

## PRESSEMITTEILUNG

Bad Homburg, 15. Februar 2022

### **Markt der Online-Apotheken in Deutschland 2022: Konsolidierung, Gesundheitsplattformen und das Warten auf das e-Rezept**

Die Übernahme der niederländischen Versandapotheke Disapo durch Douglas ist die jüngste einer Reihe von Akquisitionen und Übernahmen im Markt der Online-Apotheken. SEMPORA Consulting hat dies zum Anlass genommen auf Basis eigener Recherchen und Modellrechnungen die Struktur der wesentlichen Akteure (Top 16) für den deutschen Markt nachzuzeichnen.

Bereits in 2020 hatte die Zur Rose Gruppe Apotal übernommen, in 2021 folgte die Übernahme von Delmed durch den Finanzinvestor Marcol. Dies wirft ein Schlaglicht auf die hohe Attraktivität einer Branche an der Schnittstelle zwischen wachsenden Gesundheitsmärkten, zunehmend digitalen Gesundheitsdienstleistungen und dem durch die COVID Pandemie beschleunigten Trend Richtung eCommerce.

#### **Marktstruktur konsolidiert sich – Niederländer warten auf e-Rezept**

Danach hat im abgelaufenen Jahr 2021 die Zur Rose Gruppe mit den fünf zugehörigen Versandapotheken (DocMorris, Medpex, Apotal, Eurapon und Zur Rose) und knapp 1,1 Mrd. Euro Umsatz auf dem deutschen Markt (OTC und Rx, netto) die höchste Umsatzbedeutung. Marktführende Versandapotheke ist dagegen mit einigem Abstand Shop-Apotheke mit 700 Mio. Euro. SEMPORA Partner Thomas Golly kommentiert: „Dämpfend auf die Umsatzentwicklung der beiden niederländischen Wettbewerber DocMorris und Shop Apotheke hat sich der Rückgang im Rezeptgeschäft auf Grund des Verbotes von Rx-Boni für GKV Versicherte ausgewirkt.“ Umso mehr wird das Warten auf die flächendeckende Umsetzung des e-Rezeptes und den dadurch erhofften Schub im Rx-Geschäft zur Geduldsprobe. „Die intensiven Reaktionen der Börsenkurse von Zur Rose und Shop-Apotheke auf positive wie auf negative Nachrichten zum elektronischen Rezept zeigen, welche strategische Bedeutung dem rezeptpflichtigen Geschäft für die Entwicklung der Geschäftsmodelle der Versender zugemessen wird“, so Thomas Golly.

Im OTC-Bereich ist dagegen bei beiden großen Akteuren von einer anhaltend hohen Dynamik auszugehen. Von einem überdurchschnittlichen Wachstum in 2021 im freiverkäuflichen Sortiment kann im Übrigen vor allem auch bei Eurapon, der zur Marcol-Gruppe gehörenden Aponeo und der von Douglas übernommenen Disapo ausgegangen werden. Ob und wann die neue Verbindung zwischen Disapo und Douglas das Wachstum von Eurapon - die aktuell mit Douglas kooperieren - abschwächen wird, bleibt abzuwarten.

## **Marktplätze: Verschwimmende Grenzen zwischen Anbietern**

Unterschiedliche Strategien verfolgen die Internet Apotheken bezüglich der Nutzung von Marktplätzen auf externen Plattformen, insbesondere Amazon. Von den Top 16 Versendern nutzen immerhin 10 die Reichweiten-starke Bühne des eCommerce Marktführers aus den USA. Weitere Beispiele sind im Douglas Marktplatz das Apothekensortiment von Eurapon und im Zalando Marktplatz der Vertrieb von Apothekenkosmetik durch Medikamente-per-Klick. „Die Grenzen der klassischen Vertriebskanalsortierung verschwimmen dabei entlang der Präferenzen und des Kaufverhaltens der Konsumenten“, meint Franziska Bayer, Principal bei SEMPORA.

## **Geschäftsmodell-Paradigma: Versandhändler vs. integrierte Gesundheitsplattform**

Über das Handelsgeschäft hinaus setzen die großen Versandhändler unterschiedliche Schwerpunkte in ihrer Mittelfriststrategie. Während sich die überwiegende Anzahl der Online Apotheken auf das Wachstum im Versandhandel konzentriert, findet bei finanzstarken Playern wie insbesondere bei Zur Rose eine Entwicklung in Richtung integrierter (europäischer) Gesundheitsdienstleister mit entsprechenden telemedizinischen und sonstigen Services per App statt.

Kerngedanke von DocMorris Express und ähnlichen Geschäftsmodellen ist es, zahlreiche verschiedene Gesundheitsleistungen von in Teilen unterschiedlichsten Akteuren – Apotheke, Sanitätshaus, Ärzten oder Krankenhäusern – zentral auf einer Plattform zu bündeln und dem Konsumenten bzw. Patienten ein umfassendes Gesundheitsangebot zu machen.

