

# Self-Care-Trend sorgt für Rückenwind

## Steigende Umsätze im Longevity-nahen Nichtarzneimittelsortiment

Nimmt man die von Insight Health veröffentlichten Umsätze von Vor-Ort-Apotheken, so entfallen auf apothekenpflichtige Arzneimittel fast 3,2 Mrd. Euro und auf Nichtarzneimittel sowie nicht apothekenpflichtige Arzneimittel ca. 2,6 Mrd. Euro (Basis: Arzneimittelpreis des pharmazeutischen Unternehmers – ApU) – das entspricht rund 44,8 % am gesamten verschreibungsfreien Sortiment. Ausgehend von 16.600 öffentlichen Apotheken in Deutschland erzielte jede Apotheke vor Ort im Durchschnitt fast 160.000 Euro pro Jahr mit dem Freiwahlsortiment. Seit Jahren steigt die Bedeutung dieses sogenannten Randsortiments. Insbesondere vom Wunsch der Menschen, auch im Alter noch gesund und fit zu sein, gehen starke Wachstumsimpulse aus. Yannik Dietrich und Frank Weißenfeldt von Insight Health geben einen Überblick und Tipps für die Praxis.

Longevity – also der Fokus darauf, länger gesund und vital zu bleiben – wirkt in den Apotheken als Wachstumsmotor. Auf der Suche nach dem Jungbrunnen umfasst der Trend:

- Prävention und Vorsorgeuntersuchungen,
- medizinische und pharmazeutische Innovationen,
- Sport und spezielle Fitnessübungen sowie
- gesunde Lebensführung und Ernährung.

Unmittelbar prägt Longevity daher auch die Nachfrage im Ergänzungssortiment der Apotheken. Der Löwenanteil des apothekenüblichen Ergänzungssortiments entfällt auf Nichtarzneimittel. Im Jahr 2025 erwirtschafteten die öffentlichen Apotheken vor Ort einen Umsatz von fast 2,5 Mrd. Euro mit Nichtarzneimitteln im Freiwahlsortiment. Lediglich 168 Mio. Euro Umsatz lagen bei den nicht apothekenpflichtigen Arzneimitteln, die im Gegensatz zu apothekenpflichtigen Produkten bekanntlich auch in der Freiwahl platziert werden dürfen.

Anders als nicht apothekenpflichtige Arzneimittel (2025 vs. Vorjahr: –2,7%) ist das Sortiment der Nichtarzneimittel ein Wachstumsbereich (2025 vs. Vorjahr: +2,3%).

Lesen Sie online weiter:

[www.DAPdialog.de/9246](http://www.DAPdialog.de/9246)

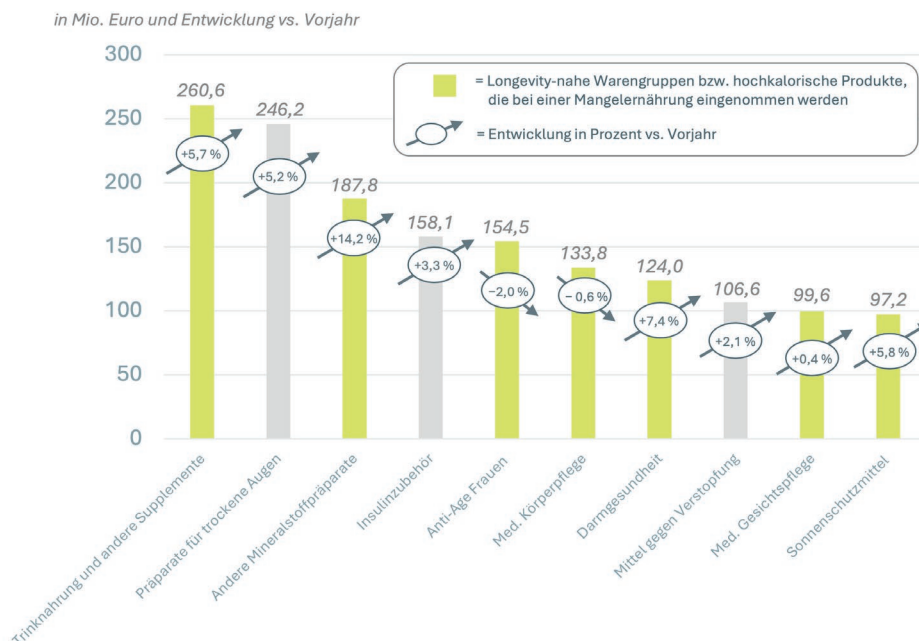


Abb.: Top-10-Kategorien\* Nichtarzneimittel – Umsatzentwicklung in der Offizin (in Mio. Euro)

Quelle: Insight Health (2026), APO-Monitor, MAT 2025.12 (Abverkauf), Preisbasis: realer Apothekenverkaufspreis (rAVP) \* ATC 3