

## PRESSEMITTEILUNG

Bad Homburg, 09. März 2022

### **SEMPORA Apothekenmarktstudie 2022: Konsolidierungsprozesse, Veränderungen durch Digitalisierung und eCommerce**

Der deutsche Pharmamarkt ist weiterhin durch eine erhebliche Dynamik gekennzeichnet: Hersteller, Marken, Versandhändler und stationäre Apotheken durchlaufen Konsolidierungsprozesse, die Auswirkungen der Corona-Krise sind nachhaltig und die fortschreitende Digitalisierung, sowie geplante Einführung des e-Rezepts prägen den gegenwärtigen Markt.

Wie bewerten Hersteller und Apotheker vor diesem Hintergrund die aktuelle Situation? Was erwarten sie für die Zukunft? Und nicht zuletzt: Wie nehmen die Apothekenkunden den Markt wahr?

#### **Markt konsolidiert sich weiter – eCommerce als Wachstumsmotor**

Die erst kürzlich bekanntgewordene Übernahme der niederländischen Versandapotheke Disapo durch Douglas reiht sich ein in die Vielzahl von Akquisitionen und Übernahmen im Markt der Online-Apotheken. Für die Zukunft erwarten Hersteller und Apotheken gleichermaßen eine weitere Konsolidierung sowie steigende Bedeutung des Apothekenversandhandels. 81% der Apotheker gehen außerdem davon aus, dass der deutsche Markt für neue nationale und internationale Versandhändler interessant sein wird. Neben traditionellen Apothekenversandhändlern durchdringt auch Amazon immer weiter den Markt: „Bereits die Hälfte der Verbraucher können sich vorstellen, rezeptfreie Medikamente auf Amazon zu bestellen und 44% würden Amazon gegenüber anderen Versandapotheken vorziehen. Dieser enorme Zuspruch zeigt wie wichtig es ist, dass sich Hersteller zügig Gedanken machen, wie ihre eigene Amazon-Strategie aussieht“, rät Ulrich Zander, Managing Partner.

#### **Plattformen, E-Rezept und Telemedizin: Treiber der Digitalisierung**

Die Digitalisierung bringt Dynamik in den Apothekenmarkt: 81% der Apotheker und 92% der Hersteller sind der Meinung, dass Corona die Digitalisierung im Apothekenmarkt beschleunigen wird. 91% der Hersteller setzen zunehmend auf digitale Konzepte in der Vermarktung.

In diesem Zuge kämpfen unterschiedliche Plattformen um den Spitzenplatz im Apothekenmarkt. Aus Sicht der Hersteller und Apotheken werden DocMorris, Gesund.de, und der Shop Apotheke Marktplatz in Zukunft die höchste Bedeutung unter den Plattformen haben.

„Rund die Hälfte der befragten Verbraucher kennt keine digitalen Apothekenplattformen. Wer sich in Zukunft einen Spitzenplatz erkämpfen will, sollte dringend in die Bekanntheit beim Konsumenten und Patienten investieren“, so Thomas Golly, Managing Partner.

In Bezug auf das e-Rezept sind sich Hersteller und Apotheker einig, dass die Einführung die stationäre Apothekenlandschaft nachhaltig verändern und gleichzeitig zu einer Umsatzsteigerung der Versandhändler führen wird. Über die Hälfte der Konsumenten können sich eine e-Rezept Einlösung vorstellen, jedoch fühlen sich 64% noch nicht ausreichend informiert. 70% der Apotheken sagen, dass sie gut auf die Einführung des E-Rezeptes vorbereitet sind.

Fernbetreuung in Zeiten von Corona: 84% der Apotheken und Hersteller sind der Meinung, dass die Corona-Pandemie zu einer Beschleunigung der Telemedizin führte. Während aktuell nur 17% der Verbraucher digitale Arztbesuche in Anspruch nehmen, könnten sich künftig bereits 41% diesen Zugang neben einem regulären Praxisbesuch vorstellen. Gleichzeitig geben jedoch 60% an, dass sie sich in diesem Bereich noch nicht gut genug auszukennen.

