



Der Gesundheitsmarkt befindet sich im Umbruch und Themen wie Lifestyle, Sportivity oder Prävention gewinnen hierbei zunehmend an Bedeutung. Die Bevölkerung heutiger Wohlstandsgesellschaften misst ihre Lebensqualität verstärkt an der eigenen Gesundheit. Die stetig voranschreitende Digitalisierung sowie neue Technologien scheinen zudem auch endgültig in der Gesundheitsversorgung angekommen zu sein. Somit sind Leistungserbringer, Krankenversicherer und weitere Dienstleister der Branche gefordert, adäquat auf die neuen Anforderungen und Bedürfnisse der Bürger zu reagieren. Neben dieser Entwicklung existiert bereits seit Jahren ein stetig zunehmender Kostendruck innerhalb der Gesundheitsbranche. Diese Bedingungen lassen Innovationen immer bedeutsamer werden, da diese helfen, Kosten zu minimieren oder neue, zusätzliche Erlöse zu generieren. Um zukünftig in der stetig dynamischer werdenden Umwelt der Unternehmen der Gesundheitsversorgung einen Wettbewerbsvorteil erzielen zu können, ist es wichtig, strukturiert und kontinuierlich Innovationen hervorzubringen und damit einhergehend ein kundenfokussiertes Leistungs- und Serviceangebot aufzustellen.

Die Gesundheitsgesellschaft von Morgen wird durch verschiedene grundlegende Prinzipien geprägt sein: Zum einen erleben wir bereits heute ein gesteigertes Gesundheitsbewusstsein bei gleichzeitiger Individualisierung der Medizin bzw. der Gesundheitsversorgung. Stichworte sind hier das individuelle Gesundheitsmanagement oder auch Patienten Empowerment. Der Patient rückt klar in den Fokus und ist fortan weniger Behandlungsgegenstand oder Versicherter als vielmehr Kunde bis hin zum Partner der Leistungserbringer und Kostenträger. Die Individualisierung der Medizin kann in Zukunft zu einer höheren Behandlungsqualität und Kostenreduktion führen, sowie Ausfallrisiken und Forschungsaufwand minimieren. Gleichzeitig nimmt sich die Gesundheitsbranche den Themen der Digitalisierung und Technologisierung an. Gerade diese Trends haben das Potenzial, Prozesse und Leistungen des Gesundheitswesens von Grund auf zu verändern. Zum einen ermöglichen Electronic- und Mobile-Health Konzepte eine verbesserte Kommunikation zwischen Patient und Leistungserbringer, bei gleichzeitiger Verarbeitung umfangreicher Datenmengen. Zum anderen führen Innovationen und technologische Neuerungen zu einer immer präventiveren, präziseren und kostengünstigeren medizinischen Versorgung, was in Zeiten des demographischen Wandels von Vorteil ist. Das Resultat dieser Veränderungen und Trends ist eine Gesundheitswirtschaft, die, ähnlich wie viele andere Industrien, immer vorausschauender und präventiver agieren muss.

