



#Zielgruppe #Versandapotheken #B2C

Unser Zielgruppen-Check: So ticken die Kunden von Versandapotheken

Laut Statista setzten deutsche Apotheken im Jahr 2021 bundesweit rund 59,9 Milliarden Euro um. Das Statistische Bundesamt teilte mit, dass Apotheken im Jahr 2021 real (preisbereinigt) 7,8 Prozent mehr umsetzten als im Vorjahr. Damit war 2021 das umsatzstärkste Jahr der Apotheken seit Beginn der Zeitreihe 1994.

Davon haben die zehn größten Online-Apotheken 2021 in Deutschland rund 2,2 Milliarden Euro Umsatz erwirtschaftet. Das geht aus einer aktuellen Auswertung der Datenbank EcommerceDB von Statista hervor. Diese hat den in Deutschland erwirtschafteten Umsatz der großen Versandapotheken im Jahr 2021 aufgelistet: Doc Morris liegt mit 783,3 Millionen Euro auf Platz 1, Shop Apotheke folgt auf Platz 2 mit 517,9 Millionen Euro. Es folgen Medpex mit 216,9 Millionen Euro, Medikamente-per-Klick mit 180 Millionen Euro, Apodiscouter mit 132,2 Millionen Euro, Eurapon mit 87,9 Millionen Euro, Aponeo mit 86,9 Millionen Euro, Apotal mit 59,6 Millionen Euro, Mycare mit 50,7 Millionen Euro und Sanicare mit 43,5 Millionen Euro.

39 % verfügen über ein hohes Einkommen

59 % der Kunden von Versandapotheken sind zwischen 40 und 64 Jahre alt, wobei 36 % zwischen 50 und 64 Jahre alt sind. Das ist nicht überraschend, da die Frequenz des Apothekenkaufs mit dem Alter kontinuierlich steigt. Interessanter ist da schon, dass der Anteil Männer und Frauen mittlerweile sehr ausgeglichen ist: 55 % Frauen, 45 % Männer. Bisher galt die Frau grundsätzlich als Gesundheitsmanagerin der Familie, so scheinen sich die Männer auch immer mehr für das Thema zu interessieren.

25 % der Käufer bei Versandapotheken haben einen Universitätsabschluss und 39 % verfügen nach eigenen Angaben über ein hohes Einkommen. 62 % leben in einem Pärchen-Haushalt bzw. mit Kindern überdurchschnittlich häufig in Großstädten zusammen. 7 % der Kunden zählen sich zu der LGBTQ+ Community.

Apothekenkunden kochen und reisen überdurchschnittlich gerne

Angeführt wird die Liste der Top 10 Interessen von Film & TV, Food & Dining und dem großen Thema Reisen. Direkt danach schließen sich Gesundheit & Fitness, Wohnen & Garten, Sport, Finanzen & Wirtschaft, Technik und Ausbildung & Karriere an.

Überdurchschnittlich häufig genannte Freizeitaktivitäten und Hobbies der Apothekenkunden sind neben dem Socializing vor allem Kochen & Backen, Outdoor Aktivitäten und Reisen, aber auch Lesen, Gärtnern, Haustiere, Computer und DIY.

Bei den Sportaktivitäten dominiert das Wandern mit 46 % deutlich vor 36 % Fitness, 33 % Schwimmen/Tauchen, 31 % Fahrradfahren und 19 % Yoga/Pilates.

Team Beilagenmarketing

beilagenmarketing@dialoghaus.com

T 040 / 468858-24

W dialoghaus-beilagenmarketing.de

Weitere
Informationen

Dialoghaus
Beratungsgesellschaft für
Dialogkommunikation mbH
info@dialoghaus.com
www.dialoghaus.com

Büro Hamburg
Borsteler Chaussee 111
22453 Hamburg
T 0 40 /46 88 58-0
F 0 40 /46 88 58-25

Büro Düsseldorf
Hardt 22
40764 Langenfeld
T 0 21 73 /84 83-0
F 0 21 73 /84 83-2 22



Online-Apothekenkunden sind innovativ

Die Kunden von Versandapotheken sind technisch versiert und sehr vertraut mit dem Internet. 12 % beschreiben sich als Early Adopters bei neuen Produkten, 31 % geben an, über Smart Speaker das Internet zu betreten. 35 % könnten sich sogar vorstellen, ihre Versicherungen ausschließlich online zu managen.

