

Stefan David, Karsten Neumann, Aleksandar Ruzicic

Zurück in die Zukunft

E-Health – Wachstumsperspektiven auch in der Schweiz

In den vergangenen Jahren spielte das Internet im Gesundheitswesen eine untergeordnete Rolle. Doch dank Web 2.0 ist E-Health wieder im Aufwind und bietet auch in der Schweiz Raum für neue, innovative Projekte. Das Marktpotential ist entsprechend gross, wobei insbesondere krankheitsspezifische E-Health-Modelle Erfolg versprechen.

Nachdem das Internet im Gesundheitswesen seit dem Dotcom-Boom im Jahr 2000 in Vergessenheit geraten zu sein schien, ist es nun von privaten Unternehmen als lukratives Investitions- und Geschäftsfeld wiederentdeckt worden. Auch Staaten haben das Potential von E-Health als kosteneffizientes Instrument zur Bewältigung zukünftiger Herausforderungen im Gesundheitswesen erkannt. So werden grosse Hoffnungen auf den Einsatz von Informations- und Kommunikationstechnologien gesetzt, um den durch die demographische Entwicklung, die Zunahme chronischer Krankheiten sowie den Kostendruck entstandenen neuen Anforderungen gerecht zu werden. Bis 2014 rechnet man für den gesamten E-Health-Markt mit einem konstanten Wachstum von elf Prozent pro Jahr – E-Care / Telemedizin wird mit 19% noch schneller wachsen [1].

E-Health international im Aufwind

In diesem aufstrebenden Markt sind weltweit zahlreiche innovative E-Health-Modelle entstanden. In Europa nimmt Dänemark in Sachen E-Health eine Spitzenposition ein. Dank dem staatlich organisierten elektronischen Gesundheitssystem Medcom senden Ärzte Rezepte per E-Mail direkt an Apotheken. Medcom stellt den elektronischen Datenaustausch zwischen den Teilnehmern im Gesundheitswesen sicher [2]. Über das von der dänischen pharmazeutischen Gesellschaft finanzierte Portal «sundhed.dk» haben Patienten Zugriff auf ihre eigenen Gesundheitsdaten sowie eine direkte Verbindung zum eigenen Arzt.

E-Health ist aber nicht nur auf die westliche Welt beschränkt. Denn E-Health bietet insbesondere auch für Entwicklungsländer Vorteile. Zum Beispiel ermöglichen Mobiltelefone, auf kostengünstige Art und Weise mittellose und oftmals schwer erreichbare Patienten zu behandeln. In Mexiko bietet Medicall Home seinen 4,5 Millionen Kunden zu einem monatlichen Pauschalpreis von 5 Dollar unlimitierte Beratung von Ärzten übers Mobil-

telefon an [3]. Jüngste Beispiele haben gezeigt, dass vermehrt auch Privatinvestoren eine Chance in diesem Geschäft wittern. Nach seinem Abgang als CEO von AOL Time Warner investierte Steve Case im Jahr 2007 über 500 Millionen Dollar in die Gründung des US-Unternehmens Revolutionhealth. Auch André Hoffmann, der Vizepräsident von Roche, hat kürzlich seinen Aktienanteil an MedAssurant, einem führenden medizinischen Informatikanbieter in den USA, um 175 Millionen Dollar erhöht.



Stefan David

Der E-Health-Markt bietet Raum für unterschiedliche Ansätze

Der gesamte E-Health-Markt lässt sich nach Zielkunden und Geschäftsmodellen segmentieren, wie Abbildung 1 veranschaulicht. E-Health Anwendungen können grundsätzlich in vier Geschäftsmodelle unterteilt werden.

- *Inhalt/Information:* Dieses Geschäftsmodell dient der massgeschneiderten und zielgerichteten Information sowie der Datenspeicherung und –aufbereitung, z.B. «eBalance».
- *Vernetzung:* E-Health-Lösungen zur Vernetzung von Gesundheitsmarktteilnehmern zum Austausch von Daten (z.B. E-Rezept oder E-Überweisung), z.B. «Evita-Projekt» in Luzern.
- *Telemedizin/-care:* Telemedizin bezeichnet die Interaktion zwischen einem Patienten/Kunden und einem oder mehrerer Gesundheitsdienstleistern in Verbindung mit einer Gesundheitsdienstleistung, wobei sich die Beteiligten nicht in unmittelbarem physischen Kontakt miteinander befinden.
- *Verkauf:* Informations- bzw. Telekommunikationstechnologie zur Transaktion von Gütern, z.B. «Zur Rose».



