

OTC-Versandhandelstrends

Schwingt das Pendel wieder zur Online-Apotheke?

21. OTC-Selbstmedikationstage

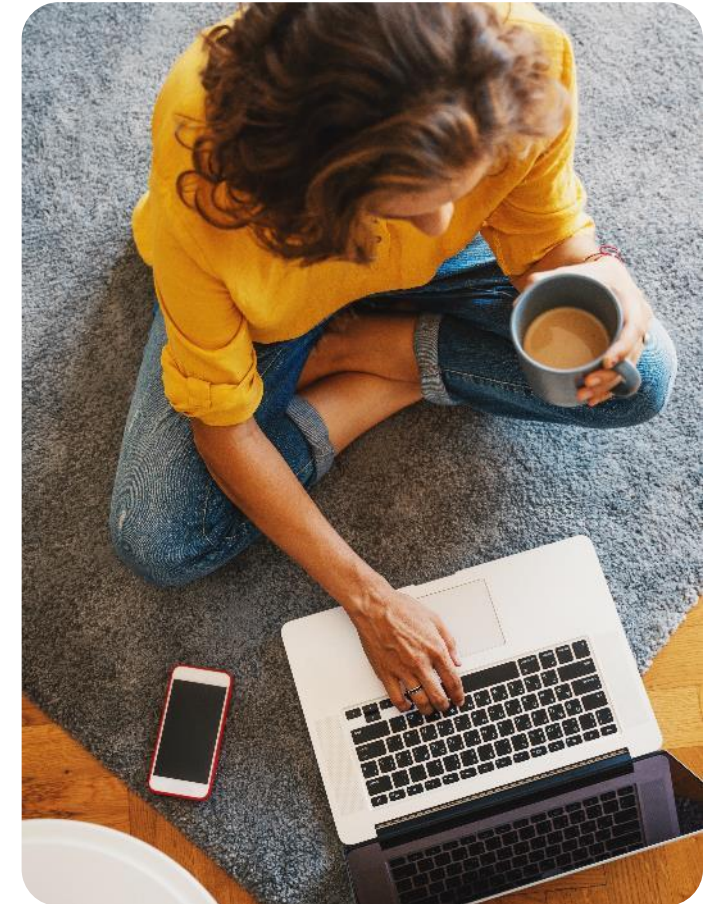
Andrea Zacharias & Hannah Thiel

Consumer Panel Services

Consumer Health

Agenda

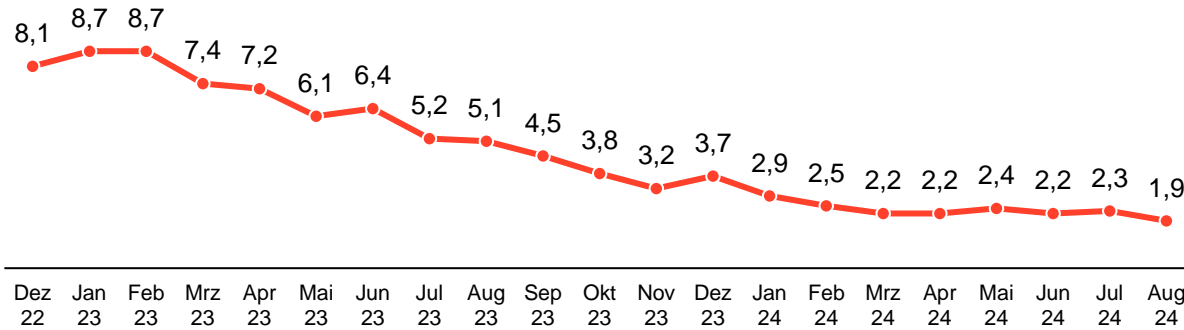
- 1 Verbraucherpreisanstieg insgesamt und für OTC
- 2 Umsatztreiber in Offizin und Versand
- 3 Käufertrends hinter dem Umsatz
- 4 Ausblick in Richtung Rezepteinlösung
- 5 Fazit



**Vorab:
Verbraucherpreisanstieg insgesamt und für OTC
– ein möglicher Treiber für Kaufverzicht?**

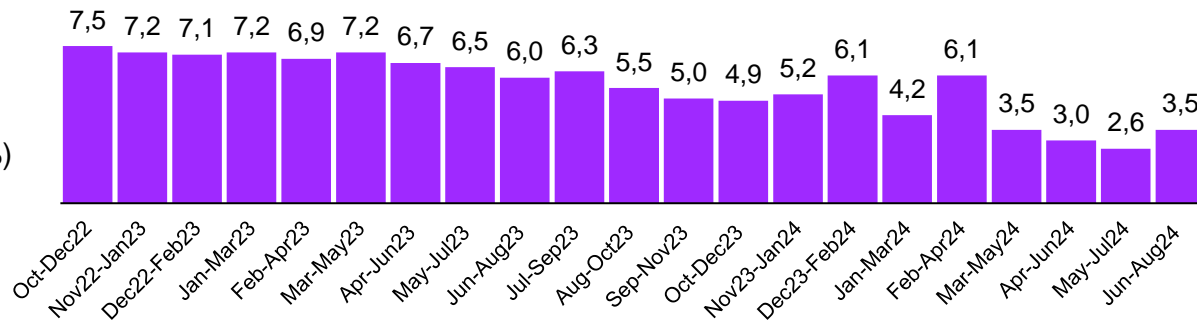
Der Preisanstieg fällt im OTC-Markt aktuell noch höher aus.

Verbraucherpreisindex für Deutschland
Monatlich



Quelle: www.destatis.de

OTC Gesamt Teuerung
je Packung (%)
Quartalsbasis



Volumenbereinigte Preisveränderung von Produkten, die in beiden Zeiträumen verkauft wurden.

YouGov | CP CHC | m*scope – Inflation Tracker

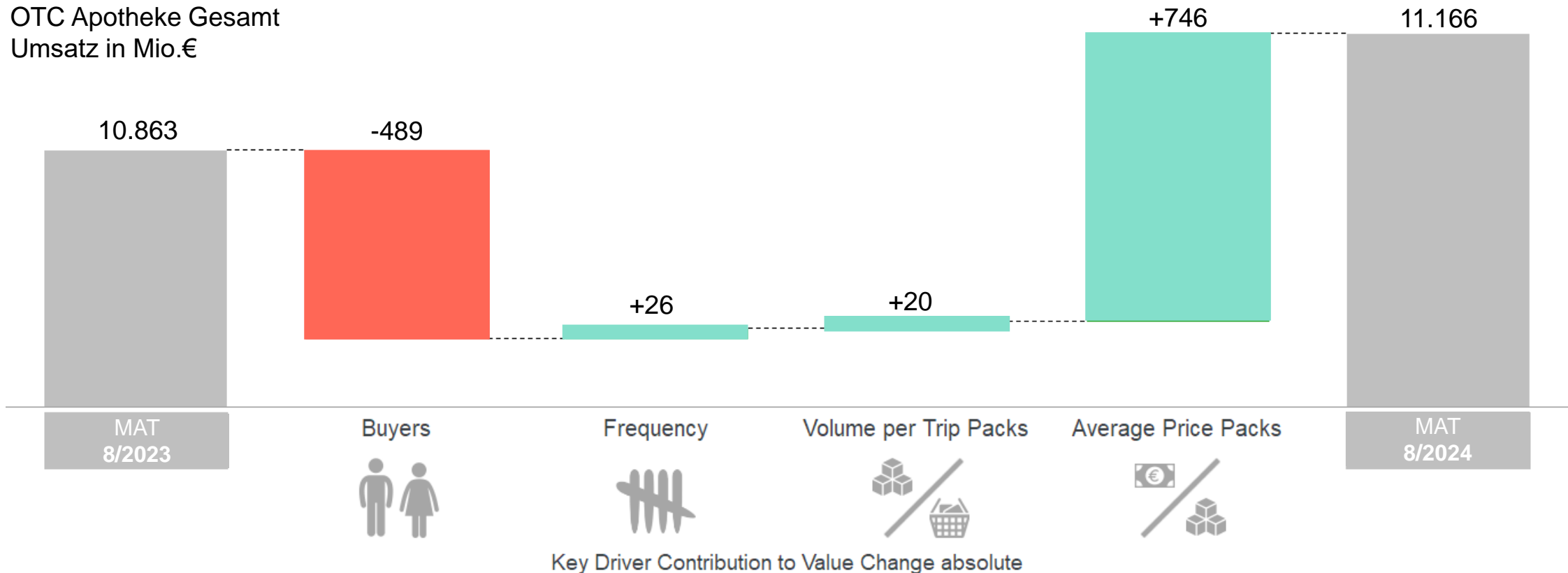
Wie reagieren OTC-Käufer?
Welche Effekte treiben die Umsatzentwicklung?