### **Die stationäre Apotheke: Zwischen Apothekenschließung und digitalem Wandel**

So gehen die Befragten auf der einen Seite von einem weiteren Apothekensterben aus: Apotheker erwarten einen Rückgang um ca. 2.700 Apotheken und Hersteller sogar von ca. 3.100 Apotheken bis zum Jahr 2027. 34% der Apotheker planen außerdem einen Verkauf bzw. sind bereit, entsprechende Möglichkeiten zu prüfen. Das größte Risiko sehen Apotheken im Einstieg von Amazon in den Medikamentenversand.

Auf der anderen Seite sehen 64% der stationären Apotheker die steigende Digitalisierung als große Chance. 95% der Befragten meinen, dass digitale Maßnahmen notwendig sind, um zukunftsfähig zu bleiben. Gleichzeitig wünschen sich Apotheker zum Thema Digitalisierung mehr Unterstützung und fast zwei Drittel (62%) fühlen sich aktuell in diesem Aspekt noch überfordert. Eine weitere Auswirkung der Corona-Pandemie spiegelt sich in der diesjährigen Bewertung der Zusammenarbeit mit dem Außendienst wider: Die Betreuung durch OTC-Pharmahersteller wird bei fast allen schlechter bewertet als noch im Vorjahr.

„Gerade OTC-Player, die bis zum Ausbruch der Pandemie noch gänzlich auf den analogen Vertrieb gesetzt hatten, traf die Krise besonders hart. Besonders deutlich hat die Corona-Pandemie doch gezeigt, dass sie ein Katalysator für Veränderungen ist. Der Außendienst der Zukunft wird neben dem persönlichen Kontakt zunehmend digitale Vertriebsstrategien und Tools einbinden müssen. Folglich bedarf es jetzt und auch künftig eines guten Mix aus analogen und digitalen Maßnahmen im Vertrieb, um langfristig konkurrenzfähig zu sein“, resümieren Franziska Bayer und Max Erkrath, beide Principal bei SEMPORA.

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.

Die vollständige Studie kann zum Preis € 1.900,- von SEMPORA Consulting, Bad Homburg, bezogen werden ([www.sempora.com](http://www.sempora.com)). Für die Presse sind weitere ausgesuchte Ergebnisse der Studie erhältlich.

**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
Ulrich Zander, Managing Partner:	<a href="mailto:u.zander@sempora.com">u.zander@sempora.com</a>	+49 (6172) 45349 50

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

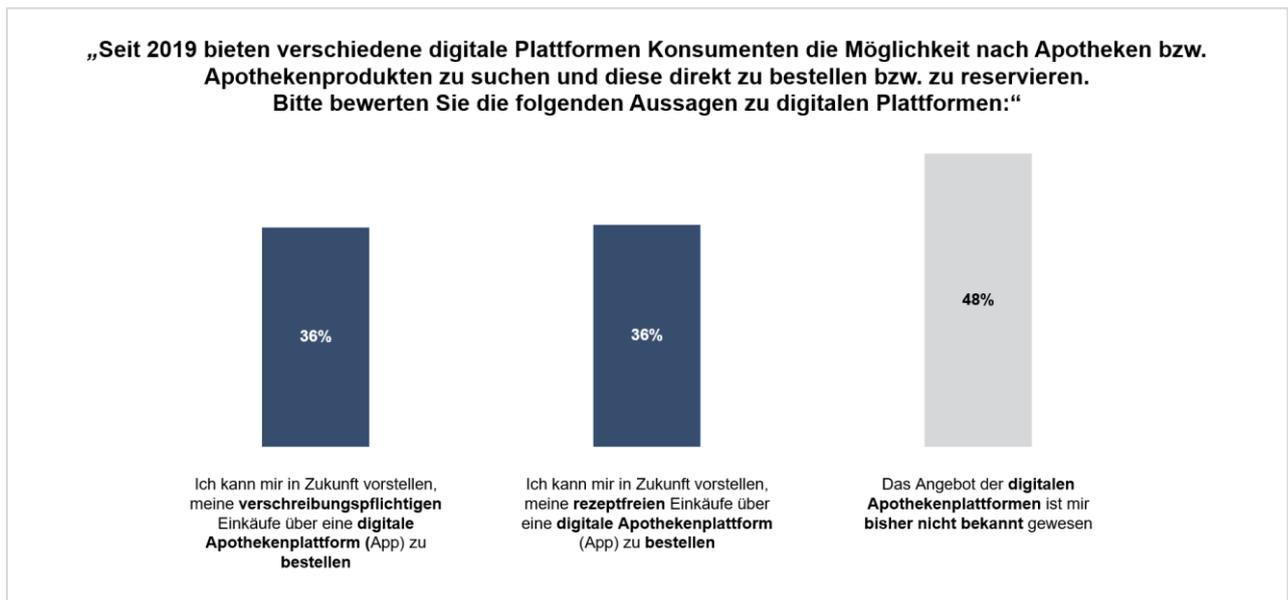
**Abbildung 1: Aktuelle Entwicklungen im Apothekenmarkt**



