

DAP Dialog

Das Magazin des DeutschenApothekenPortals

Erschienen in Ausgabe 84, Dezember 2024

Gesundheit selbst erfassen

Messgeräte und Selbsttests aus der Apotheke

Bescheid zu wissen und besseres spezifisches Fachwissen zu haben, sind wesentliche Kriterien für fundierte Entscheidungen. Warum das im Falle von Patientinnen und Patienten und ihren Erkrankungen allerdings gar nicht so einfach ist, zeigte die Stiftung Gesundheitswissen bereits vor zweieinhalb Jahren: Gesundheitsinformationen sind zwar allgegenwärtig, lassen sich in Eigenregie jedoch nur sehr schwer im Alltag integrieren. Auch ist das spezifische Wissen über die eigene Krankheit nicht immer vorhanden. Und mehr noch: Mit immer stärkeren Einschränkungen konfrontiert, glauben chronisch Erkrankte immer weniger an die Möglichkeiten der eigenen Einflussnahme auf ihren Gesundheitszustand.¹ Dabei stellen gesundheitsförderndes Verhalten und die eintretende Selbstwirksamkeit wichtige Bestandteile von Therapien dar – und sie basieren wiederum auf der Kenntnis des eigenen Gesundheitszustandes.

Genau dieser wird klassischerweise in einer Arztpraxis in Erfahrung gebracht und es werden Vitalwerte und Gesund-

heitsparameter gemessen: Ist der Blutdruck oder Blutzucker zu hoch? Gibt es auffällige Entzündungswerte oder erhöhte Temperatur? Grenz- und Zielwerte verschiedener Körperfunktionen werden aufgenommen, um auf Erkrankungszustände hinzuweisen. Und einige dieser Messungen müssen bei chronisch Kranken über lange Zeiträume hinweg geschehen und gehören zum Krankheitsmanagement – und damit auch zum festen Repertoire des Apothekensegments.

IQVIA beschreibt Tests und Messinstrumente aus dem IQVIA OTC-Report®, Kategorie 56 „Teste und Messinstrumente“. Diese Marktkategorie ist ein Millionengeschäft. Allerdings ein rückläufiges, betrachtet man die Quartalsentwicklungen rückwärts ins Jahr 2019 hinein (vgl. Abb. 1, abgebildet sind Offizin + VH): Einschließlich September liegt der Gesamtumsatz im 3. Quartal 2024 bei 183.442.000 Euro. Noch fünf Jahre zuvor, also 2019 im selben Zeitraum Q3, waren es noch weit über 18% mehr, nämlich 217.675.000 Euro. Der kumulierte Abwärtstrend der Teste und Messinstrumente ist umso interessanter, da es