Umsatztreiber in Offizin und Versand: Wohin schwingt das Pendel?

OTC Gesamt | Umsatztreiber MAT 8/2024

Der Umsatz der Apotheken wächst derzeit überwiegend aufgrund von Preiserhöhungen.
Der Käuferschwund ist dagegen ein stark negativer Treiber.

OTC Apotheke Gesamt
Umsatz in Mio.€



Versand vs. Offizin | Umsatztreiber MAT 8/2024

Die Käufer verlassen die Offizin, verbleibende Shopper reduzieren außerdem Frequenz und Volumen. Der Versandhandel profitiert dagegen von Zugewinnen aus höherer Kaufhäufigkeit.

OTC Apotheke Offizin vs. Versand
Umsatz in Mio.€

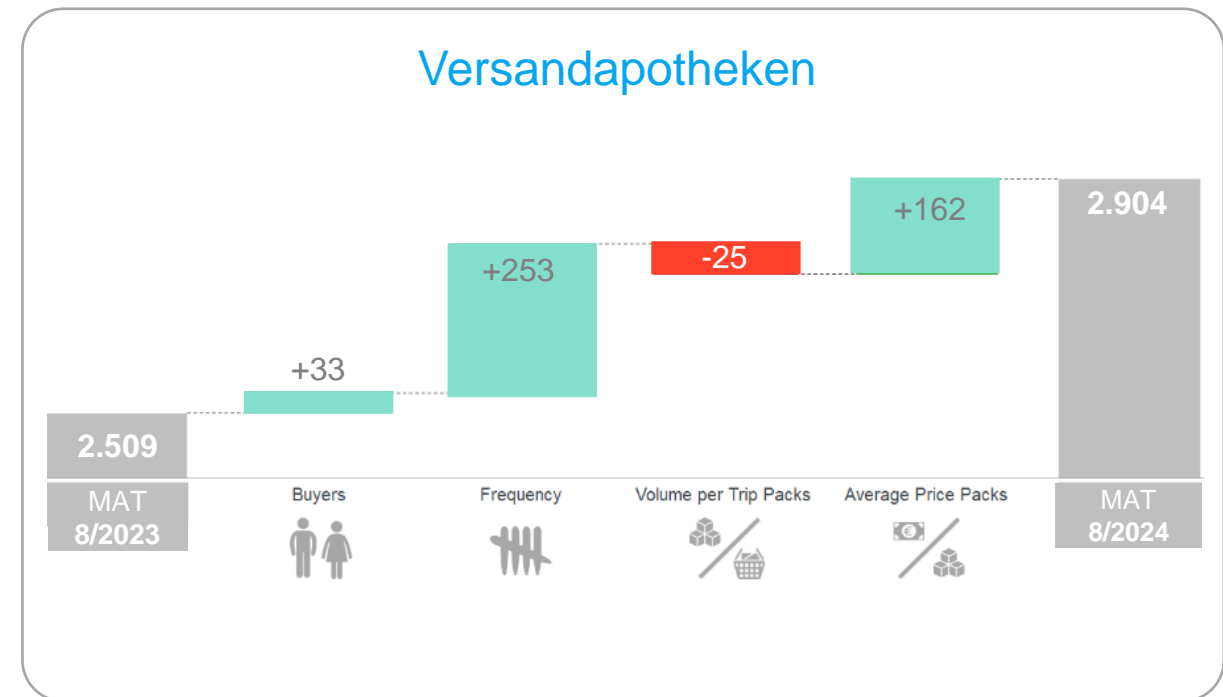
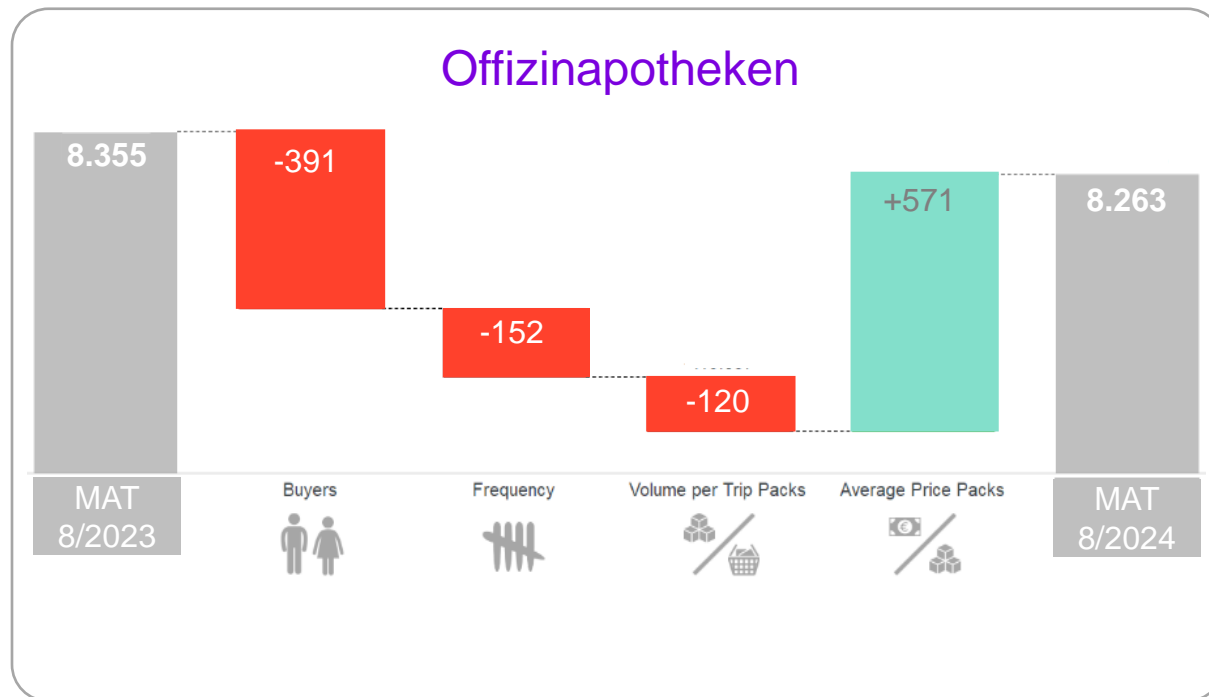