Basis: 84 Apotheken; 54 Hersteller

Quelle: SEMPORA Apothekenmarktstudie 2022

**Abbildung 2: Digitale Apothekenplattformen**



Basis: 1.085 Konsumenten (Mehrfachauswahl möglich)

Quelle: SEMPORA Apothekenmarktstudie 2022

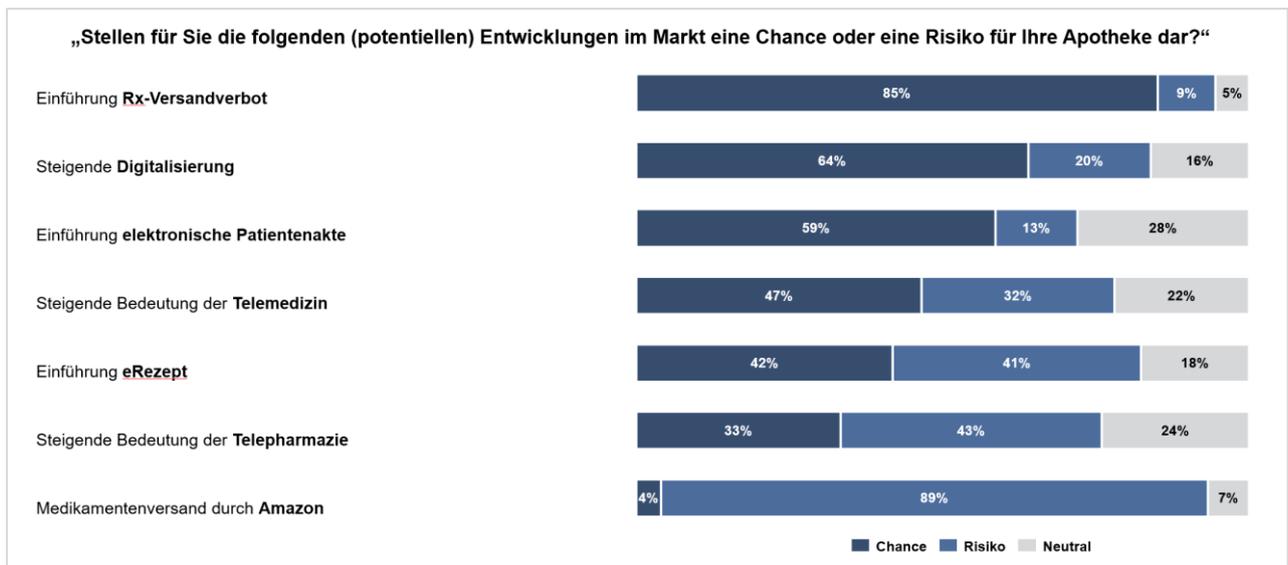
**Abbildung 3: eRezept & Telemedizin aus Verbrauchersicht**



