	473.919	157.973
01.02.2025	19375725 IBUPROFEN ELAC 400MG FTA 20 ST	743.895	148.779
01.01.2025	19268573 ELOTRANS RELOAD APFEL 15X7.45 G	710.105	118.351
01.01.2025	19383570 THOMAPYRIN TENSION DUO 400 36 ST	696.091	116.015
15.03.2025	16884952 FEMANNOSE F 30 ST	452.224	113.056
15.05.2025	19679678 CLENSIA PLE 192X1 P	162.866	81.433
01.01.2025	19456091 OMNI BIOTIC PANDA TROPFEN 8 ML	476.385	79.398
01.01.2025	19176457 NASIC MOMETASON HEUSCHNSPR 10 G	466.489	77.748

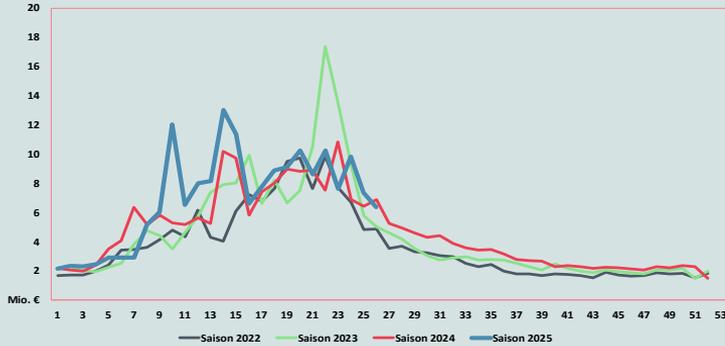
Neue PZN in der Offizin seit Januar 2025 – Personal Care



Die 10 erfolgreichsten Personal Care Neueinführungen 2025 nach Ø-Umsatz pro Monat				
seit	Offizin	YTD 2025.06	pro Monat	
01.02.2025	19398933 ROCHE POSAY AN A-P UVM 50+ 50 ML	631.368	126.274	
01.02.2025	19398962 ROCHE POSAY ANT UVAIR 50+ 40 ML	492.631	98.526	
01.03.2025	19337819 WIDMER PRO CREME AUGEN OP 30 ML	309.813	77.453	
01.02.2025	19398956 ROCHE POSAY AN K+G UVM 50+ 150 ML	269.972	53.994	
01.04.2025	19647589 ALLGAEUER LAT HORNHAUT RED 150 ML	158.354	52.785	
01.02.2025	19499054 NUXE NUXURIANCE ULTRA EXCE 75 ML	253.779	50.756	
01.03.2025	19637817 ORTHOMOL HAIR SOLUTION 100 ML	181.937	45.484	
15.04.2025	19629137 MEDIPHARMA COS RET INT SER 30 ML	123.804	41.268	
01.01.2025	19498876 NUXE VROSE LIP PLUMP GLOSS 8 ML	215.250	35.875	
01.04.2025	19517059 EUCERIN SUN OIL GC F+B 50+ 1 ST	102.329	34.110	

Allergiesaison: Ein Sommer mit Höhen und Tiefen

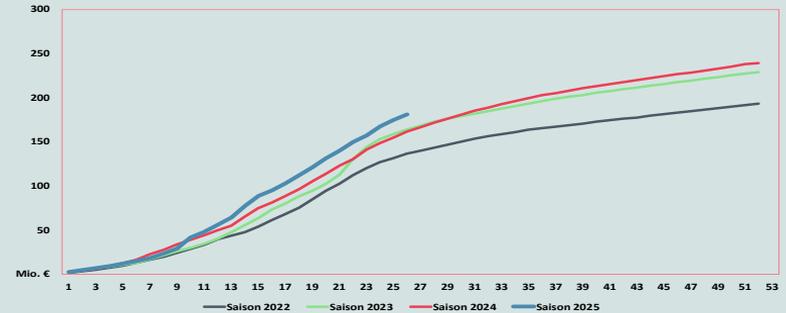
Allergie-Saisons Vergleich Umsatz (Offizin, rAVP, Wochen Jan.-Dez.)
OTC - Antihistamine, antiallergische Rhinologika & Ophthalmologika



© Der Juni 2025 war in Deutschland außergewöhnlich warm, viel zu trocken und üppig sonnig. Seit 2010 war jeder Juni hierzulande zu warm. Das meldet der Deutsche Wetterdienst (DWD) nach ersten Auswertungen der Ergebnisse seiner rund 2000 Messstationen. Der erste meteorologische Sommermonat startete mit Pauken und Trompeten. Nahezu deutschlandweit gab es kräftige Schauer und Gewitter samt Starkregen, Sturmböen und Hagel. Das sollte der Fahrplan für den gesamten Juni bleiben. Dennoch war es am Ende aufgrund von hochdruckgeprägten Phasen mit viel Sonnenschein verbreitet zu trocken. Zudem gab es immer wieder kürzere Hitzewellen.

Die Allergiesaison 2025 startete zunächst knapp über dem Niveau der Vorjahre. Bedingt durch das warme Wetter und den ungewöhnlich hohen Temperaturen ab Ende März bis in den Juni hinein, hatten Allergiker ein erhöhtes Risiko durch den vermehrt starken Pollenflug.

Allergie-Saisons Vergleich Umsatz kumuliert (Offizin, rAVP, Wochen Jan.-Dez.)
OTC - Antihistamine, antiallergische Rhinologika & Ophthalmologika



Quelle: IH APO Weekly 2025

Kontakte Consumer Healthcare

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

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

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

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

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

Nicole Kleist-Theuerkorn
Business Analyst
+49 6126 955-352
NKleist@Insight-health.de

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

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

Sebastian Köhler
Business Analyst
+49 6126 955-316
SKoehler@Insight-health.de

Gerit Wintermeyer
Junior Business Analyst
+49 6126 955-438
Gwintermeyer@Insight-health.de

Linda Klein
Junior Business Analyst
+49 6126 955-359
LKlein@Insight-health.de

Neva Bölke
Junior Business Analyst
+49 6126 955-660
NBoelke@Insight-health.de

This document is subject to copyright; it may not be reproduced or published without the consent of Insight Health.
The information contained herein is for the internal use of the recipient only and may not be made available to third parties.

Ihr Ansprechpartner zu den

DatamedIQ-Services:

Vertrieb (Sales Services)

+49 221 999895-0

Vertrieb@datamediq.com

www.datamediq.com