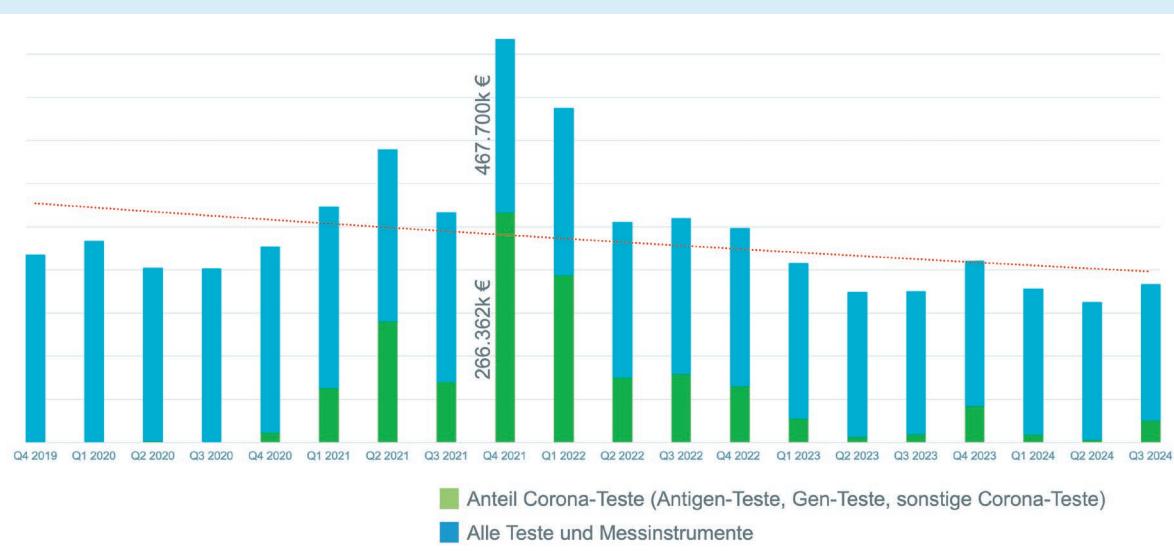


Abb. 1: Quartalsumsätze der gesamten Kategorie „Selbsttests und Messgeräte“

in der Pandemie mit dem Spezialmarkt aufwärtsging und er während der Corona-Jahre einen deutlichen Zuwachs und sogar Spitzenwerte erreichte: Tatsächlich waren es allein die Corona-Tests im Q4 2021, die die größere Hälfte des Gesamtumsatzes auf sich vereinten. Und auch während der gesamten Pandemie stellten die Coronavirus-Testsysteme deutlich sichtbare Umsatztreiber dar (vgl. Abb. 1).

Selbstbestimmt

In der ausgewerteten Kategorie sind weiterhin Messgeräte für Temperatur, Ovulation, Blutdruck und Blutzucker in unterschiedlicher Ausführung (digital, manuell, Infrarot, sonstige Techniken) samt Zubehör enthalten, außerdem ca. 15 Tests für das eigene Ermitteln von Glukose, Cholesterin, Eiweißen und Ketonkörpern im Blut, Urin- oder Speichel-/Rachenproben. Weiterhin: Alkohol, Schwangerschaft und eben einige Infektionstests.

Zucker im Blut

Den größten Um- sowie Absatz des Mess- und Testmarktes vereint die Blutzuckertestung auf sich. Diese Tests werden insbesondere von Diabetikerinnen und Diabetikern genutzt, um die eigenen Glukosewerte kontinuierlich zu tracken. In Abhängigkeit von der Therapieform geschieht dies unterschiedlich häufig, von täglich (bspw. Typ 2/Insulintherapie) bis dreimonatlich oder noch seltener (bspw. orale Antidiabetika-Therapie). Die IQVIA-Auswertung zeigt, dass der Umsatz mit Blutzuckertesten (OTC-Gruppe 56E2) seit 2019 kontinuierlich sinkt: Wurden im Oktober 2019 in Offizin und Versandhandel noch rund 65 Mio. Euro mit ihnen umgesetzt, so waren es ein Jahr später im Oktober

2020 nur noch 56,5 Mio. Euro, und diese Summe wurde in den Folgejahren stetig kleiner, bis hin zu knappen 42 Mio. Euro im Oktober 2023. Gleiche Monatsbetrachtungen von 10/2019 bis 10/2023 bezüglich des Absatzes – auch hier die abnehmende Tendenz. Die Preisgestaltung der Blutzuckertesten kann also nur bedingt als Ursache für den rückläufigen Umsatz dienen, zumal die Diabetes-Prävalenz in der Bevölkerung insgesamt steigt. Warum ist also der Absatz an Glukose-Selbsttests und -messgeräten rückläufig und mit ihm übrigens auch die Lanzetten, die herkömmlicherweise für die Blutstropfenentnahme aus der Fingerkuppe angewendet werden? Auch sie zeigen nämlich eine rückläufige Absatzentwicklung von -10% im Jahresvergleich 2019 und 2023.