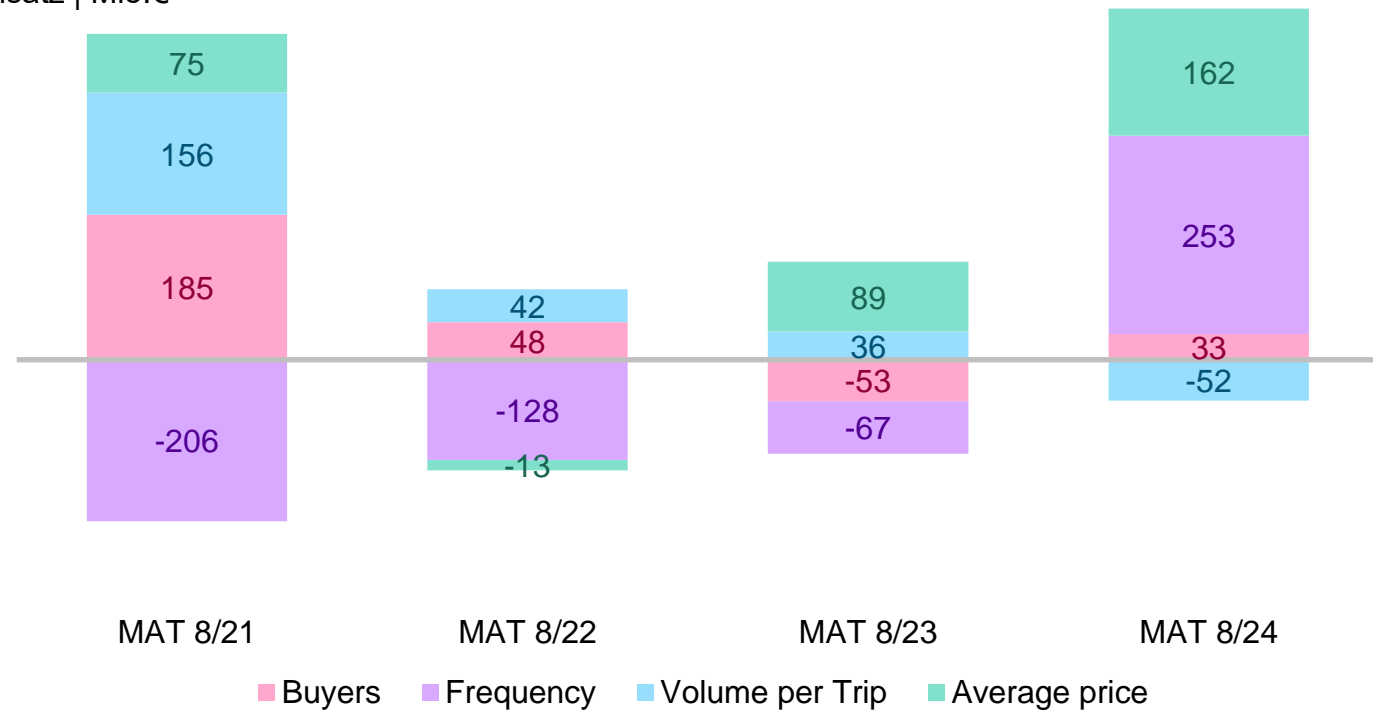


Foto: Microsoft Copilot

Preis und Frequenz treiben an

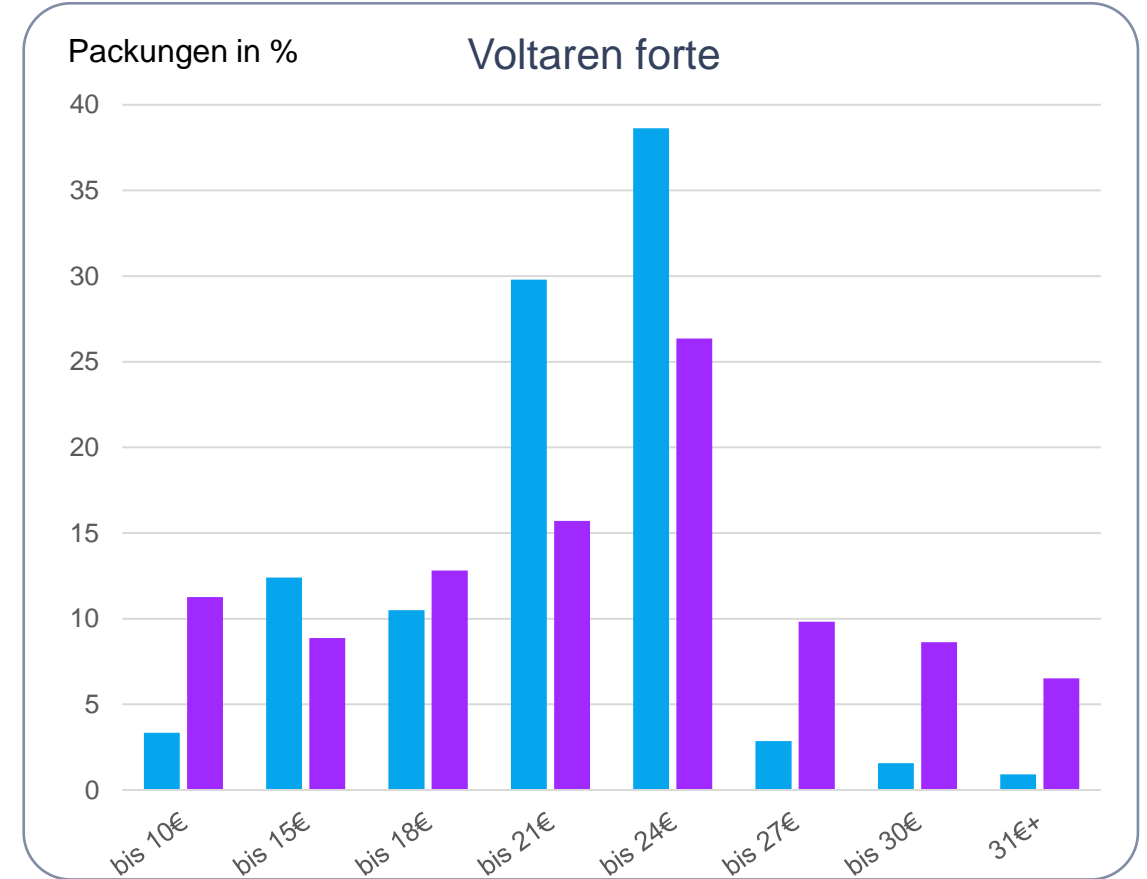
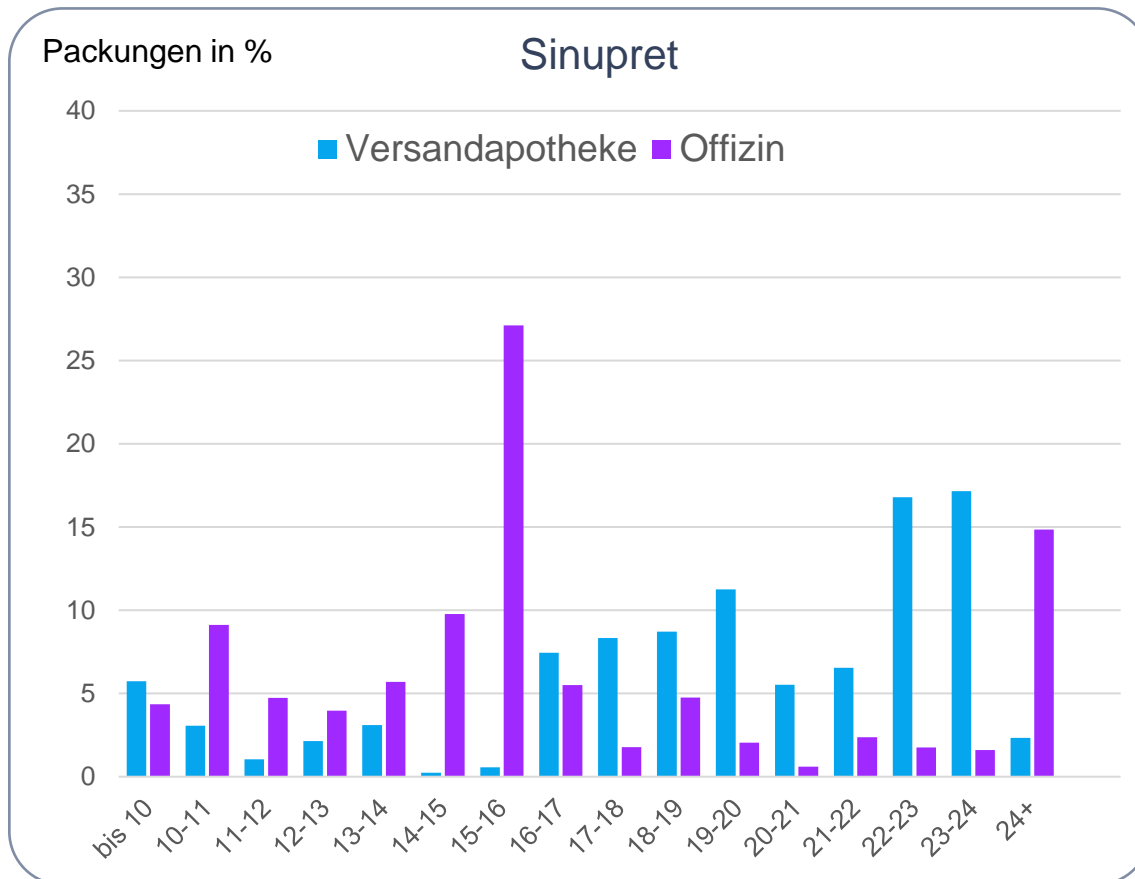
Nach zwei Jahren mit mäßiger Entwicklung schwingt das Pendel aktuell wieder in Richtung der eApo.