Karsten Neumann



Aleksandar Ruzicic

Der Einsatz von Informations- und Kommunikationstechnologie unterstützt das Gesundheitswesen von der Makroebene (Bund), über die regionale Ebene (Vernetzung von Anbietern von Gesundheitsdienstleistungen) bis hin zur Mikroebene (einzelnes Spital, niedergelassener Arzt oder Apotheke). Zu den Kunden von E-Health-Anwendungen zählen Patienten, Anbieter von Gesundheitsdienstleistungen wie Institutionen (z.B. Spitäler) und Individuen (z.B. Ärzte) sowie Krankenkassen oder der Staat. Dabei ist zu bemerken, dass Patienten sowohl direkt als auch indirekt über Partnerschaften angesprochen werden können.

Swisscom und Galenica konsolidieren E-Health in der Schweiz

Auch in der Schweiz existieren bereits zahlreiche Lösungen, welche die meisten Segmente des E-Health-Marktes bedienen. Beispielsweise unterstützt die von der NZZ in Partnerschaft mit Hirslanden und der Gesundheitsförderung Schweiz entwickelte Dienstleistung «eBalance» Kunden durch ein individualisiertes Programm bei der Gewichtsreduktion. Die Nutzer haben Onlinezugriff auf einen Expertenrat, Diätrezepte und ihr Tagebuch. Ein sehr erfolgreiches telemedizinisches Modell ist Medgate, ein privates Informations- und Beratungszentrum für Telekonsultation, Telediagnostik, Teletherapie und Telebiometrie. 2,8 Millionen Patienten haben über Krankenkassen oder Netzwerke Zugang zu Medgate. Ein weiteres Beispiel ist «Zur Rose», eine Versandapotheke, welche portofrei Medikamente an über 200 000 Kunden in der Schweiz verschickt.

Auffallend ist, dass in der Schweiz zwei Anbieter den E-Health-Markt dominieren: Swisscom und Galenica. Beide sind mit unterschiedlichen Angeboten sowohl für Patienten/Konsumenten als auch für Gesundheitsanbieter präsent (Abb. 2).

Die Politik erwartet viel von E-Health

Seit 2007 wird E-Health auch auf Bundes- und Kantonsebene gefördert. E-Health soll ein wesentlicher Bestandteil des Gesundheitswesens werden und der Optimierung der Behandlungsqualität, der Vorsorge sowie der Kosteneffizienz in der Gesundheitsversorgung dienen. Mit der «Strategie eHealth Schweiz» verfolgt der Bund primär das Ziel einer besseren elektronischen Vernetzung aller Akteure im Gesundheitswesen [4]. Kernelemente der Strategie sind die Festlegung Schweizer Standards, der Aufbau eines elektronischen Patientendossiers sowie der Ausbau der Onlinedienste.

Auf Kantonsebene wurden erste Pilotprojekte gestartet. Eine Vorreiterrolle übernimmt dabei der Kanton Luzern mit den beiden Projekten «Teleradiologie» und «Evita». Bei ersterem handelt es sich um einen Verbund zwischen Zentrumsspital und Partnerspitälern. Heutzutage werden die Untersuchungen dezentral durchgeführt und per Glasfaserleitung in die Radiologie des Kantonsspitals übertragen, welches im 24-Stunden-Service die Diagnose durchführt. Die Spezialisten sind dank E-Health besser ausgelastet und kleinere Spitäler erhalten rund um die Uhr Diagnosen von hoher Qualität. Der Kanton Luzern begleitet auch das bereits erwähnte Pilotprojekt zum Gesundheitsdossier «Evita» von Swisscom. Im Raum Sursee