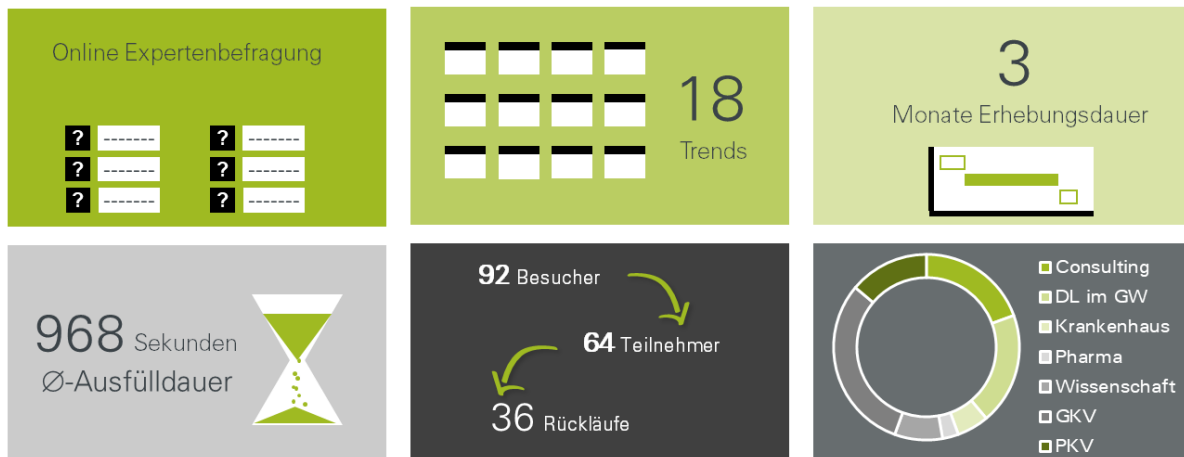


Abbildung 1: Studiensteckbrief

Die auf Innovationsmanagement und Wachstumsthemen ausgerichtete Unternehmensberatung - VEND consulting GmbH - hat aus diesem Anlass heraus einen Trendradar erarbeitet. Dieser trägt der beschriebenen Problematik Rechnung und dient als Orientierungshilfe für eine zukunftsgerichtete Service- und Leistungsentwicklung der Versicherer und Leistungserbringer. Für die Erstellung des Trendradars wurden über 35 ausgewählte Experten der Gesundheitsversorgung zu insgesamt 18 ausgearbeiteten Branchentrends befragt. Der Fokus bei der Trendbewertung durch die Experten lag auf der Einschätzung hinsichtlich

- Attraktivität: Wie attraktiv ist der Trend für die Gesundheitsbranche? Ergeben sich aus dem Trend spannende Marktpotenziale?,
- Relevanz: Wie relevant ist der Trend für die Gesundheitsbranche? Muss die Branche diesen Trend aufgreifen? und
- Bedeutung: Wie stark wird dieser Trend die Gesundheitsbranche verändern?

der jeweiligen Trends. Basierend auf den genannten drei Dimensionen und der zugehörigen Einschätzung der Experten wurde der Trendradar als Visualisierung der Einzelrends dargestellt (siehe Abbildung 2). Er zeigt übersichtlich auf einen Blick, welche Themen eher kurzfristig bzw. langfristig relevant (Nähe zum Ursprung) sind, welche Trends besonders relevant (Farbgebung) und attraktiv (Kreisdurchmesser) sind.

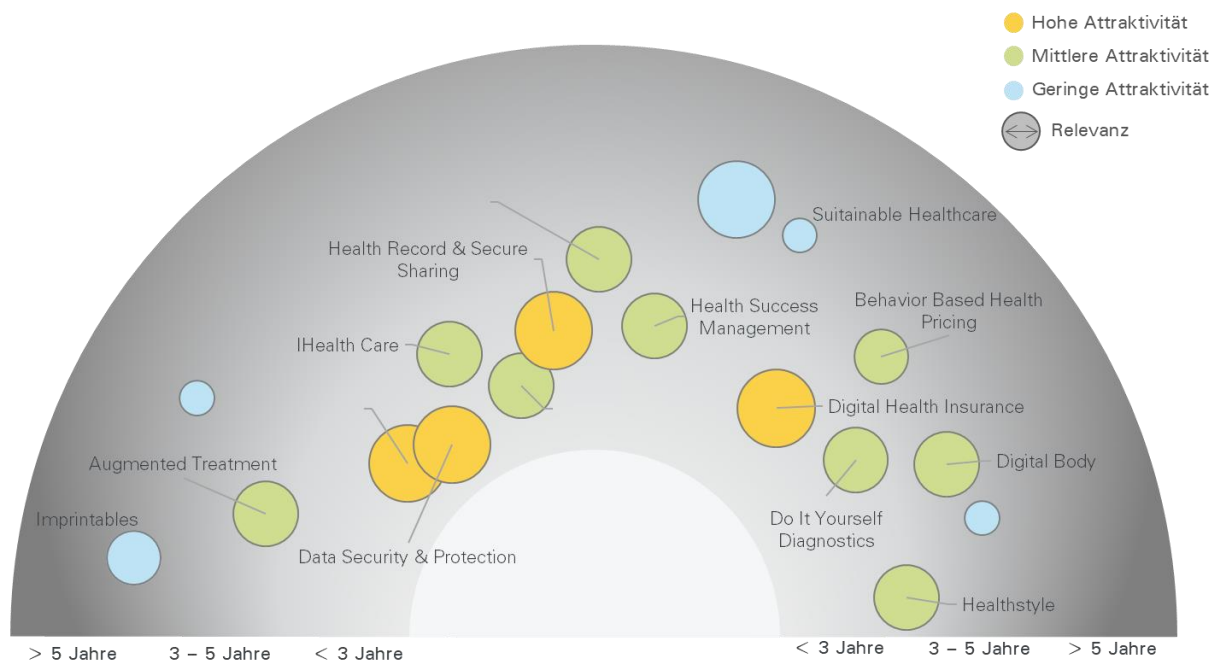


Abbildung 2: Trendradar

Im Weiteren wurden vier Trends ausgewählt, deren Inhalte und Ergebnisse genauer vorgestellt werden.