Umsatz | Mio.€



Der Versandhandel profitiert nach wie vor von planbaren Käufen größerer und im Verhältnis günstigerer SKUs

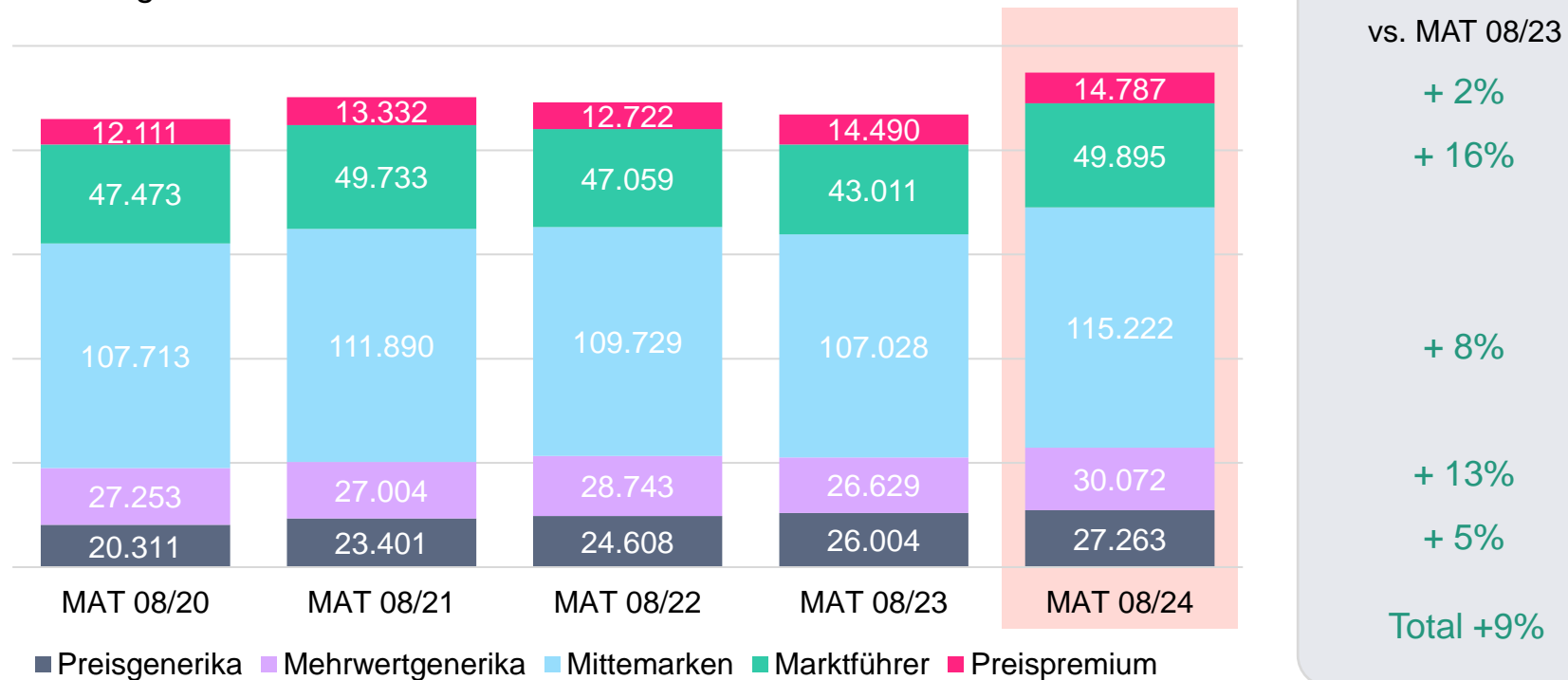
Absatz nach Preisclustern (in €)



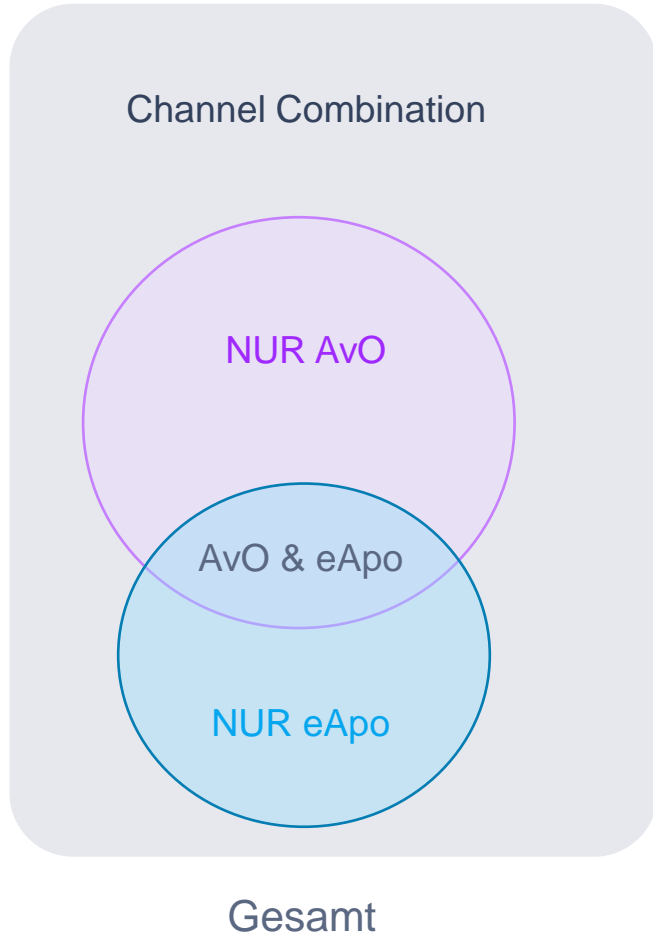
Die Kaufstrategie der eApo-Käufer zeigt sich vor allem im Wachstum der Marktführer-Marken

Versandapotheke

Packungen in Mio.



Käufertrends hinter dem Umsatz. Wer treibt Penetration und Frequenz in der eApo?

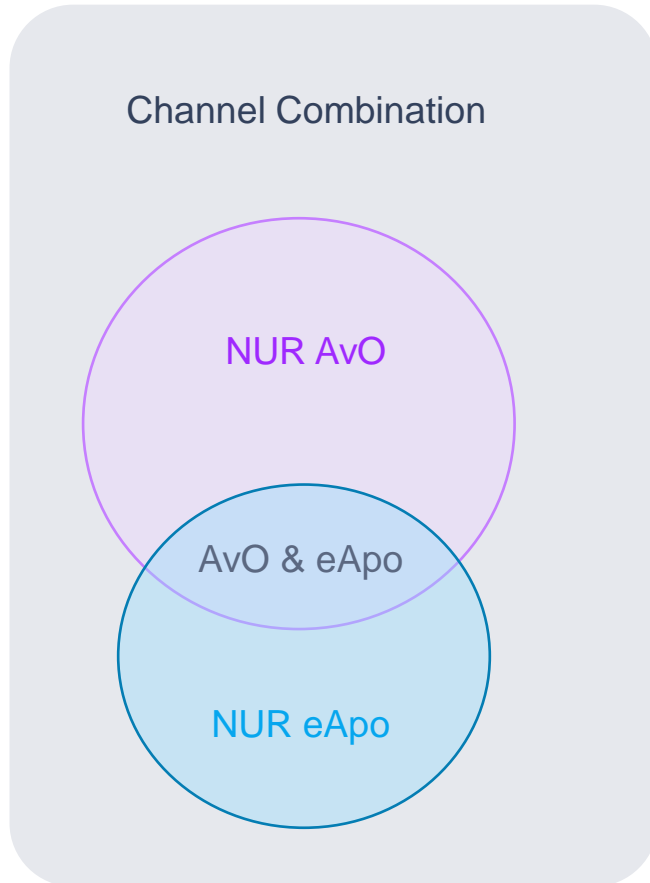


Nur die hybriden Käufer wachsen

Offizinkäufer entdecken (wieder) den Versandhandel als Ergänzung

Käufer | in Mio.