Als besonders wichtige Themen für Deutschland beschreiben die Apothekenkunden die Inflation und steigende Lebenshaltungskosten, Gesundheit und Sicherheit, Klimapolitik und Einwanderung.

Quellen

- + Studie Consumer & Brands | Target Group: Online Pharmacy shoppers in Germany von Statista im Oktober 2022
- + Pharmazeutische Zeitung 30.09.2022

So erreichen Sie die spannende Zielgruppe der Online-Apotheken Kunden ganz gezielt:

Anzeigen und Beilagen in Apothekenmagazinen

Auch die Verlagswelt widmet sich mit themen- und zielgruppenspezifischen Titeln dem Apothekenkunden. Es finden sich dort reichweitenstarke Titel für Senioren, Schwangere und Familien, Menschen mit speziellem Krankheitsbild und sogar für Kinder. Die Magazine liefern hochwertigen Content, modern gestaltet und in hoher Druckqualität. Meist liegen sie bei den stationären Apotheken aus oder werden den Versandpaketen der Online-Apotheken beigelegt.

Paketbeilage und Touchpoint-Sampling

Alle großen Versandapotheken bieten nicht konkurrierenden Unternehmen die Möglichkeit, Paketbeilagen in ihren ausgehenden Warensendungen zu platzieren. Das Potential ist riesig und liegt im mittleren zweitstelligen Millionenbereich. Wer hier seine Zielgruppe findet, kann großartig skalieren. Neben den Paketen ist es auch möglich, zum Beispiel Warenproben an die Kunden der stationären Apotheken ausgeben zu lassen. Ein interessanter Weg für Markenartikler, die vor allem Bestager adressieren.

Postalische Mailings

Auch für ein postalisches Mailing an die Kunden von Versandapotheken stehen Fremdadressen zur Verfügung, die für eine einmalige Nutzung angemietet werden können. Die Auswahl ist klein, aber der Einsatz im Rahmen einer geplanten Mailingkampagne sicher einen Test wert.

Gutscheinheft APO+

Seit 2020 gibt es auch die Möglichkeit das reichweitenstarke Gutscheinheft APO+ mit einer Anzeige zu belegen. APO+ wird über die ausgehenden Pakete der großen Versandapotheken in Deutschland gestreut und erreicht so zweimal jährlich 1 Mio. Apothekenkunden.

Die Mediadaten dazu findest du unter

https://dialoghaus-beilagenmarketing.de/wp-content/uploads/Mediadaten_APO_2023_short.pdf.

Dialoghaus verfügt in der Zielgruppe „Apothekenkunden“ über langjährige Erfahrung. Wir waren 2005 der **erste deutsche Vermarkter von Paketbeilagenplätzen bei Versandapotheken**. Heute bieten wir dir in dieser Zielgruppe alle Kanäle zur Neukundengewinnung. **Am besten vereinbarst du direkt ein Beratungsgespräch.**

Team Beilagenmarketing

beilagenmarketing@dialoghaus.com

T 040 / 468858-24

W dialoghaus-beilagenmarketing.de

Dialoghaus
Beratungsgesellschaft für
Dialogkommunikation mbH
info@dialoghaus.com
www.dialoghaus.com

Büro Hamburg
Borsteler Chaussee 111
22453 Hamburg
T 0 40 /46 88 58-0
F 0 40 /46 88 58-25

Büro Düsseldorf
Hardt 22
40764 Langenfeld
T 0 21 73 /84 83-0
F 0 21 73 /84 83-2 22