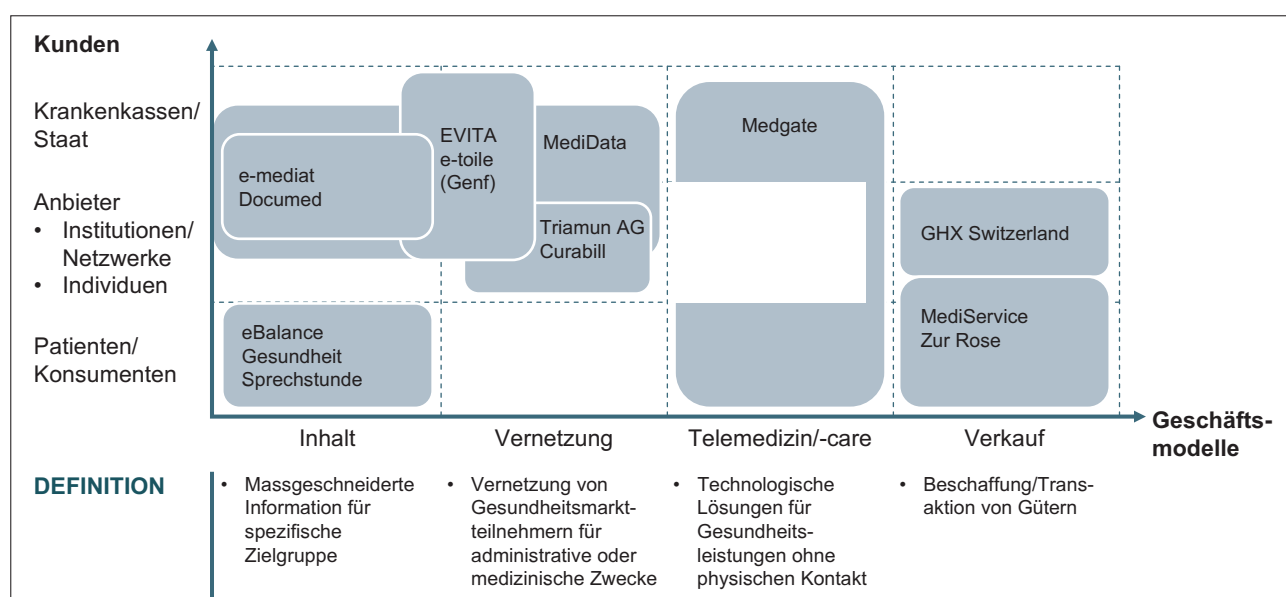


Abbildung 1 Segmentierung des E-Health-Marktes.

testen 40 Hausärzte und 130 chronisch kranke Patienten den Klinik- und Praxisübergreifenden Datenaustausch.

Krankheitsspezifische E-Health-Modelle sind erfolgsversprechend

Die Beispiele zeigen, dass sich in der Schweiz die Entstehung eines neuen Marktes für elektronische Gesundheitsdienstleistungen abzeichnet – das Potential ist noch lange nicht ausgeschöpft. Von Beispielen aus dem In- und Ausland lassen sich einige Erfolgsfaktoren für die Entwicklung weiterer E-Health-Modelle ableiten: Auf Bundesebene gilt es, die föderalen Strukturen zu überwinden, welche momentan die Entwicklung national einheitlicher Lösungen erschweren. Nur so kommt ein Vorteil der Schweiz, nämlich die ideale Grösse des Marktes zum Testen neuer Modelle, zum Tragen. Ein Beispiel aus der Zahntechnik-

Nur wenn föderale Strukturen überwunden werden, kommt ein grosser Vorteil der Schweiz, nämlich die ideale Grösse des Marktes, um neue Modelle zu testen, zum Tragen.

industrie beweist, dass ganzheitliche E-Health-Geschäftsmodelle mit Fokus auf einen spezifischen Bereich besonders erfolgsversprechend sind. NobelBiocare hat mit dem

E-Health – Wachstumsperspektiven für die Telekombranche

In einer 2009 durchgeführten Studie zeigt Roland Berger Strategy Consultants, dass der Markt für elektronische Gesundheitsdienstleistungen auch für die Telekombranche ein gewaltiges Zukunftspotential bietet [5]. Die Umsetzung von E-Health-Ideen erfordert sichere Netzwerke und Möglichkeiten zum Speichern und Transportieren grosser Datenmengen. Genau dies sind die Kernkompetenzen der Telekombranche. Orange und Vodafone, zwei der weltweit grössten Anbieter, haben E-Health schon klar als eines ihrer zukünftigen Wachstumssegmente definiert und Produkte am Markt platziert. Langfristiges Ziel ist, die Angebote auf mehrere Länder auszurollen. Allerdings zögern noch viele Telekomunternehmen mit Angeboten, weil der Markt komplex und heterogen ist sowie Unterschiede beim Entwicklungsstand und in der Finanzierung innerhalb Europas eine zügige Marktdurchdringung behindern. In Zukunft helfen eine klare Strategie, die Identifikation potentieller Kunden, neue Mehrwertleistungen und ein rascher Markteintritt durch Kooperation mit Anbietern im Gesundheitsmarkt, diesen Markt zu erobern.