1. Die Kultivierung des eigenen Körpers und der Wille zur Leistungsbereitschaft und zum Erfolg prägen bereits heute das Gesundheitsverständnis vieler Menschen. Hierbei geht es vor allem um das aktive Management des eigenen Wohlbefindens und der Gesundheit. Diesen Trend nennen wir **Healthstyle**. Er sieht eine bewusste Prävention und gesunde Lebensweise als integralen Teil des persönlichen Lifestyles vor und ist in Form von digitalen Schrittzählern oder empathiefähiger Technologie bereits im Bewusstsein vieler Menschen angekommen. Operative Eingriffe und Behandlungen, ebenso wie präventive Medikamenteneinnahme sollen für eine Verbesserung der Gesundheit und der körperlichen Leistungsfähigkeit sorgen. So können sich beispielsweise auch Beratungsleistungen, zur individuell auf den Patienten angepassten Prävention, in Arztpraxen etablieren. Gamification-Ansätze machen den Healthstyle zudem erlebbar und sorgen für Anerkennung in der Gesellschaft.

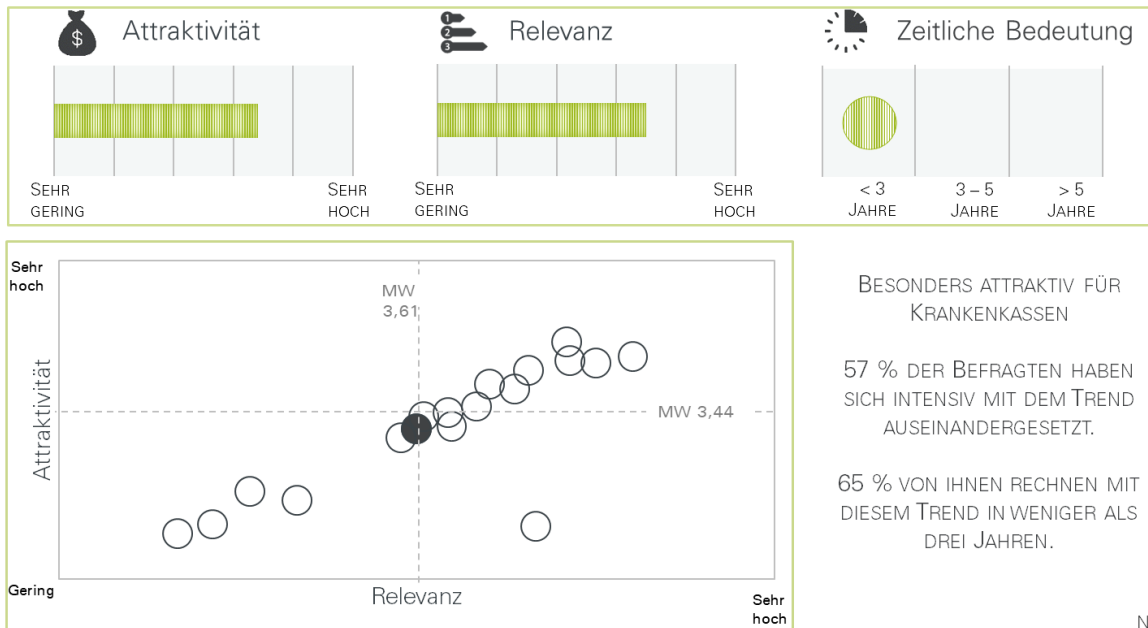


Abbildung 3: Auswertung Trend Healthstyle

In der Auswertung ist ersichtlich, dass die Bedeutung des Trends Healthstyle bereits in innerhalb der kommenden 3 Jahre zunehmen wird. Neben einer allgemein hoch eingeschätzten Relevanz und Attraktivität, ist es ist kaum verwunderlich, dass dieses Thema gerade bei Krankenkassen als überdurchschnittlich attraktiv und relevant bewertet wird. Denn eine Gesellschaft, die bereits früh Krankheiten vorbeugt, ist letztendlich ein wirtschaftlicher Volltreffer für Leistungserbringer und Versorger gleichermaßen. Schon heute unterstützen Krankenkassen diesen Trend, beispielsweise in Form von Bonusprogrammen, die eine gesunde Lebensweise belohnen. Doch an dieser Stelle ist noch ein großes Potenzial vorhanden weitere Services anzubieten und so einen aktiven, sowie kontinuierlichen Austausch mit dem Kunden zu gewährleisten.

