

## **PRESSEMITTEILUNG**

### **apo.com Group schnellst wachsende Online-Apotheken-Gruppe Deutschlands / Ambitionierte Pläne auch für 2023**

*Leipzig, 23.11.2022* – Die apo.com Group ist derzeit die am schnellsten wachsende Online-Apotheken-Gruppe Deutschlands. Während der Online-Apothekenmarkt 2022 in der gegenwärtigen Krise und nach Corona um lediglich 1,4 % wächst, wuchsen die Marken der apo.com Group um über 30 %. Damit konnte die Unternehmensgruppe ihren Marktanteil in diesem Jahr von 7 % auf über 11 % steigern. Der voraussichtliche Umsatz wird für das Gesamtjahr 2022 bei über 260 Millionen Euro liegen.

Dr. Oliver Scheel, Chief Executive Officer: „Das Jahr 2022 werden wir als ein Jahr voller Rekorde erfolgreich abschließen können: Rekordumsatz, Rekordwachstum, Rekordmarktanteile, Rekordanzahl gewonnener Neukunden und versendeter Pakete. Ich freue mich sehr, dass wir uns in einem insgesamt schwierigen Marktumfeld so stark entwickelt haben. Diese Entwicklung wollen wir 2023 fortsetzen und unsere kundenorientierte Strategie unverändert mit Fokus, Leidenschaft und Kostendisziplin fortsetzen. Damit werden wir im Jahr 2023 profitabel werden.“

„Unsere hochmodernen Distributionswerke liefern täglich steigende Paketmengen an unsere Kunden in Deutschland aus – derzeit bis zu 50.000 Stück. Außerdem haben wir uns nach innen und außen professionalisiert und dabei 65 neue Mitarbeiter:innen in 2022 eingestellt“, ergänzt Dr. Oliver Scheel.

Die apo.com Group verfolgt eine Zwei-Marken-Strategie, um sich erfolgreich, krisensicher und nachhaltig aufzustellen. Mit einer TV-Kampagne für die etablierte Marke apodiscounter.de mit Ruth Moschner als Testimonial und einem Mediaetat von 7,2 Mio. Euro wurde 2022 eine Brutto-Reichweite von 700 Millionen Kontaktpunkten erzielt. Damit konnte die Markenbekanntheit deutlich gesteigert werden.

Auch für 2023 verfolgt die apo.com Group ambitionierte Ziele. Vor allem der Relaunch und die damit verbundene Neupositionierung der Marke apo.com sollen dazu beitragen, neue Zielgruppen zu erschließen. Als zweite strategische Säule innerhalb der Markenstrategie wendet sich apo.com besonders an chronisch kranke Patient:innen.

„Mit gezielten digitalen Services wollen wir Menschen dabei unterstützen, ihr Gesundheitsmanagement selbst in die Hand zu nehmen und bestmöglich in ihren Alltag zu integrieren“, sagt Dr. Oliver Scheel. „Damit wollen wir einen Beitrag leisten, die Digitalisierung des Gesundheitswesens im Sinne einer verbesserten Lebensqualität der Patient:innen voranzutreiben.“

Die flächendeckende Einführung des E-Rezepts in Deutschland ist in diesem Jahr hingegen ausgefallen. „Auch wenn wir bei der apo.com Group dennoch auf Erfolgskurs sind, bedaure ich diese Entwicklung sehr. Für 2023 wünsche ich mir, dass sich alle Akteure des Gesundheitswesens dem Fortschritt nicht länger verschließen und sich mit konstruktiven Beiträgen für die Digitalisierung unserer Branche einsetzen“, sagt Dr. Oliver Scheel.

### **Über die apo.com Group**

Die apo.com Group ist ein europaweit agierendes Health-Tech-Unternehmen mit Sitz bei Leipzig, Deutschland. Über zwei hochautomatisierte pharmazeutische Logistikzentren betreibt sie unter anderem die Online-Apotheken apodiscounter.de und apo.com. Um Menschen bei ihrem individuellen Gesundheitsmanagement zu unterstützen, setzt die apo.com Group auf KI-gestützte Logistik-Technik und eine digitale pharmazeutische Beratung.

### **Kontakt**

Nadja Stötzner

Head of Corporate Communications

[n.stoetzner@group-apo.com](mailto:n.stoetzner@group-apo.com)

+49 170 3315818