24,1	24,2	22,3	↘
13,3	12,8	13,2	→
4,3	4,4	4,3	→
MAT 8/22	MAT 8/23	MAT 8/24	
41,7	41,4	39,8	↘



Hybride Käufer sind wertvoll

Dazu verzeichnet die Käufergruppe die größte Ausgabensteigerung

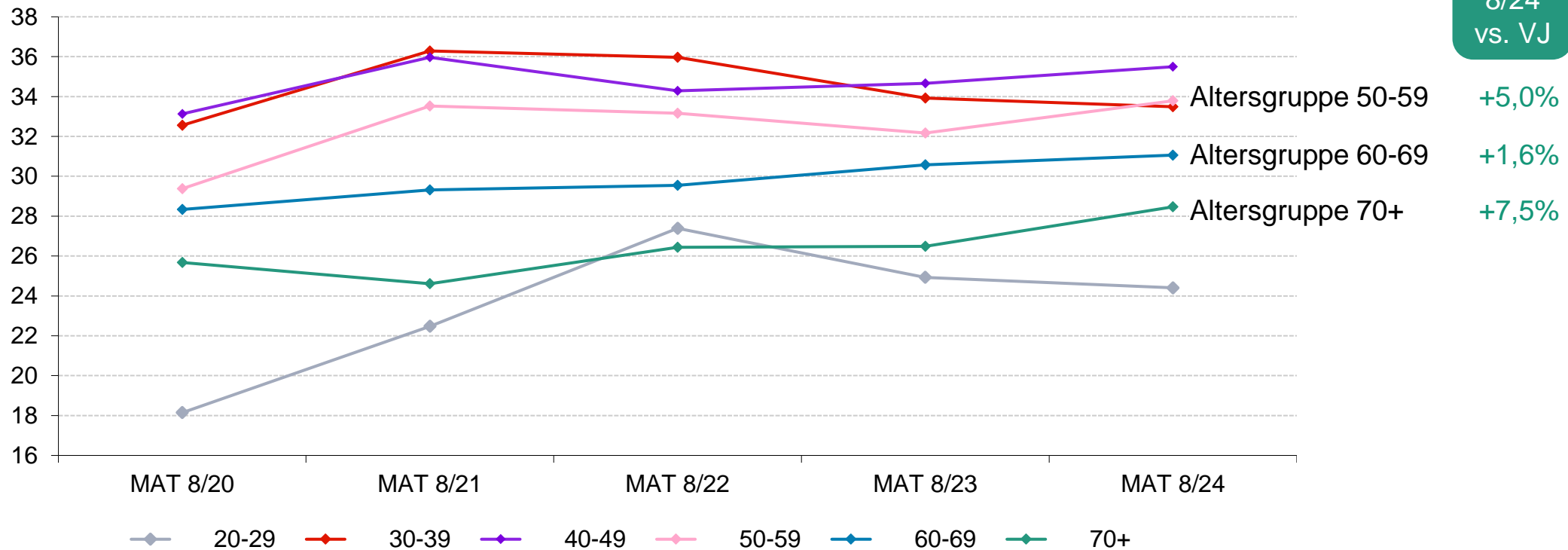
Ausgaben pro Käufer je MAT in €

253,69	268,93	+6%	> Umsatzanteil eApo: 71%
314,77	343,10	+9%	
187,97	193,09	+3%	
MAT 8/23	MAT 8/24		

Die 70+ kommen immer mehr in der eApo an

Der Kanal profitierte zuletzt überdurchschnittlich vom Zufluss der ältesten Käufergruppe.

Penetration je Altersgruppe | in %



Ältere steigern die Warenkorbgröße am deutlichsten

Der Gap zum MW in der AvO ist bei 70+ jedoch nach wie vor hoch

Packungen je Käufer je Altersgruppe | eApo

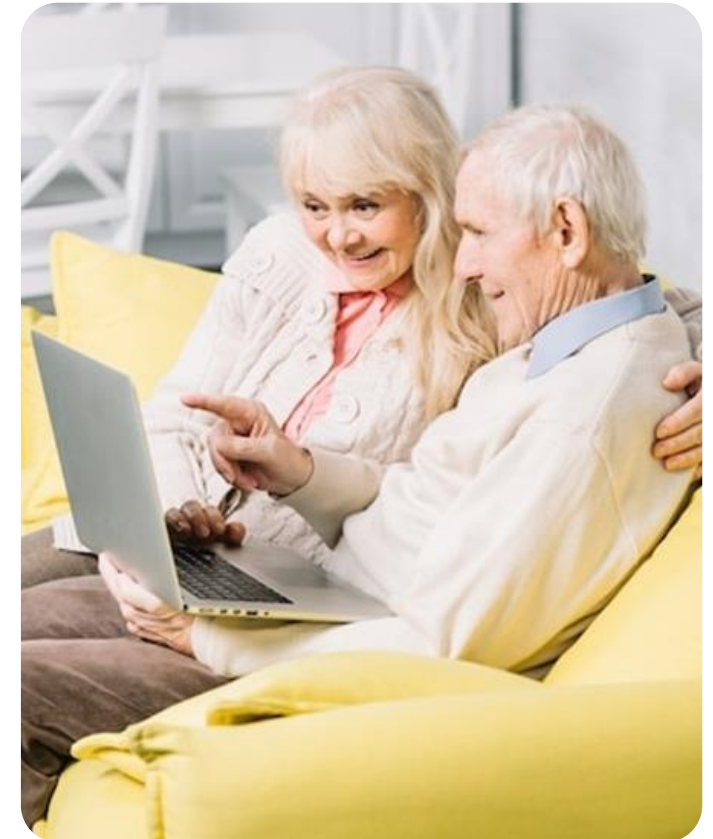
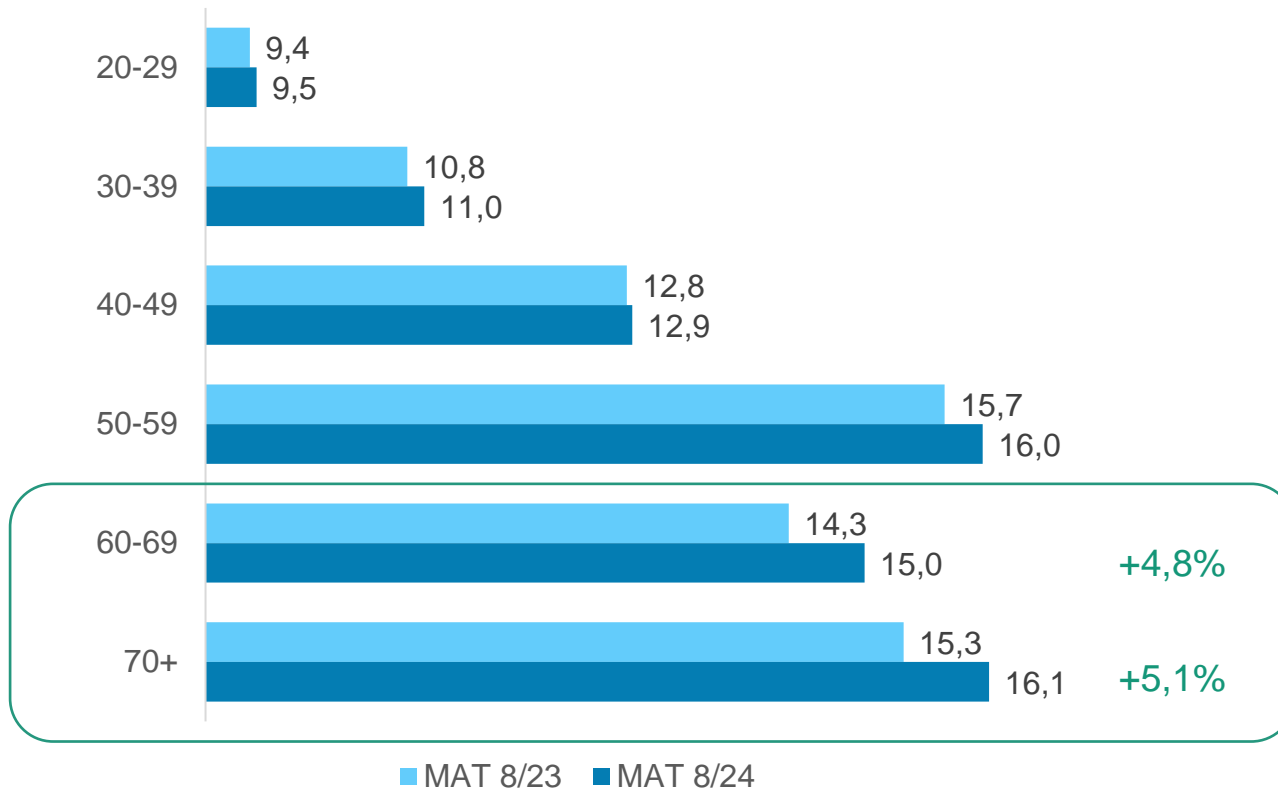
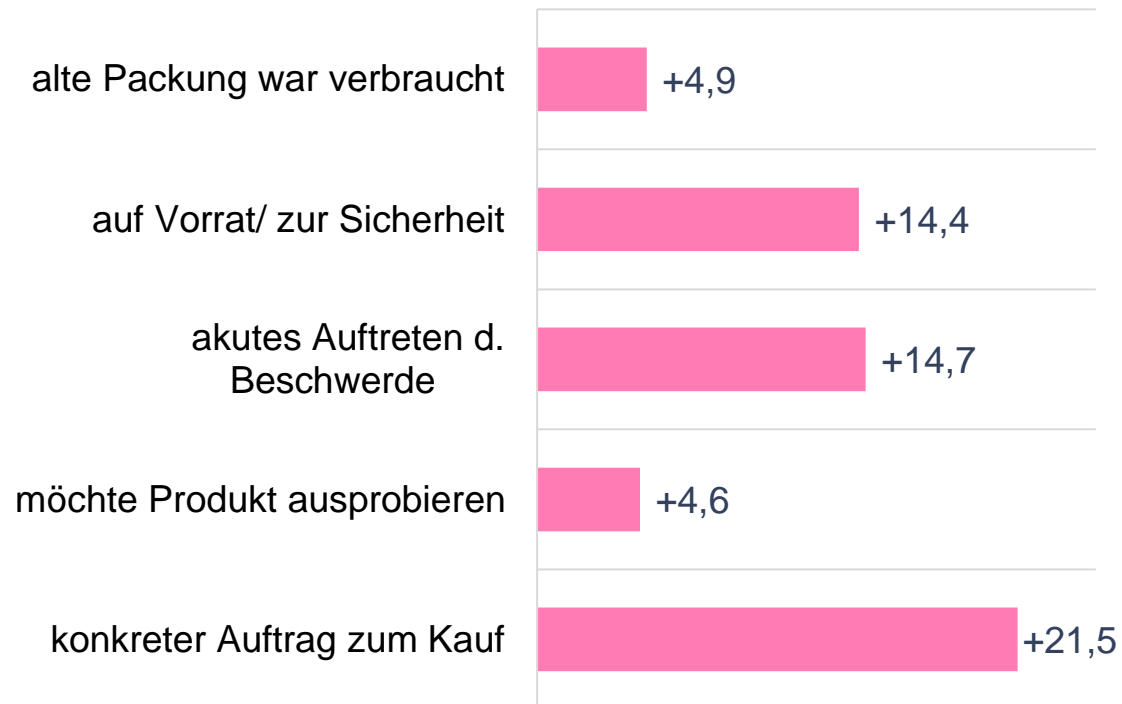


