

PRESSEINFORMATION

SEMPORA Apothekenmarktstudie 2020 – Highlights Apothekenversandhandel

DocMorris und Shop Apotheke beim Endkonsumenten gesetzt

Bad Homburg, 6. Mai 2020

Versandapotheken unterschiedlicher Größe und Gesellschafterstrukturen sind inzwischen ein fester Bestandteil der deutschen Apothekenlandschaft. Doch wie nehmen die Verbraucher sie wahr? Wie bewerten die Industrie und die Apotheke den Versandhandelsmarkt?

SEMPORA Consulting hat im Zeitraum Februar bis März 2020 erneut die entscheidenden Akteure auf dem Apothekenmarkt u.a. zu Versandapotheken befragt. Die Befragung wurde vor der Coronakrise abgeschlossen. Dabei wurden die Meinungen und Einschätzungen von 40 Entscheidern herstellender Pharmaunternehmen, 135 Apothekern sowie von 1.164 Konsumenten eingeholt.

Der Apothekenversandhandel gewinnt weiter an Bedeutung

85% der Befragten Hersteller und 78% der Befragten Apotheker sind der Meinung, dass der Apothekenversandhandel weiter an Bedeutung gewinnen wird. Aus Sicht der Befragten werden die Versandapotheken sowohl im OTC-Markt als auch bei rezeptpflichtigen Produkten ihren Marktanteil ausbauen. „Das E-Rezept und auch Versandhandels-Neukunden, die im März durch die Coronakrise dazugewonnen wurden, werden zusätzliche Wachstumsimpulse für den Versandhandel generieren“, ergänzt Tobias Brodtkorb Managing Partner von SEMPORA Consulting. Sowohl Hersteller als auch Apotheker gehen von einer weiteren Konsolidierung der Versandhandelsplayer aus.

Der Verbraucher ist hochzufrieden mit dem Versandhandel

Die Befragten bewerten ihren Einkauf bei einer Versandapotheke mit durchschnittlich 4,17 von maximal 5,0 Sternen (Abb.1). Damit liegt der Versandhandel leicht vor der stationären Apotheke, die eine durchschnittliche Bewertung von 4,0 erreicht. 67% der Endkonsumenten haben in den letzten 12 Monaten eine Bestellung (Rx oder freiverkäufliche Produkte) bei einer Versandapotheke getätigt. Dabei ist auffällig, dass der Konsument je nach Bedarf sowohl die Versandapotheke als auch die stationäre Apotheke nutzt – dies bestätigen 52% der Konsumenten. 25% der Befragten lassen sich in der Apotheken vor Ort beraten und kaufen dann im Versandhandel ein. „Hersteller müssen die Verfügbarkeit und Sichtbarkeit ihrer Marken über alle Apothekenkanäle sicherstellen – nur so erreicht man heute erfolgreich den Endkunden“, resümiert Tobias Brodtkorb.

DocMorris bekannteste Versandapotheke – Shop Apotheke holt in großen Schritten auf

Den höchsten gestützten Bekanntheitsgrad unter den Versendern weist DocMorris auf (Abb.2). 68% der Befragten gaben an, diesen Player zu kennen. Dahinter folgen die Shop Apotheke (47%)

mit einem deutlichen Zuwachs gegenüber dem Vorjahr sowie Sanicare (33%). Bei der Anzahl der getätigten Medikamentenkäufe innerhalb der letzten 12 Monate zeichnet sich ein ähnliches Bild ab. So gaben 33% der Befragten an, mindestens 1 Medikament (Rx oder OTC) innerhalb der letzten 12 Monate über DocMorris bestellt zu haben. Auf den weiteren Plätzen folgen die Shop Apotheke (29%) und Apotal (15%).

Leistungsfähigkeit: Hersteller setzen Shop Apotheke auf Platz 1

Der Großteil der befragten Hersteller betrachtet die Zusammenarbeit mit dem Versandhandel positiv. So gaben 73% der Hersteller an, mit der Zusammenarbeit zufrieden oder gar sehr zufrieden zu sein. Bei der Beurteilung ihrer Gesamtleistung durch die Hersteller schneiden die Shop Apotheke sowie medpex mit einer Schulnote von 2,0 am besten ab (Abb.3). Dahinter folgen Medikamente-per-Klick mit einer Note von 2,1 sowie Apotal mit einer Bewertung von 2,4.

„Die Zur Rose Gruppe und Shop Apotheke setzen sich zunehmenden von den anderen Versendern ab. Für Hersteller bedeutet dies die zukünftige Zusammenarbeit mit den Top-10 Versandapotheken zu überprüfen“, folgert Tobias Brodtkorb.

Der Autor dieses Artikels, **Arnt Tobias Brodtkorb**, ist geschäftsführender Gesellschafter der SEMPORA Consulting GmbH. Sein Beratungsfokus liegt im Bereich Healthcare und Handel sowie FMCG.

Die vollständige Studie kann ab sofort für eine Schutzgebühr von € 1.250,- von SEMPORA Consulting, Bad Homburg, bezogen werden (www.sempora.com). Für die Presse sind weitere ausgesuchte Ergebnisse der Studie kostenlos erhältlich.