Basis: 1.085 Konsumenten

Quelle: SEMPORA Apothekenmarktstudie 2022

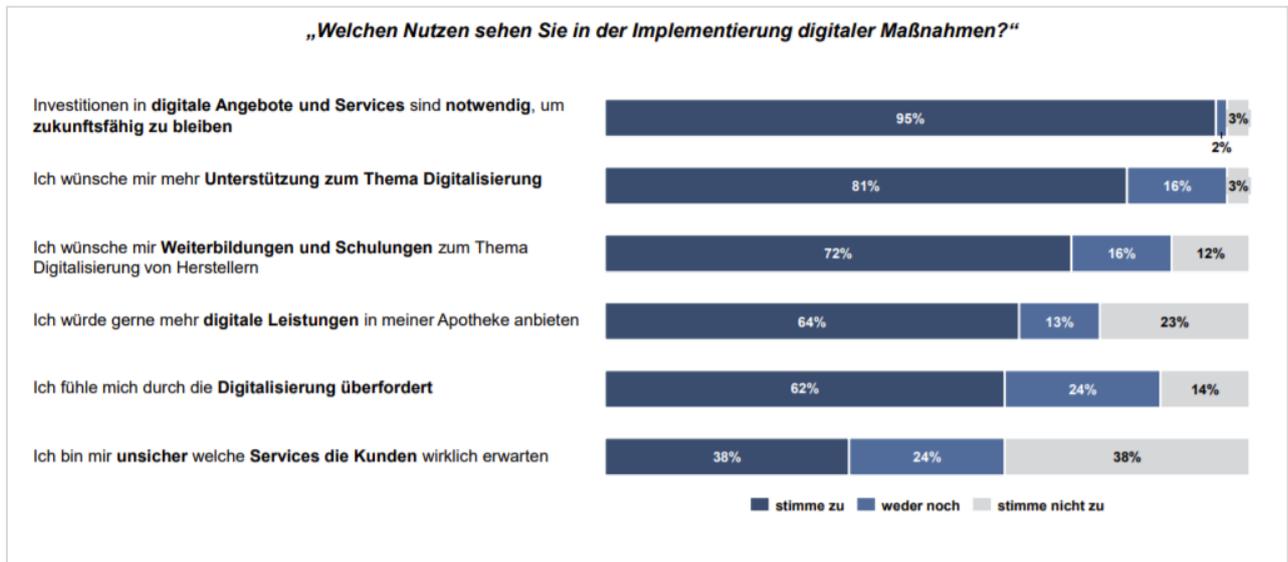
**Abbildung 4: Chancen und Risiken für die stationäre Apotheke**



Basis: 84 Apotheken

Quelle: SEMPORA Apothekenmarktstudie 2022

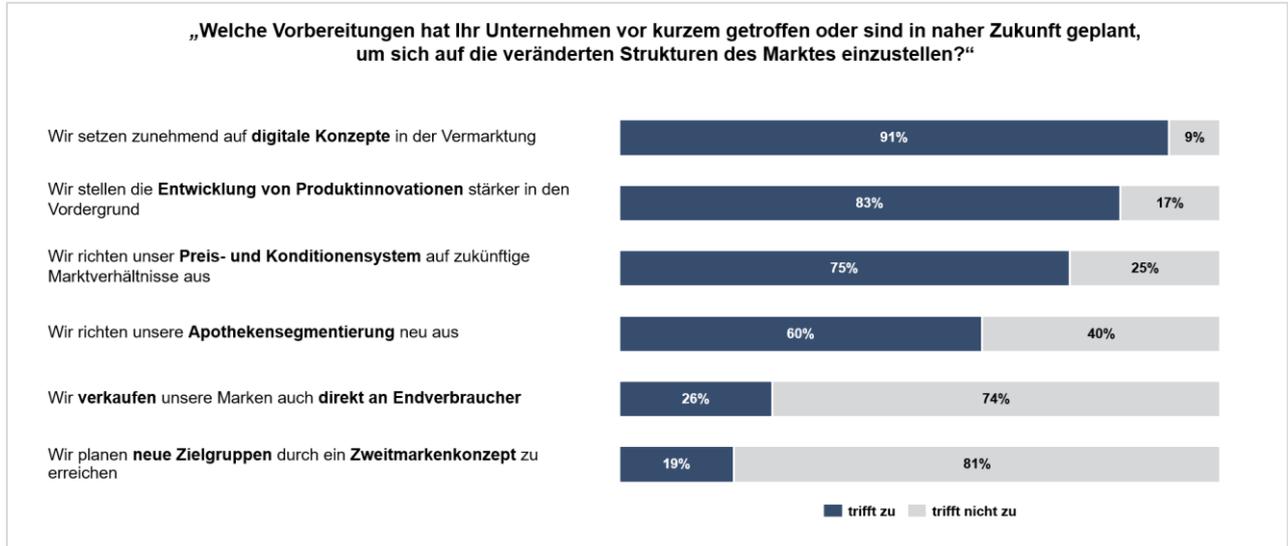
**Abbildung 5: Digitalisierung in der stationären Apotheke**



Basis: 84 Apotheken

Quelle: SEMPORA Apothekenmarktstudie 2022

**Abbildung 6: Zukünftige Schwerpunkte der OTC-Hersteller**



Basis: 54 Hersteller

Quelle: SEMPORA Apothekenmarktstudie 2022