Knapp 20 Jahre nach Legalisierung der Versandapotheken in Deutschland entsteht mit solchen Gesundheitsplattformen für Patienten und Konsumenten ein weiterer innovativer Zugang zu Gesundheitsprodukten. „Durch die ‚Tür‘ zu Gesundheitsplattformen gelangt der Patient oder Konsument in eine Art virtuelle Info- und Shopping Mall mit einer Vielzahl an Gesundheitsthemen und -leistungen“, erläutert Franziska Bayer die Idee und Funktionsweise von Gesundheitsplattformen. Durch Plattformangebote verändern sich die Formen der Kundenansprache und damit auch das Informations- und Entscheidungsverhalten von Patienten bzw. Konsumenten.

„Es ist absehbar, dass künftig nicht nur Online-Apotheken und stationäre Apotheken um die Aufmerksamkeit und Nachfrage von Patienten und Konsumenten ringen werden, sondern verstärkt auch die sich gerade formierenden Gesundheitsplattformen. Plattformen werden also zu einem neuen wichtigen Vertriebs- und Kommunikationskanal für Gesundheitsprodukte“, resümiert Franziska Bayer.

SEMPORA Consulting ist eine der führenden Top Management Beratungen zur Verwirklichung strategischer Ziele am Markt. Seit Anfang 2002 ist SEMPORA mit Fokus auf Strategie, Marketing und Vertrieb für seine Klienten national und international tätig. Schwerpunktsektor sind die Healthcare-Märkte, wobei SEMPORA sowohl Hersteller als auch den Handel berät. Die Mehrheit der Kunden von multinationalen Konzernen bis hin zum Mittelstand begleitet SEMPORA über einen längeren Zeitraum bei der Konzeption und Umsetzung ihrer ambitionierten Wachstumsziele. Zusätzlich berät SEMPORA Consulting mit seinem Transaction Services Team bei Investmententscheidungen. Commercial Due Diligence, Markt- und Unternehmensanalysen sowie die Unterstützung bei der strategischen Ausrichtung der Marktbearbeitung nach einem Firmenkauf gehören zum Leistungsspektrum von SEMPORA Consulting.

**Kontakt:**

SEMPORA Consulting GmbH  
Siemensstraße 27  
61352 Bad Homburg

|                                 |  |                     |
|---------------------------------|--|---------------------|
| Thomas Golly, Managing Partner: | <a href="mailto:t.golly@sempora.com">t.golly@sempora.com</a> | +49 (6172) 45349 20 |
| Franziska Bayer, Principal:     | <a href="mailto:f.bayer@sempora.com">f.bayer@sempora.com</a> | +49 (6172) 45349 50 |

[www.sempora.com](http://www.sempora.com)

Abbildung

| Struktur Online-Apotheken Deutschland 2022 – Top 16 |                                    |      |  |   |       |                            |   |
|---|------------------------------------|------|--|---|-------|----------------------------|---|
| Gruppe  | Versandapotheke                    | Rang | Umsatz Deutschland 2021<br>(OTC + Rx, Mio. €) <sup>1</sup> | Umsatz-<br>dynamik<br>(2021 v. 2020) <sup>1</sup> | Sitz  | Amazon<br>Market-<br>place |   |
| Zur Rose group                                      | DocMorris                          | 2    | 510  | 1.090<br>Mio. €                                   | ↻     | NL                         | - |
|   | Medpex                             | 3    | 280  |   | ↻     | DE                         | ✓ |
|   | Apotal                             | 6    | 170  |   | ↻     | DE                         | ✓ |
|   | Eurapon                            | 7    | 110  |   | ↑     | DE                         | ✓ |
|   | Zur Rose                           | 14   | 30   |   | ↓     | DE                         | - |
| Shop-Apotheke                                       | Shop-Apotheke                      | 1    | 700  | ↻   | NL    | -                          |   |
| Medikamente-per-Klick group                         | Medikamente-per-Klick <sup>4</sup> | 4    | 190  | ↻   | DE    | ✓                          |   |
| Apo.com group                                       | Apo-Discounter <sup>5</sup>        | 5    | 170  | ↻   | DE/NL | ✓                          |   |
| Marcol group  | Aponeo                             | 8    | 90   | 130<br>Mio. €                                     | ↑     | DE                         | ✓ |
|   | Delmed                             | 14   | 30   |   | ↑     | NL                         | - |
|   | Pharneo                            | 16   | 10   |   | ↻     | DE                         | - |
| Sanicare group                                      | Sanicare <sup>6</sup>              | 9    | 80   | ↻   | DE    | ✓ <sup>2</sup>             |   |
| Douglas   | Disapo                             | 12   | 50   | ↑   | DE/NL | -                          |   |
|   | Volkversand                        | 10   | 60   | ↻   | DE    | ✓                          |   |
|   | MyCare                             | 10   | 60   | ↻   | DE    | ✓                          |   |
|   | Besamex                            | 13   | 40   | ↻   | DE    | ✓                          |   |

© 2022 by SEMPORA Consulting GmbH. All rights reserved. Proprietary and confidential. <sup>4</sup> inkl. Mediherz <sup>5</sup> Inkl. Juvalis.de, apolux.de, versandapo.de, apotheke.de, DeutscherInternetApotheke.de <sup>6</sup> inkl. Homöopathiefuchs <sup>1</sup> Basis: SEMPORA Marktmodellierung und Projekthintergrund; Endkundenumsatz Deutschland (o. MwSt.) <sup>2</sup> Via Homöopathiefuchs