



## ENTWICKLUNG DES APOTHEKENMARKTES

### Apothekendichte – Entwicklung 2012 - 2022

Das Healthcare Marketing hat sich in den letzten Jahren rasant verändert. Nicht nur ist das Gesundheitswesen wesentlich mehr in den Fokus gerückt, sondern auch die Digitalisierung hat in dem Markt zu starken Veränderungen geführt.

Die Entwicklung des Apothekenmarktes ist ein wichtiger Baustein für ein erfolgreiches Healthcare Marketing und unsere Insights zeigen Ihnen wie sich dieser Markt von 2012 - 2022 entwickelt hat.



Bundesweit ist sowohl die absolute Zahl der Apotheken als auch die Zahl pro Einwohner (Apothekendichte) in den letzten 10 Jahren um über 10 % gesunken.

## APOTHEKENENTWICKLUNG 2012 ZU 2022

Zwischen 2012 und 2022 verlor Deutschland knapp **12% seiner Apotheken (ca. 2.500)**



**19.231** | **21.798**  
2022 | 2012

Während in den alten Bundesländern zwischen **10%** und über **15%** der Apotheken verschwanden, verzeichneten die neuen Bundesländer Rückgänge von **2 bis 5%**, nur Thüringen verlor mit **9%** annähernd so viel wie die alten Bundesländer.

Insbesondere im Westen, in Nordrhein-Westfalen und in Rheinland-Pfalz ging die Zahl der Apotheken um mehr als **15%** zurück.



## APOTHEKENDICHTE 2012 ZU 2022

Bundesweit ging die Apothekendichte von **26,8 auf 23 Apotheken je 100.000 Einwohner** zurück.



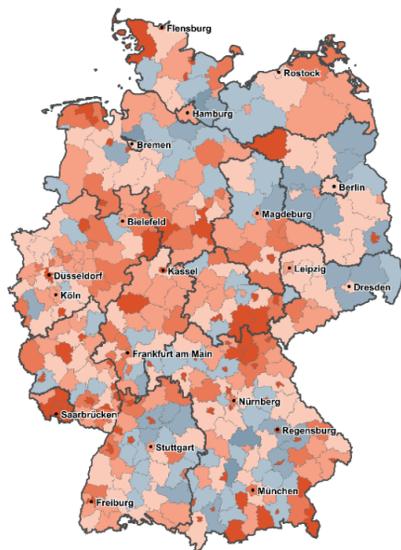
**23** | **26,8**  
2022 | 2012

Auch hier verzeichnen die neuen Bundesländer einen signifikant geringeren Rückgang als die alten Bundesländer, obwohl das Niveau im Jahr 2012 bereits vergleichbar war.

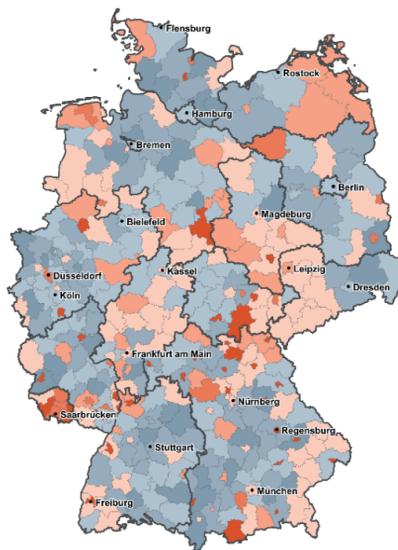
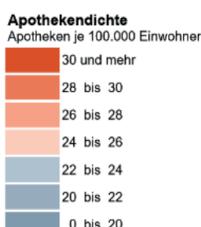
So belegen nach dem Saarland, welches die höchste Apothekendichte in Deutschland besitzt, 4 neue Bundesländer die folgenden Plätze. Schlusslicht ist Berlin, welches auch den größten Rückgang zu verzeichnen hatte.



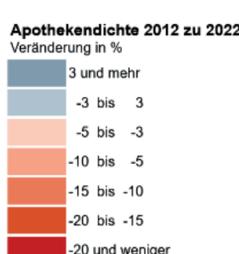
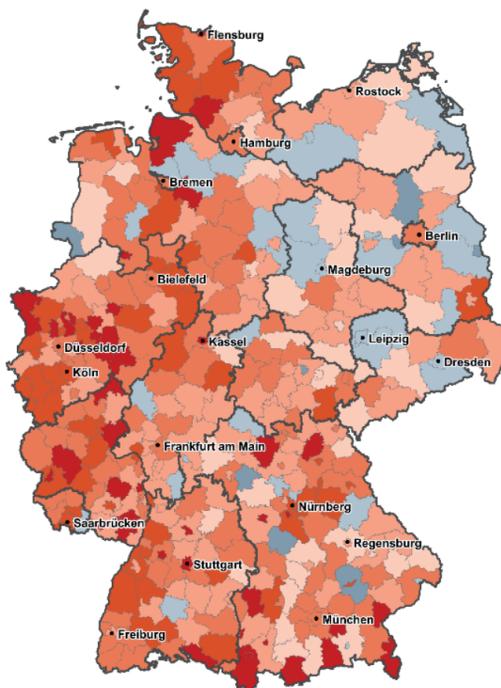
## APOTHEKENDICHTE (LANDKREISE) 2012 UND 2022



2012



2022



© Acxiom Deutschland GmbH  
© GeoBasis-DE / BKG 2022  
© 2006-2022 TomTom

## DIGITALISIERUNG IM GESUNDHEITSMARKT

Der Anteil des Umsatzes im Versandhandel gegenüber stationären Apotheken wächst überproportional. Hinzu kommt, dass viele Menschen sich beim Thema Gesundheit immer mehr über digitale Kanäle informieren. Diese Entwicklungen hin zur Digitalisierung erfordern eben auch digitale Strategien.



## GEOGRAPHISCHE ANALYSEN (GEO TARGETING) SIND DIE VORAUSSETZUNG FÜR DIE RICHTIGEN ENTSCHEIDUNGEN IM HEALTHCARE MARKETING

Die Ausgaben im Gesundheitswesen wachsen und werden zunehmend auf Zielgruppen fokussiert. Gleichzeitig sehen wir die Zahl der regionalen Apotheken sinken. Mit unseren Acxiom Services zum präzisen Zielgruppenmanagement, People-Based-Marketing und Geotargeting unterstützen wir Sie dabei die richtigen Strategien zu entwickeln und sich auf die Zukunft vorzubereiten.