

Kleine Helfer

Vitamine, Mineralstoffe und andere Nahrungsergänzungsmittel

Für ein funktionierendes Immunsystem ist eine ausreichende Versorgung mit Vitaminen und Mineralstoffen nötig. Kann dies nicht durch eine ausgewogene Ernährung erreicht werden, steht eine Vielzahl von Mono- und Kombipräparaten in unterschiedlichen Darreichungsformen als Nahrungsergänzungsmittel oder diätetische Lebensmittel zur Verfügung.

Vitamine sind organische Substanzen, die sich nach ihrer Fett- oder Wasserlöslichkeit klassifizieren lassen. Zur ersten Gruppe zählen die Vitamine A, D, E und K, zur zweiten Gruppe beispielsweise der B-Vitamin-Komplex. Egal, ob fett- oder wasserlöslich, die Vitamine müssen dem Körper ebenso zugeführt werden wie auch bestimmte Mineralien, denn um Normalfunktionen aufrechtzuerhalten, benötigt der menschliche Körper diese kleinen molekularen Helfer. Und genau hierin liegt wohl der Grund, warum Nahrungsergänzungsmittel und ähnliche Produkte seit geraumer Zeit boomen. Ein Blick in den zugehörigen Markt, dessen große Vertriebssegmente die Apotheken, Drogerien und der Einzelhandel sind, zeigt: Dort wird rege on- und offline nach solchen Produkten gefragt.

VMHS – Vitamine, Mineralien, Herbals und, und, und ...

IQVIA definiert die angesprochenen Produkte, zusammen mit weiteren OTC-Erzeugnissen wie Spurenelementen, Aminosäuren, Ballaststoffen, Pflanzen- und Kräuterextrakten etc., als den sogenannten VMHS-Markt: Vitamine, Mineralstoffe, Herbals und Supplements. Alle genannten Stoffe haben in konzentrierter Form ernährungsphysiologische Wirkung. Gerade deswegen stehen all diese Substanzklassen auch im Fokus zahlreicher wissenschaftlicher Diskussionen. Ab wann und in welchem Maße sind sie gesundheitsfördernd und ab wann und wie schadet zu viel von ihnen? An diesen wissenschaftlichen Fragen scheinen sich die meisten Konsumenten jedoch kaum zu orientieren, denn der Markt wächst kontinuierlich. Und zwar in allen Segmenten – on- und offline und egal, ob aus der Apotheke, Drogerie oder dem Einzelhandel bestellt.

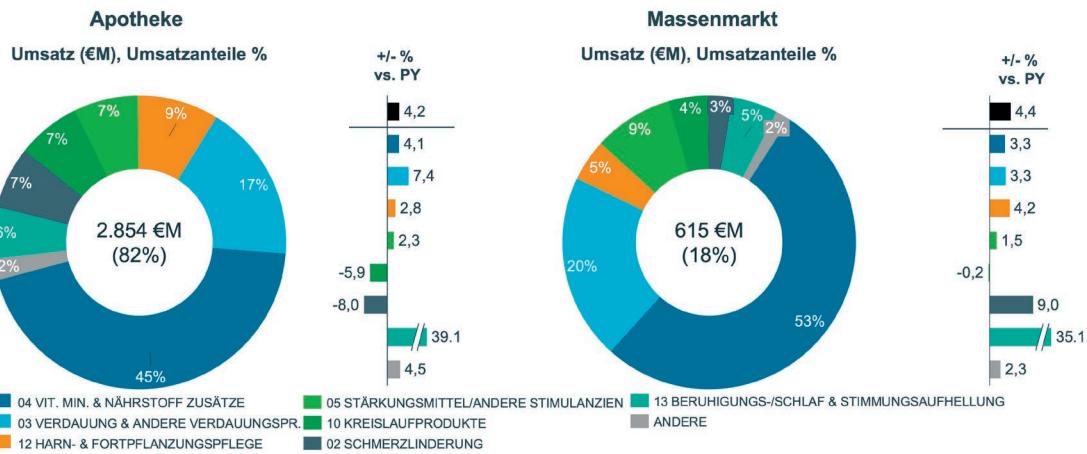
gische Wirkung. Gerade deswegen stehen all diese Substanzklassen auch im Fokus zahlreicher wissenschaftlicher Diskussionen. Ab wann und in welchem Maße sind sie gesundheitsfördernd und ab wann und wie schadet zu viel von ihnen? An diesen wissenschaftlichen Fragen scheinen sich die meisten Konsumenten jedoch kaum zu orientieren, denn der Markt wächst kontinuierlich. Und zwar in allen Segmenten – on- und offline und egal, ob aus der Apotheke, Drogerie oder dem Einzelhandel bestellt.

Milliardengeschäft

Allein fast drei Milliarden Euro Umsatz erzielten VMHS-Produkte letztes Jahr in den deutschen Apotheken (Offizin und Versandhandel). Und die jährliche Wachstumsrate (Continuous Annual Growth Rate, CAGR) des gesamten VMHS-Marktes (Apotheke und Massenmarkt) liegt bei 10%; sie wird vor allem durch den Onlinehandel erreicht. Den Löwenanteil des Umsatzes erwirtschaften dabei Mineralstoffe und Vitamine. Sie machen 45% des Umsatzes in der Apotheke mit VMHS aus und erzielen 53% des Umsatzes im Massenmarkt. Vitamin-C-Produkte waren im Jahr 2022 besonders beliebt und erreichten eine Umsatzsteigerung von 16% im Vergleich zum Vorjahr. Multivitamin- und Mineralstoffpräparate für Kinder wuchsen um 14%.

Neben den Vitaminen und Mineralstoffen sind bei den Kunden Produkte zur Unterstützung der Darmflora-/tätigkeit ebenso beliebt und stellen die zweitstärkste Produktklasse dar, die stark in Apotheken sowie Drogerie und Einzelhandel eingekauft wird (vgl. Abb.).

VMHS, OTC 1 Kategorie, Deutschland total, Apotheke (Einzelhandel + Online-Markt) + Massenmarkt, MAT 05/2022



Source: IQVIA OTC® Report, IQVIA OTC® Report Mass Market
Copyright © 2023 IQVIA. All rights reserved.

IQVIA
CONSUMER HEALTH

Abb.: Ob aus der Apotheke oder aus dem Einzelhandel: Vitamine und Mineralstoffe sind die meistverkaufte Kategorie im VMHS-Markt; Quelle: IQVIA, OTC-Report 05/2022.

Landläufig gehen viele Konsumenten davon aus, dass Vitamin- und Mineralstoffpräparate hohen regulatorischen Auflagen unterliegen. De facto gibt es diese aber gar nicht und somit sind VMHS-Produkte bezüglich der Qualitätsvorgaben, Vertriebskanalbeschränkungen, Claimings etc. weniger stark reglementiert. Daraus resultiert, dass die vollständige Abbildung des VMHS-Marktgeschehens im Bereich „direct to consumer“, speziell durch die vielen Onlineshops, kaum erreicht werden kann. Unzählige Markteintritte bzw. Shop-Gründungen sowie -Schließungen im Onlinesektor stellen Analysen täglich auf den Kopf. IQVIA schätzt allerdings, dass rund 25% der Einkäufe von Kunden, die an genau solchen Produkten interessiert sind, diese auch im Onlineshop erwerben würden.

Sabine Kluge, Pressesprecherin IQVIA GmbH & Co. OHG