2. Ein weiterer, stark durch den Verbraucher getriebener Trend ist **Digital Body**. Das Zusammenspiel aus Vernetzung und stetigem technologischen Fortschritt ermöglicht zukünftig den Anwendern eine völlig transparente, kontinuierliche Aufzeichnung und Bewertung der Vital- und Körperdaten. Die Messung erfolgt beispielsweise durch Wearables oder implantierte Mikrochips. Die Analyse der Vitaldaten erleichtert die Sekundärprävention, indem akute Symptome unmittelbar prognostiziert und sofort therapiert werden können. Es besteht zudem die Möglichkeit zur Vernetzung der Geräte mit einer zentralen Gesundheitsleitstelle oder auch das automatische Absetzen von Notrufen. Daneben besteht auch für den behandelnden Arzt die Möglichkeit, neue (digitale) Therapieformen anzuwenden und die Compliance der Patienten zu erhöhen. In unserer Erhebung erwies sich dieser Trend als besonders attraktiv aus der Sicht Beratungsunternehmen und Krankenkassen. Insgesamt sehen Experten den Trend bezogen auf die Attraktivität und die Relevanz im oberen Mittelfeld und prognostizieren einen Bedeutungszugewinn in 3-5 Jahren.

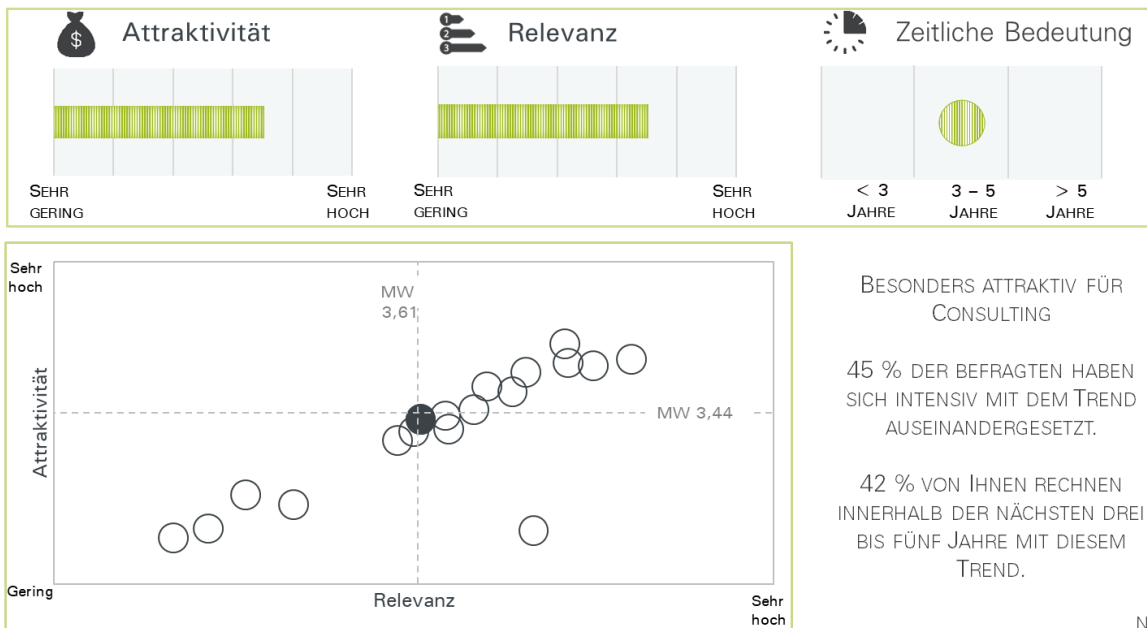


Abbildung 4: Auswertung Trend Digital Body

3. Eng mit dem Thema Digital Body verbunden, ist der Trend **Do-It-Yourself Diagnostics (DIY-Diagnostics)**. Dieser basiert auf der selbstständigen bzw. automatischen Aufzeichnung der eigenen Krankheits- und Gesundheitsdaten durch den Nutzer. Denkbar dabei ist die Anbindung an eine zentrale Datenbank. Zudem können sich Anwender mittels einer App, welche auf die Datenbank zugreift und gewisse Algorithmen hinterlegt hat, Diagnosen erstellen lassen. Damit wandert ein großer Teil der Wertschöpfung von Leistungserbringern zum Kunden. Die heutige Situation um den Ärztemangel und die langen Wartezeiten in Arztpraxen wird somit entschärft.