Foto: Freepik

Vorratskauf boostet Versand – akuter Bedarf als Kaufanlass wächst zusätzlich

eApo I Absatzänderungen in % Packungen (MAT 8/2024 vs. VJ)



Anteil am Gesamtabsatz in %

38

24

8

7

3



Die TOP Beschwerden unterscheiden sich im akuten Bedarf durchaus vom Vorrats-/Nachkauf

eApo I MAT 8/2024

Alte Packung war verbraucht

TOP 10 Beschwerden	Pack. %
Schnupfen	5,2
Kopfschmerzen	4,1
Nase, verstopfte	4,1
Schmerzen	3,7
Erkältung	3,4
Augen, trockene	2,8
Husten	2,7
Haut, trockene	2,3
Allergie	2,0
Halsschmerzen	1,9

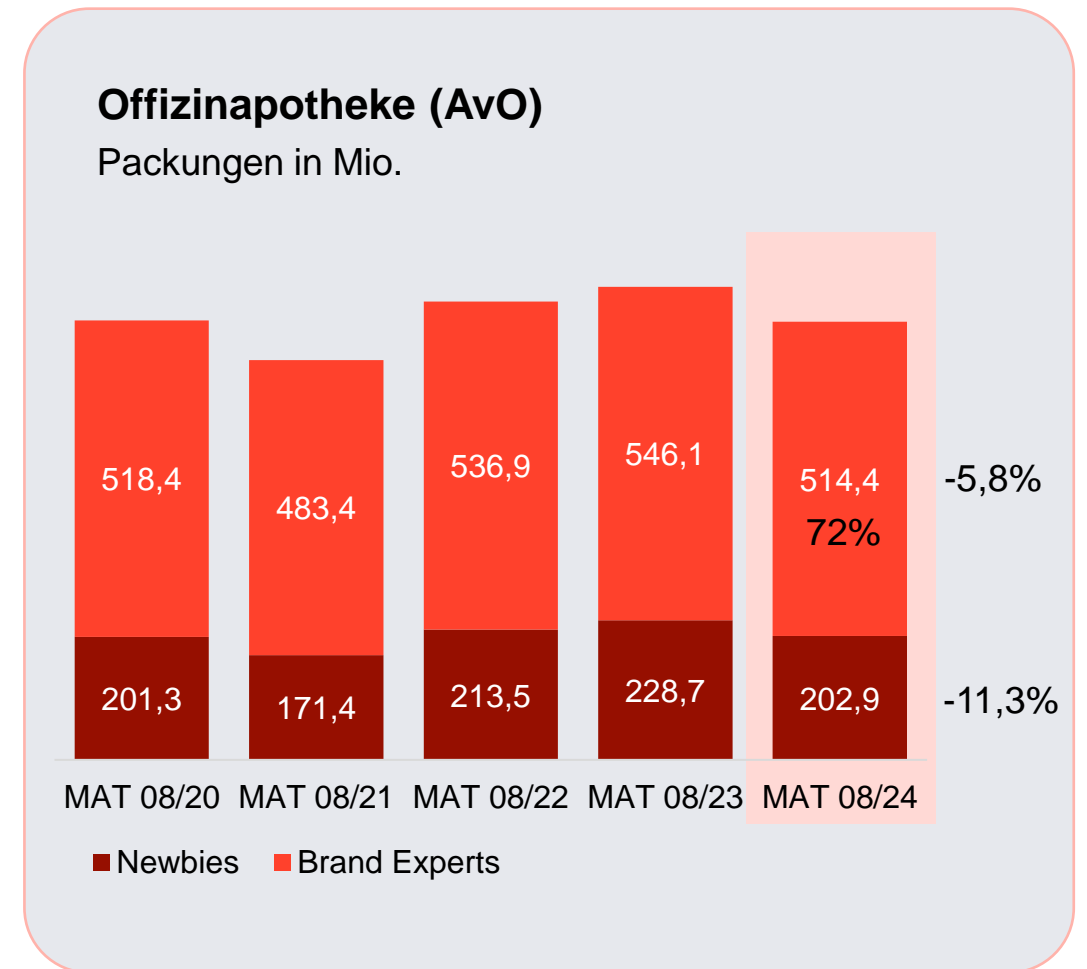
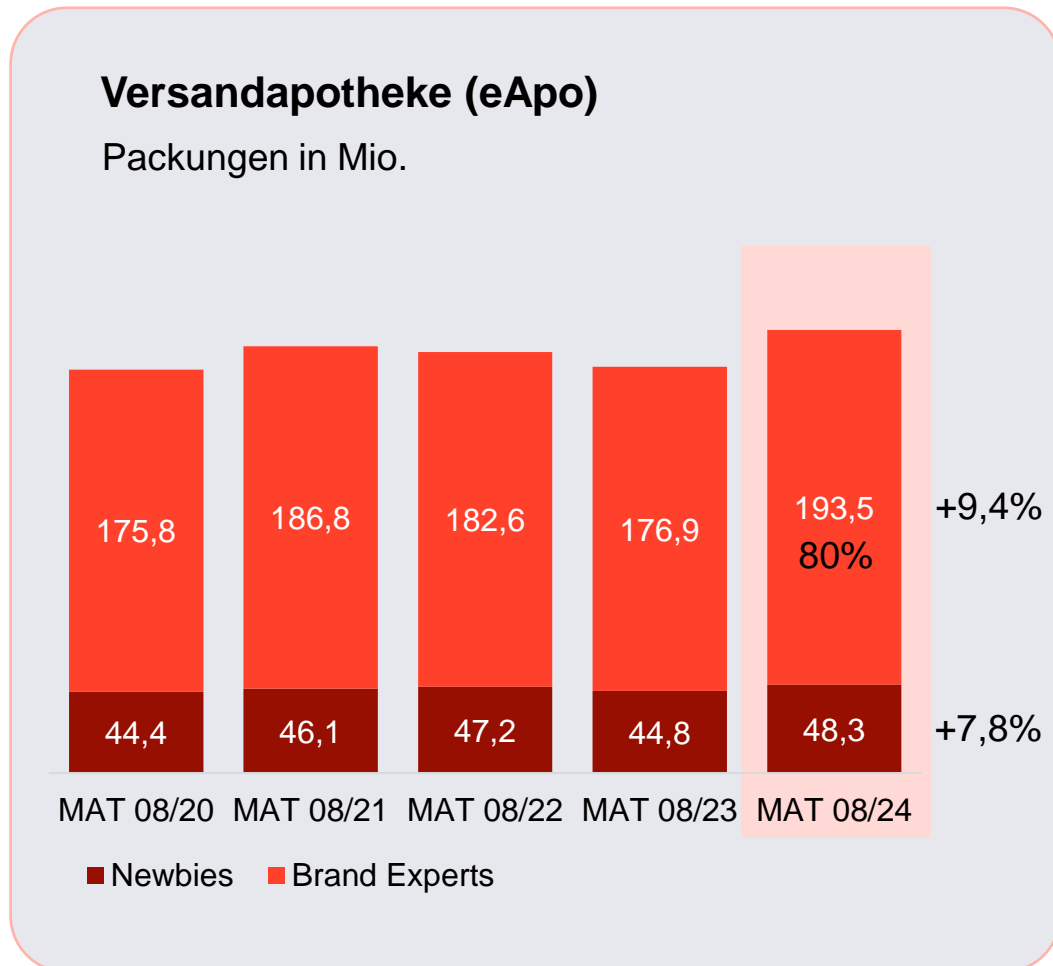
Auf Vorrat/ zur Sicherheit