Kontakt:

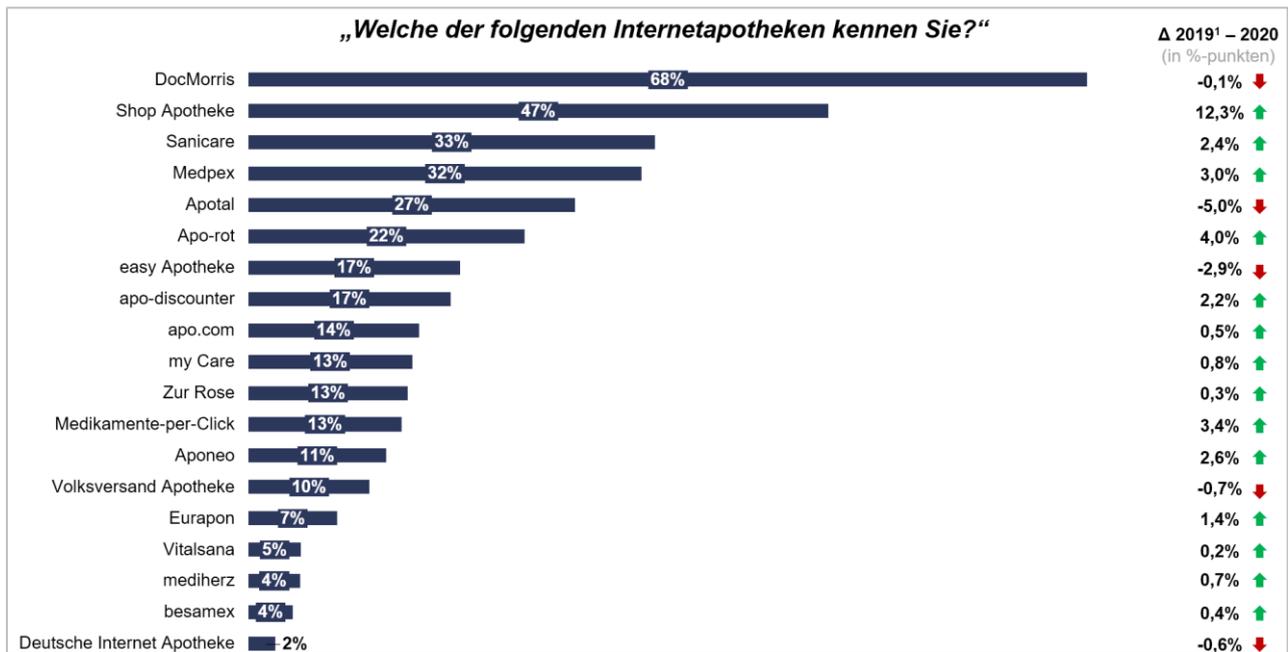
SEMPORA Consulting GmbH	Siemensstr.27	t.brodtkorb@sempora.com
Arnt Tobias Brodtkorb	61352 Bad Homburg	www.sempora.com
Managing Partner	Tel.: 06172 / 45349-30	Fax: 06172 / 45349-49

Abbildung 1: Bewertung der Einkäufe in stationären Apotheken und Internetapotheken



Basis: 1.058 Konsumenten mit einem Kauf in einer niedergelassenen Apotheke sowie 1.164 Konsumenten mit einem Kauf in einer Versandapotheke innerhalb der letzten 12 Monaten

Abbildung 2: Gestützte Markenbekanntheit der Versandapotheken bei Konsumenten



Basis: 1.164 Konsumenten (gestützte Befragung); 10% der Befragten gaben an keine Versandapotheke zu kennen

1 Quelle: Basierend auf 16. SEMPORA Apothekenmarktstudie 2019

Abbildung 3: Leistungsbewertung Versandhandel durch die Industrie

„Bitte bewerten Sie die Gesamtleistung der folgenden Versandapotheken anhand von Schulnoten“:

	2019		2020	
Shop-apotheke.com	2,0	→	2,0	
Medpex.de	1,9	↓	2,0	
Medikamente-per-klick.de	2,3	↑	2,1	
apotal.de	2,1	↓	2,4	
docmorris.de	2,3	↓	2,6	
apodiscouter.de	2,9	↑	2,8	
sanicare.de	3,1	↑	2,8	
easyapotheke.de	3,1	↑	2,9	
besamex.de	2,6	↓	2,9	
eurapon.de	2,9	↓	3,0	∅ 2,9 (2019 ¹)
mycare.de	3,1	↑	3,0	∅ 2,9 (2020)
aponeo.de	3,0	↓	3,1	
apo-rot.de	2,6	↓	3,2	
volksversand.de	2,9	↓	3,2	
apo.com	3,2	↓	3,4	
zurrose.de	3,0	↓	3,5	
mediherz-shop.de	3,5	→	3,5	
deutscheinternetapotheke.de	3,5	↓	3,6	
vitalsana.eu	3,9	→	3,9	

Basis: 37 Hersteller (Ranking basierend auf durchschnittlicher Schulnote pro Hersteller)

1 Quelle: Basierend auf 16. SEMPORA Apothekenmarktstudie 2019