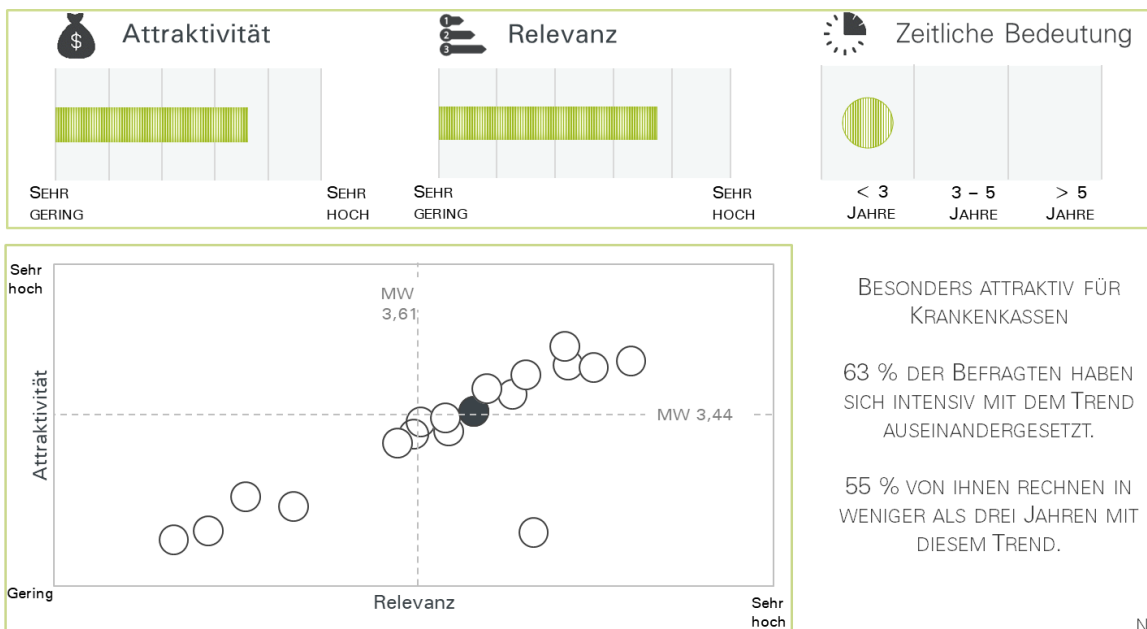


Abbildung 5: Auswertung Trend DIY-Diagnostics

In unserer Befragung erwies sich dieser Trend vor allem für Krankenversicherungen als attraktiv und lag bezogen auf die allgemeine Relevanz und Attraktivität im oberen Mittelfeld. Die Bedeutung wird mit unter drei Jahren durch die Befragten als eher

kurzfristig angesehen. Insbesondere aufgrund des stark wachsenden Marktes im Bereich Selbstdiagnose, derzeit rund 20 % pro Jahr (Gerlin & Kitamura, 2013), der immer länger werdenden Wartezeit für Arzttermine und der sofortigen Verfügbarkeit der Diagnosen birgt DIY-Diagnostics ein hohes Potenzial für die Zukunft mit sich.

4. Eine Verschiebung hin zur Eigenständigkeit des Kunden findet auch durch das **Health Success Management** statt. Die wachsende Individualisierung und Ausdifferenzierung der Gesellschaft ist längst nicht mehr nur eine Frage des Versicherten bzw. des Patienten und wird in Zukunft vermehrt Krankenversicherungen und Leistungserbringer beschäftigen. Durch die Identifikation der persönlichen Gesundheitsziele der Kunden können abgestimmte Services und Leistungen angeboten werden, welche dem Versicherten bzw. Patienten helfen, seine Ziele möglichst effizient zu erreichen. Die Absicht besteht hierbei in einer Intensivierung der Kommunikation der Versicherungen und Versorger mit dem Kunden. Dazu zählt unter anderem das Generieren positiver Kontaktpunkte zum Patienten, um eine partnerschaftliche Beziehung zu ihm aufzubauen und die Kundenbindung zu steigern.