Konzept «Teeth-in-an-hour», welches dank Computerunterstützung ein einfacheres und rationelleres Implantieren ermöglicht, international Erfolge erzielt.











	 swisscom	 GALENICA
Unternehmensprofil	<ul style="list-style-type: none"> Führendes Telekomunternehmen in der Schweiz Präsent mit allen Dienstleistungen und Produkten für die mobile, netzgebundene Sprach- und Datenkommunikation 5,4 Millionen Mobilfunkkunden, 12,2 Milliarden CHF Umsatz, 20.100 Mitarbeiter im 2008 	<ul style="list-style-type: none"> Ursprünglich Distributor von Pharmazeutika – mittlerweile deckt Galenica die gesamte pharmazeutische Wertkette ab Tätig in der Entwicklung, Produktion, Vermarktung und Logistik/Distribution von Pharmazeutika, betreibt Apotheken (-ketten) Umsatz von 2,7 Milliarden CHF, 3.431 Mitarbeiter im 2008
e-health Geschäftsmodelle	 curabill <ul style="list-style-type: none"> Abrechnungsdienstleistung für Akteure im Gesundheitswesen 100% Anteil von Swisscom  evita <ul style="list-style-type: none"> Elektronisches Gesundheitsdossier 100% Anteil – Pilotprojekt mit Kanton Luzern  MEDGATE <ul style="list-style-type: none"> Telemedizinisches Informations- und Beratungszentrum für Patienten in Form eines Call Centers 40% Anteil von Swisscom  MediData <ul style="list-style-type: none"> Vernetzte Administration zwischen Anbieter, Sponsor und Versicherten Kooperation durch Swisscom IT Services 	 Documed <ul style="list-style-type: none"> Online Arzneimittelinformation Intermediär zwischen Pharmaindustrie und Gesundheitsanbietern  e-mediat <ul style="list-style-type: none"> Medizinische Datenbank und Plattform zum Wissensaustausch 100% Anteil, 12 Millionen CHF Umsatz  MEDI SERVICE <ul style="list-style-type: none"> Online Versandapotheke und spezielles Therapiekonzept für chronisch Kranke 100.000 Patienten, 90 Millionen CHF Umsatz  Triamun <ul style="list-style-type: none"> Softwarelösung für Praxis- und Apothekenmanagement Zusammenschluss von Praxidata und BMC im Jahr 2005

Abbildung 2 Swisscom und Galenica – Profil.

In der Schweiz bieten sich dank der starken Präsenz mehrerer international führender Pharma- und Medtech-Unternehmen insbesondere die Bereiche Diabetes, Herz-Kreislaufkrankungen, Onkologie, Zahnmedizin, Orthopädie usw. für spezifische Lösungen an. Essenziell ist bei der Ausgestaltung des Angebots zudem die Kooperation mit kompetenten, komplementären Partnern, die gegebenenfalls medizinisches, pflegerisches bzw. technisches Wissen einbringen oder den Zugang zu Kunden erleichtern. Im Bereich Diabetes sind Partnerschaften mit Pharmaunternehmen wie Roche oder Novo Nordisk oder mit Medtechherstellern wie Medtronic, Ypsomed oder LifeWatch / Card Guard sinnvoll. Zudem können in Kooperation mit Krankenkassen Premiumangebote pilotiert und etabliert werden. Solche in Partnerschaft entwickelten, krankheitsspezifischen und bedürfnisorientierten Modelle haben durchaus das Potential, sich auch im internationalen Markt dank der «Swissness» durchzusetzen.

Literatur

- 1 [E-Health Europe. Building Europe's E-Health market.](#) 30.01.2008.
- 2 [Hofmann M. Besser ist's im Staate Dänemark.](#) NZZ Folio; 2005.
- 3 [Economist. A doctor in your pocket.](#) 16.04.2009.
- 4 [Bundesamt für Statistik. Strategie ehealth Schweiz.](#) 27.06.2007.
- 5 [David S, Friedl M, Neumann K. E-Health – Wachstumsperspektiven für die Telekommunikationsbranche.](#) Roland Berger Strategy Consultants; 2009.

Korrespondenz:

Stefan David
Principal
Roland Berger Strategy Consultants
Neue Mainzer Strasse 69–75
D-60311 Frankfurt
stefan_david@de.rolandberger.com

Karsten Neumann
Principal
Roland Berger Strategy Consultants
Alt-Moabit 101b
D-10559 Berlin
karsten_neumann@de.rolandberger.com

Aleksandar Ruzicic
Principal
Roland Berger Strategy Consultants
Neumünsterallee 12
8008 Zürich
aleksandar_ruzicic@ch.rolandberger.com