Sicherlich hat die Einführung der neuen, automatisierten Mess- und Pumpensysteme bzw. der sensorgestützten *Continuous-Glucose-Monitoring(CGM)*-Systeme bei dieser Entwicklung eine Rolle gespielt. Diese Geräte – zumeist am Oberarm angebracht – messen den Blutzucker kontinuierlich subkutan und ohne weiteres Zutun der Patientinnen und Patienten. Momentan werden zahlreiche Algorithmen und Zusatzfunktionen für diese Medizingeräte entwickelt, die den Alltag der Betroffenen in jeder Situation immer weiter erleichtern werden.² CGM- und weiterhin Pumpensysteme mit Wirkstoff werden also insgesamt immer besser – auch wenn die Glukose-Messung derzeit noch nicht ganz so genau wie der Teststreifen ist. Glukose-Tests stellen damit noch nach wie vor den Mammutanteil der gesamten Marktkategorie der Teste und Messinstrumente – wenn auch rückläufig (vgl. Abb. 2).

Absatz Blutzuckermessgeräte und -teste, bundesweit (56E2) IQVIA OTC-Report® MAT10/2019 – MAT09/2023, OTC 56A in Stück/Pack. etc.

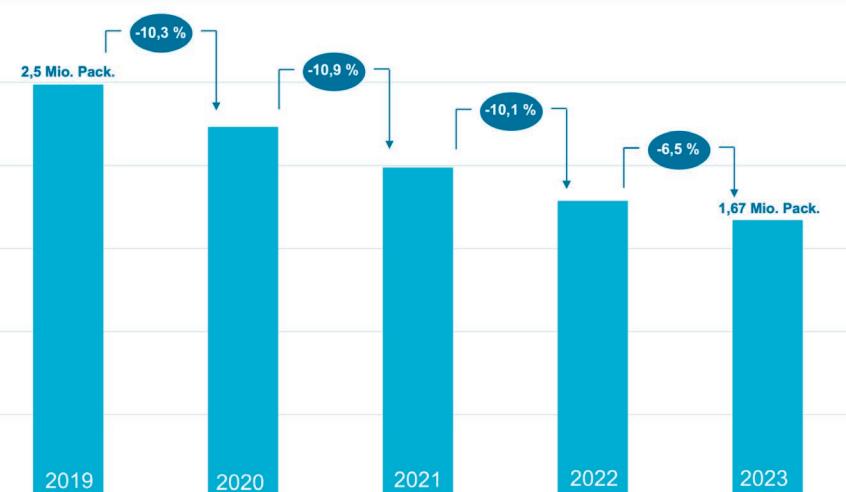


Abb. 2: Trotz steigender Diabetes-Prävalenz stellen sich die Glukose-Selbsttests aus der Apotheke rückläufig dar.

Und dann kam Corona

Nicht nur die Diabetikerinnen und Diabetiker kennen die Bedeutung um die Kenntnis der eigenen Werte. Spätestens in der Corona-Pandemie hatten wir alle mindestens einmal das Schnellteststäbchen in der Nasenhöhle. Hat das den Markt nachhaltig beeinflusst?

Speziell Ende 2021 und Anfang 2022 hatten die Corona-Tests den Markt dominiert. In Q4 2021 fiel mit 266.362.000 Euro mehr als die Hälfte des gesamten Test- und Messmarktes aus Offizin und Versandhandel auf die Antigen-, Gen- oder sonstige Tests, mit denen auf eine SARS-CoV-2 Infektion geprüft wurde. Das Hoch der Corona-Tests hielt sich sodann noch im nächsten Quartal (Q1/2022) mit 387.790.000 Euro relativ hoch, flachte dann aber ab Q2 deutlich und zügig ab. Dennoch: Seit Einführung dieser Tests sind sie fester Bestandteil der Marktkategorie und im Sortiment der Apotheken. Einen nennenswerten Einfluss erzielen sie allerdings nur in den Wintermonaten: So wurde der Kategorie-Gesamtumsatz jeweils im 4. Quartal von 2022 und 2023 in Höhe von 200.000.000 Euro dank dem Anteil der Corona-Tests überschritten – ansonsten spielen sie eine vergleichsweise kleine Rolle (vgl. Abb. 1).

