

# Pressemitteilung

---

## **Großes Potential für Amazon Pharmacy im deutschen Apothekenmarkt**

**Simon-Kucher-Studie zeigt: Der Launch von Amazon Pharmacy hätte große Auswirkungen auf den deutschen Apothekenmarkt, Amazon könnte sogar ein Hauptakteur der Branche werden. Die Kunden haben jedoch auch Vorbehalte gegenüber Amazon als Pharmazie – diese können deutsche Online-Apotheken und Plattformen nutzen, um sich im Markt zu behaupten.**

16. Dezember 2020 – Der deutsche Apothekenmarkt ist ohne Zweifel attraktiv für Amazon Pharmacy. Eine aktuelle Studie<sup>1</sup> der Strategie- und Marketingberatung Simon-Kucher & Partners zeigt: Das Interesse der deutschen Konsumenten an dem potentiellen neuen Anbieter ist groß. 17 Prozent der aktuellen Amazon-Kunden würden im Falle eines Markteintritts auch ihre Medikamente bei Amazon Pharmacy kaufen, was derzeit einer Anzahl von etwa 7.5 Millionen Kunden entspricht<sup>2</sup>. Auch fünf Prozent der Konsumenten, die bisher keine Amazon-Kunden sind, geben an, künftig das Apothekenangebot des Versandhauses nutzen zu wollen.

„Damit hätte Amazon das Potential, auf einen Schlag insgesamt mehr als 8,8 Mio. Kunden zu gewinnen und wäre dadurch unmittelbar die Nr. 2 im deutschen Online-Apothekenmarkt. Betrachtet man die Zahlen der Vorjahre, könnte Amazon somit einen Umsatz von 1,3 Mrd. Euro mit verschreibungsfreien Medikamenten generieren, nach Einführung des eRezepts könnte sich dieser Umsatz durch verschreibungspflichtige Medikamente sogar noch mehr als verdoppeln“, so Dr. Clemens Oberhammer, Partner und Branchenexperte bei Simon-Kucher & Partners.

### **Wettbewerbstreiber ist nicht Preis, sondern konsumentenorientiertes Angebot**

Für die Kunden sind eine zuverlässige und kostenfreie Lieferung sowie die Vorteile eines bereits bestehenden Amazon Prime Kontos die Hauptbeweggründe für einen Kauf. Der Preis als Entscheidungskriterium liegt lediglich auf Rang 4. „Dass der Preis nur eine untergeordnete Rolle bei der Wahl für Amazon Pharmacy spielt, ist besonders im Vergleich mit den weiteren

Ergebnissen der Studie interessant. Denn auf die Frage nach den Hauptkriterien für die Auswahl einer Online-Apotheke wurde der Preis am häufigsten angegeben. Das zeigt umso mehr, wie sehr Amazon durch seine bereits etablierten Prozesse und Standards die Kunden an sich binden kann, und dies sogar ohne dabei mit den günstigsten Preisen zu locken“, so Jan Merkel, Senior Director bei Simon-Kucher & Partners.

### **Kunden haben auch Vorbehalte gegenüber Amazon Pharmacy**

Doch die Kunden sind Amazons Angebot gegenüber auch skeptisch. Dabei fallen vor allem Amazons Marktmacht, die Loyalität zur aktuellen Apotheke und die fehlende Kompetenz Amazons im Bereich Pharmazie ins Gewicht. Auch das Kriterium Datenschutz spielt eine Rolle. Conrad Heider, Partner und Digitalexperte bei Simon-Kucher & Partners, dazu: „Hier können die deutschen Marktteilnehmer sich auf ihre Kernkompetenzen berufen und sich für Amazons Markteintritt wappnen. Die Nähe zum Kunden, die Einhaltung rechtlicher Rahmenbedingungen und Kompetenz der deutschen Apotheker sind dabei wichtige Vorteile. Der Online-Handel mit Medikamenten erlebt gerade jetzt einen massiven Wachstumsschub und die Anbieter müssen sich nun erfolgreich durch ein konsumentenorientiertes Angebot positionieren, um bei einem möglichen Launch von Amazon Pharmacy nicht wichtige Marktanteile zu verlieren.“

<sup>1</sup> **Über die Studie:** Die repräsentative Studie „Auswirkungen von Amazon Pharmacy auf den deutschen Online-Apothekenmarkt“ wurde von Simon-Kucher & Partners im Dezember 2020 durchgeführt. Dabei wurden 1000 Konsumenten in Deutschland befragt. Der Fokus lag dabei auf ihrem Einkaufsverhalten in Online-Apotheken sowie ihrer Bereitschaft, Amazon Pharmacy zu nutzen.

<sup>2</sup> **Quelle:** <https://de.statista.com/infografik/4810/die-amazon-erfolgsformel/>

**Simon-Kucher & Partners, Strategy & Marketing Consultants:** Die Beratungsarbeit von Simon-Kucher & Partners ist ganz auf TopLine Power® ausgerichtet. Laut mehrerer Studien unter deutschen Top-Managern (manager magazin, Wirtschaftswoche, brand eins) ist Simon-Kucher bester Marketing- und Vertriebsberater und führend im Bereich Pricing und Wertsteigerung. Die Unternehmensberatung ist mit über 1.400 Mitarbeitern in 40 Büros weltweit vertreten.

**Für Rückfragen und detaillierte Informationen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung:**

Sabrina Müller (Communications & Marketing)

Tel.: +49 221 36794 128

E-Mail: [sabrina.mueller@simon-kucher.com](mailto:sabrina.mueller@simon-kucher.com)

[www.simon-kucher.com](http://www.simon-kucher.com)