



#Zielgruppe # Versandapotheken #B2C

Unser Zielgruppen-Check

So ticken die Kunden von Versandapotheken

Laut Statista erzielten die Apotheken in Deutschland im Jahr 2024 einen Gesamtumsatz von rund 70,4 Milliarden Euro. Damit lagen die Umsätze nominal über denen der Vorjahre. Als umsatzstärkstes Jahr gilt jedoch weiterhin 2021: Nach Angaben des Statistischen Bundesamtes war damals der preisbereinigte Umsatz – begünstigt durch den Corona-Effekt – so hoch wie in keinem anderen Jahr der Zeitreihe.

Davon haben die zehn größten Online-Apotheken 2024 in Deutschland rund 2,8 Milliarden Euro Umsatz erwirtschaftet. Das geht aus einer aktuellen Auswertung der ECDB GmbH von Statista hervor. Diese hat den in Deutschland erwirtschafteten Umsatz der großen Versandapotheken im Jahr 2024 aufgelistet: Shop Apotheke liegt mit 1.302,2 Millionen Euro auf Platz 1, Doc Morris folgt auf Platz 2 mit 758,8 Millionen Euro. Es folgen Medikamente-per-Klick mit 211,2 Millionen Euro, Apodiscounter mit 195,8 Millionen Euro, Medpex mit 109,8 Millionen Euro, Apotal mit 64,3 Millionen Euro, Apolux mit 56,2 Millionen Euro, Aponeo mit 45,7 Millionen Euro, Mycare mit 44,6 Millionen Euro und Apo.com mit 39,5 Millionen Euro.

40 % verfügen über ein hohes Einkommen

Während früher vor allem ältere Altersgruppen im Fokus standen, zeigt sich heute ein breiteres Bild: Mit rund 37 % stellen Millennials die größte Nutzergruppe von Online-Apotheken dar, gefolgt von der Generation X mit etwa 35 %. Auffällig ist zudem das mittlerweile sehr ausgeglichene Geschlechterverhältnis: 54 % der Kundschaft sind Frauen, 46 % Männer. Während Frauen lange als zentrale Gesundheitsmanagerinnen der Familie galten, zeigt sich, dass sich auch Männer zunehmend für Gesundheitsthemen und entsprechende Angebote interessieren. 32 % der Käufer bei Versandapotheken haben einen Universitätsabschluss und 40 % verfügen nach eigenen Angaben über ein hohes Einkommen. 62 % leben in einem Pärchen-Haushalt bzw. mit Kindern überdurchschnittlich häufig in Großstädten zusammen. 6 % 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, Politik, Sport, Wissenschaft & Technik, Kultur- & Zeitgeschichte und Finanzen & Wirtschaft an. Überdurchschnittlich häufig genannte Freizeitaktivitäten der Apothekenkunden sind neben Socializing vor allem Kochen & Backen, Outdoor-Aktivitäten und Reisen. Auch Lesen, Shoppen, Sport & Fitness, Haustiere, Gärtnern sowie Computer & Technik stehen hoch im Kurs. Bei den sportlichen Aktivitäten liegen Wandern (25 %) und Jogging (23 %) vorne, gefolgt von Fitness (21 %), Schwimmen/Tauchen (17 %), Fahrradfahren (17 %) und Yoga/Pilates (11 %).

Online-Apothekenkunden sind innovativ

Kunden von Versandapotheken sind digital versiert und nutzen das Internet selbstbewusst für ihre Einkäufe. 13 % von ihnen sehen sich als Early Adopters, die neue Produkte früh ausprobieren. Fast die Hälfte (42 %) könnte sich vorstellen, ihre Finanzen komplett online zu verwalten. Besonders wichtig sind ihnen in Deutschland Themen wie Inflation und steigende Lebenshaltungskosten, Gesundheit und Sicherheit, bezahlbarer Wohnraum, die wirtschaftliche Lage sowie Klimapolitik.

Quellen

- + Studie Consumer & Brands | Target audience: Online pharmacy shoppers in Germany von Statista im November 2024
- + ECDB GmbH von Statista

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.

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_2026_alle-Branchen.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

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

beilagenmarketing@dialoghaus.com

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

T 040 / 468858-24

Büro Düsseldorf
Bahnhofstraße 39
40764 Langenfeld
T 0 21 73 / 84 83-0
F 0 21 73 / 84 83-2 22

W dialoghaus-beilagenmarketing.de