Schwanger oder nicht?

Im Umsatz-Ranking der Selbsttests und Messgeräte schafft es der Schwangerschaftstest direkt auf den zweiten Platz nach der Blutzuckermessung. Schwangerschaftstests sind in der OTC-Kategorie 56N2 als einfacher oder doppelter Test verfügbar und unterscheiden sich in der Früherkennung. Dienen die einfachen Schwangerschaftstests der Tes-

tung nach einem gewissen Zeitraum oder dem Ausbleiben der Periode, liefern doppelte Tests schneller Ergebnisse, sind dafür aber auch hochpreisiger. Am Markt zeigt sich allerdings deutlich im Fünfjahresverlauf, dass die einfachen Schwangerschaftstests gemittelt ca. das Fünffache des Umsatzes erzielen und damit wohl ausreichend Gewissheit liefern, auch wenn die Benutzerinnen einen Moment länger auf das Ergebnis warten müssen als beim doppelten Schwangerschaftstest (vgl. Abb. 3).

Autorinnen:

Sabine Kluge, Pressesprecherin IQVIA Deutschland

Felicitas Schlatter, Mitarbeiterin Presse- und Öffentlichkeitsarbeit IQVIA Deutschland

1 <https://www.stiftung-gesundheitswissen.de/projekte/chronisch-kranke-je-staerker-die-einschaenkungen-desto-geringer-glauben-an-selbstwirksamkeit>

2 <https://www.medmedia.at/digitaldoctor/kuenstliches-pankreas-mit-einem-automated-insulin-delivery-system-aid-system/>

Umsatz einfacher und doppelter Schwangerschaftstest (56N2) in Mio. € IQVIA OTC-Report®, MAT10/2019 – MAT09/2024, OTC 56N2A & 56N2B)

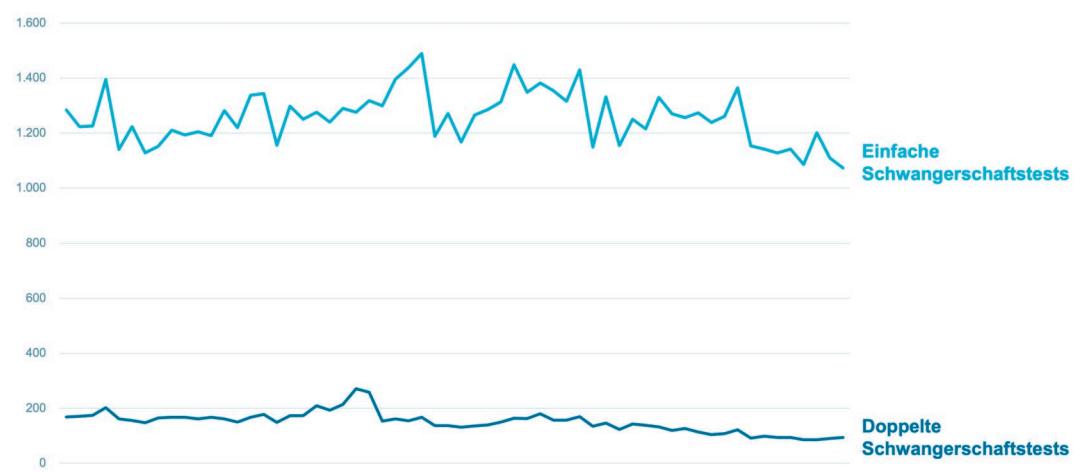


Abb. 3: Der Umsatz mit einfachen Schwangerschaftstests ist mehr als sechsmal so hoch wie der mit doppelten Schwangerschaftstests.