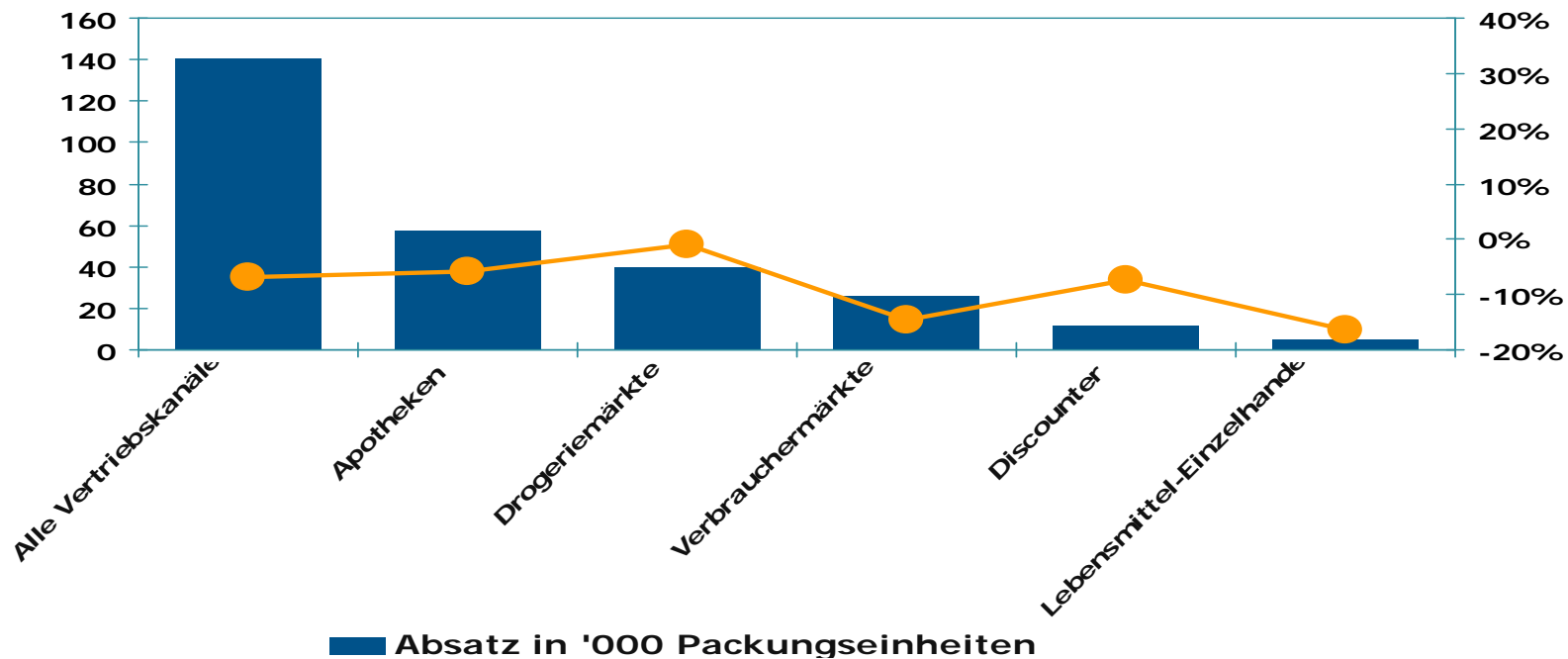


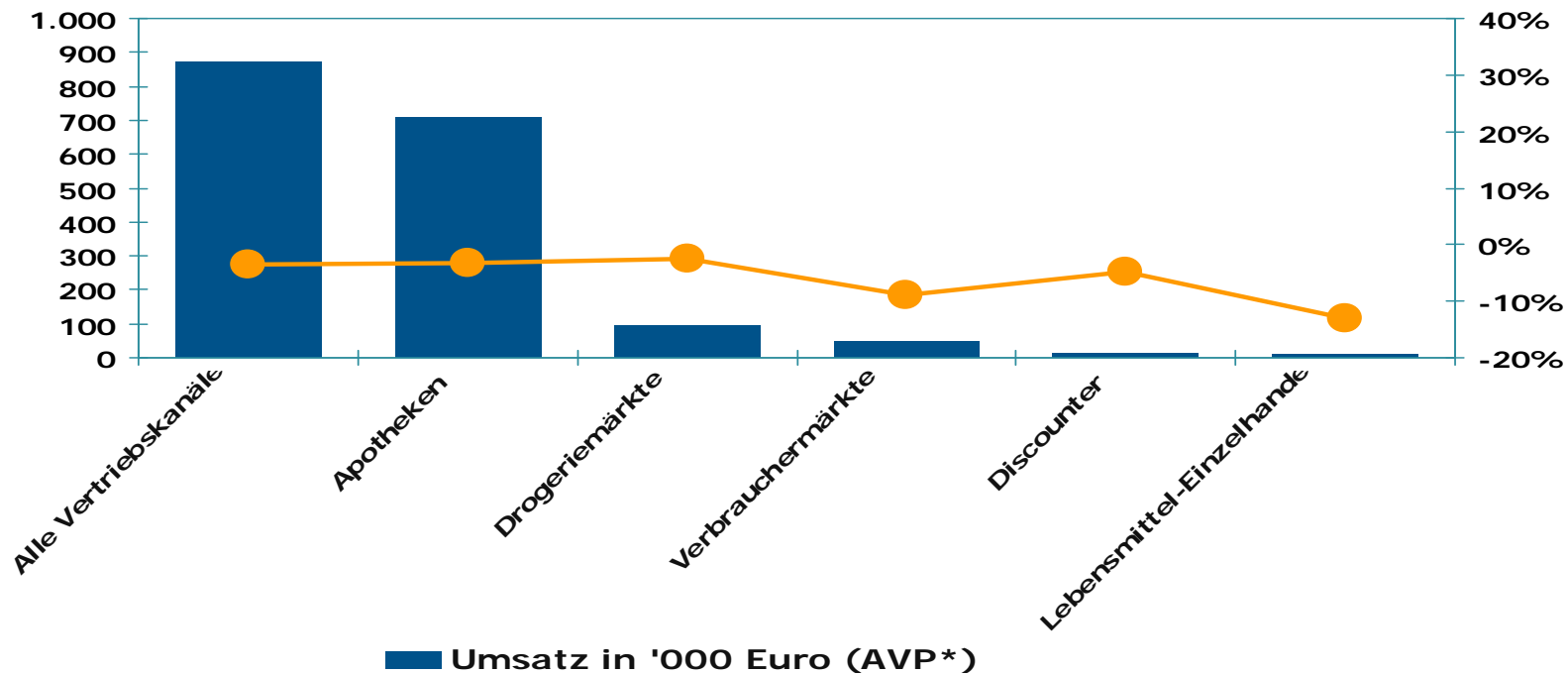
## Segment der Nahrungsergänzungsmittel verliert 2008 in allen Vertriebskanälen



Nahrungsergänzungsmittel (NEM) incl. Vitaminen und Mineralstoffen stellen im Jahr 2008 nach Umsatz wie nach Absatz die drittstärkste Produktgruppe unter den OTC-Arznei- und Gesundheitsmitteln. In 2008 war der Absatz der NEM in allen Vertriebskanälen rückläufig. Für diese Entwicklung kann es unterschiedliche Gründe geben wie z.B. eine gezügeltere Zahlungsbereitschaft der Verbraucher oder Expertenaussagen zur speziellen Angemessenheit von NEM im Alltag. Ob diese oder andere Faktoren zutreffen, ist hier allerdings nicht zu entscheiden.

Quelle: IMS OTC® Report / IMS® GesundheitsMittelStudie (GMS)

## Segment der Nahrungsergänzungsmittel verliert 2008 in allen Vertriebskanälen



Der umsatzstärkste Vertriebskanal ist die Apotheke, über die vier Fünftel des Umsatzes erzielt werden, allerdings mit rückläufigem Trend. Deutlich stärker verlieren jedoch Verbrauchermärkte und der Lebensmitteleinzelhandel. Möglicherweise legen Verbraucher hier auf andere Kriterien wert wie z.B. Auswahlbreite oder auch Beratung.

Quelle: IMS OTC® Report / IMS® GesundheitsMittelStudie (GMS)