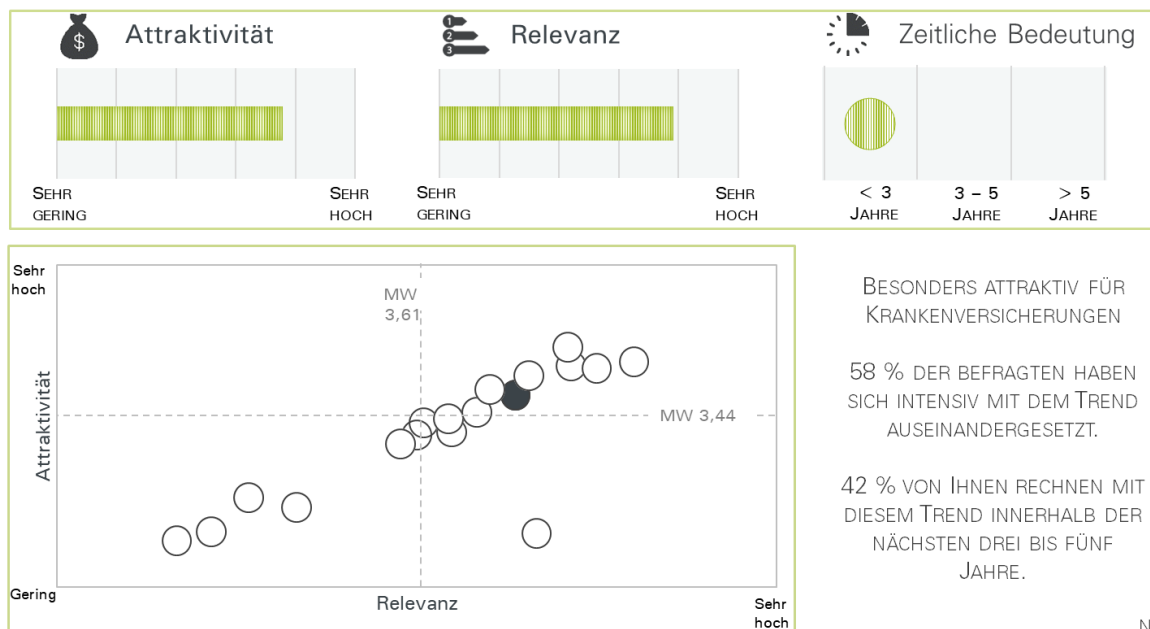


Abbildung 6: Auswertung Trend Health Success Management

Experten sehen diesen Trend als besonders attraktiv und relevant an, gleichzeitig wird sich die Bedeutung des Trends vermutlich bereits in weniger als drei Jahren erhöhen. Während dieser Trend erneut vor allem für Krankenversicherungen interessant ist, fällt auf, wie unattraktiv und irrelevant Krankenkassen dieses Thema bewerten. Dabei sehen wir gerade in diesem Thema ein enormes Potential, für Versicherer ihre „guten“ Kunden durch Health Success Management langfristig an sich zu binden.

Die vier ausgewählten Trendbeispiele zeigen, die Inhalte und die Bewertung sehr schön auf. Jedoch ist auch ersichtlich, dass nicht nur zwischen den Playern der Wertschöpfungskette sondern auch innerhalb einer Stufe die Meinungen auseinander gehen. Daher ist zu empfehlen, dass im Idealfall Trends individuell vorselektiert und von einem ausgewählten Teilnehmerkreis (unternehmensinterne und externe Experten) bewertet werden und sich so ein unternehmensspezifischer Trendradar ergibt. Aus dem

unternehmensspezifischen Trendradar lassen sich die strategischen Suchfelder für neue Services, Produkte und Geschäftsmodelle ableiten und fließen so in die Innovationsstrategie mit ein. Nach der Identifikation der richtigen Suchfelder und unter Abwägung der Stärken und Schwächen des Unternehmens, schließt sich nun der weitere Innovationsmanagementprozess, mit der Generierung, Ausarbeitung und Bewertung von Ideen innerhalb des definierten Suchfeldes, an. Somit kann ein Trendradar die solide Basis für eine zukunftsorientierte Geschäfts- und Leistungsentwicklung bilden.

Bildquellen: Icons made by Freepik and Pixel perfect on flaticon.com

Abschließend möchten wir Sie einladen an unserer dritten Welle der Trendbefragung Gesundheitswesen teilzunehmen. Dabei werden 8 Trends bewertet, was in der Regel weniger als 10 Minuten in Anspruch nimmt. Folgen Sie dazu einfach dem Link:



https://lamapoll.de/trendbewertung_Gesundheitsversorgung_20/de/

Möchten Sie über den im Artikel beschriebenen Trendradar oder über weitere Trends einen tieferen Einblick erhalten, dann sprechen Sie uns doch einfach direkt an!