TOP 10 Beschwerden	Pack. %
Schnupfen	8,3
Nase, verstopfte	7,9
Schmerzen	6,5
Kopfschmerzen	5,6
Erkältung	4,2
Fieber	2,9
Halsschmerzen	2,7
Husten	2,7
Augen, trockene	2,4
Haut, trockene	2,3

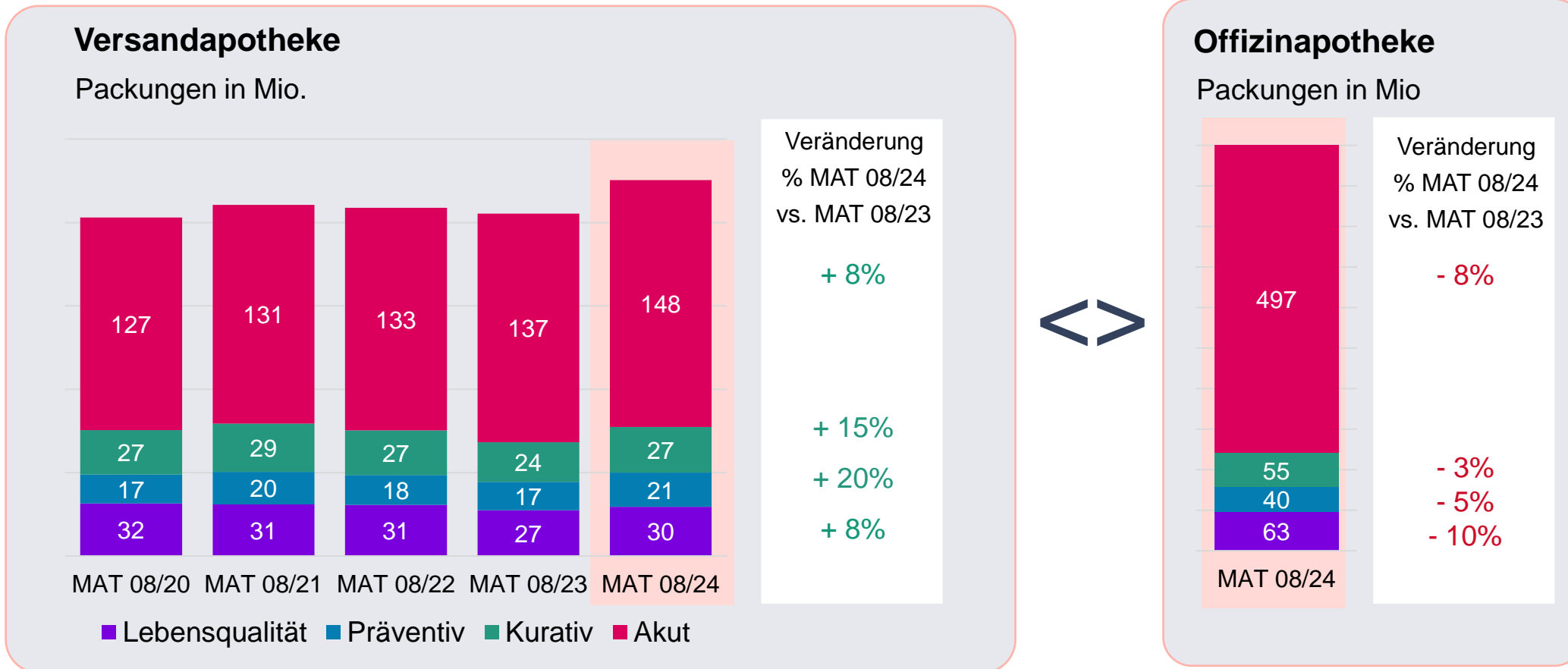
Akutes Auftreten

TOP 10 Beschwerden	Pack. %
Schnupfen	8,0
Husten	7,1
Erkältung	5,4
Wunde	4,1
Nase, verstopfte	3,8
Psoriasis	3,3
Wundbehandlung	3,2
Heuschnupfen	2,8
Halsschmerzen	2,6
Sodbrennen	2,2

Brand Experts treiben den Versand noch stärker voran



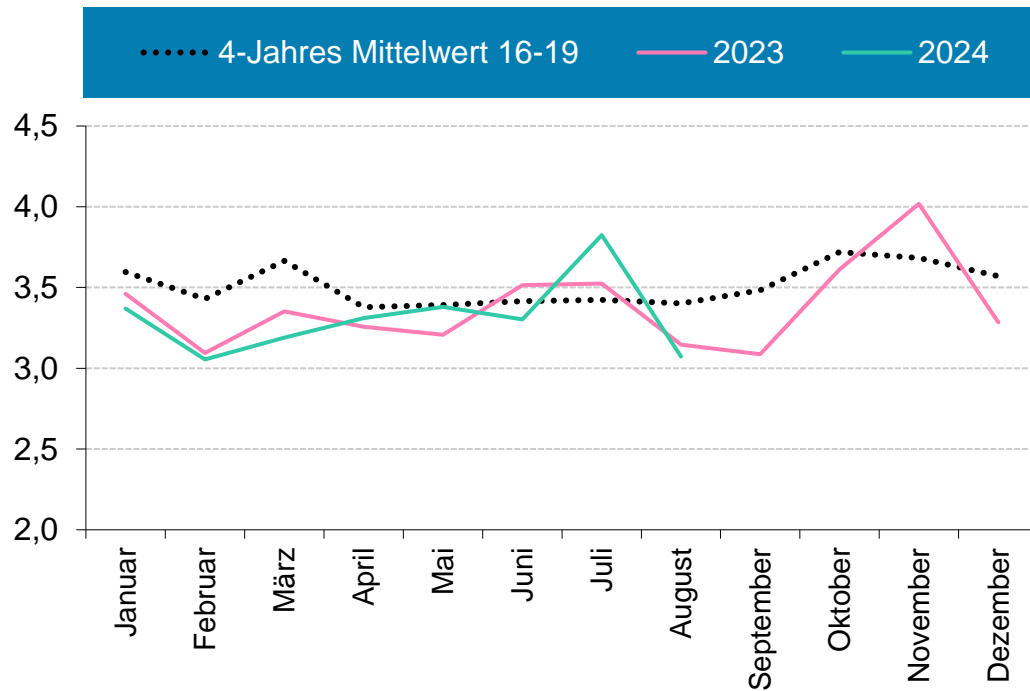
Die Versandapotheke fängt nur einen Bruchteil des Rückgangs im akuten Sortiment auf.



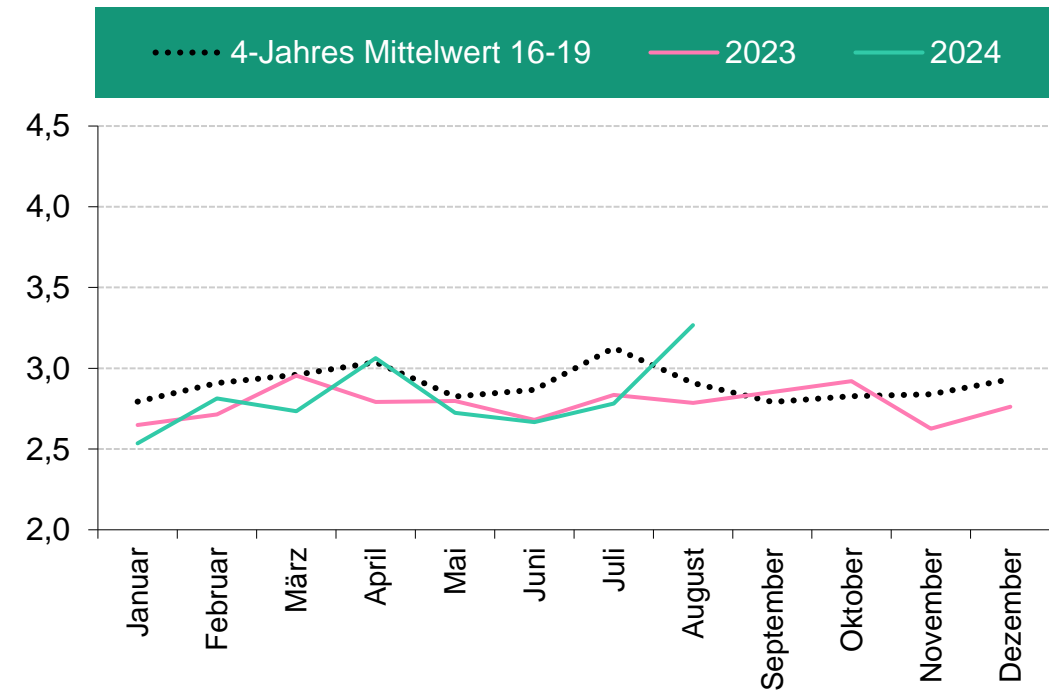
Ein Blick in Richtung e-Rezept: Welche Impulse kommen aus der Verordnung für die eApo?

Die eApo tritt bei Rezepteinlösungen auf der Stelle

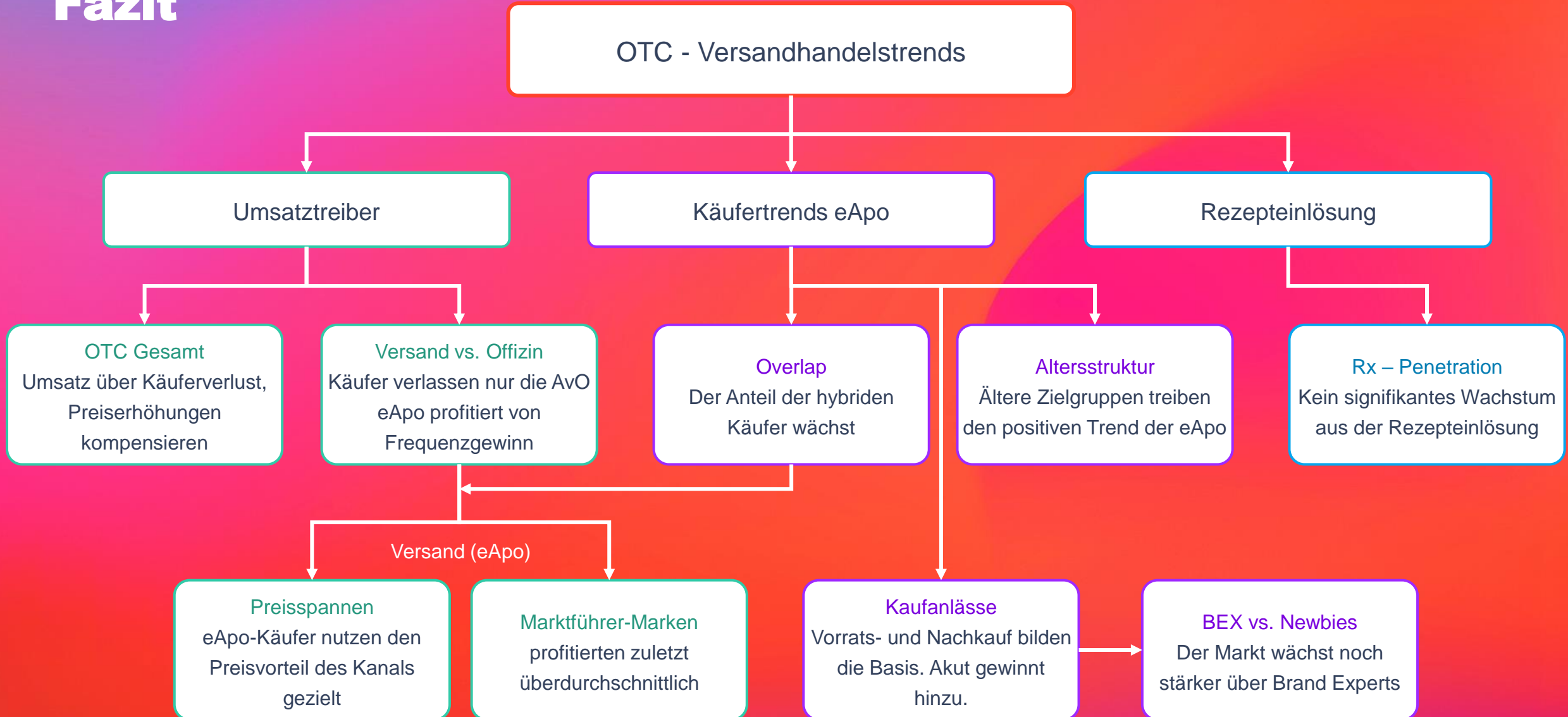
Penetration eApo | Rx/ OTX total | monatlich in %



Volume per Buyer eApo | Rx/ OTX total | in Packungen



Fazit



Consumer Panel Services

Health

CPS

Sophie-Germain-Strasse 3 -5
90443 Nürnberg

walter.pechmann@gfk-cps.com

frank.weidle@gfk-cps.com

kai.bergner@gfk-cps.com

Living Consumer Intelligence | yougov.com/business

YouGov, 2024, all rights reserved. All materials contained herein are protected by copyright laws. Any storage, reproduction or distribution of such materials, in whole or in part, in any form without the prior written permission of YouGov is prohibited. This information (including any enclosures and attachments) is propriety and confidential and has been prepared for the exclusive use and benefit of the addressee(s) and solely for the purpose for which it is provided. We make no representations, warranties or guarantees, whether express or implied, that the information is accurate, complete or up to date. We exclude all implied conditions, warranties, representations or other terms that may apply and we will not be liable to you for any loss or damage, whether in contract, tort (including negligence), breach of statutory duty, or otherwise, even if foreseeable, arising under or in connection with use of or reliance on the information. We do not exclude or limit in any way our liability to you where it would be unlawful to do so.