



Michael Gabler
Leiter Firmenkunden

21.09.2017 11:15 CEST

17 zu 60 - Nachholbedarf in Sachen Digitalisierung?

Von Michael Gabler, Leiter Firmenkunden

21.09.2017 - Während die Logistikbranche bereits den Einsatz von Drohnen für die Lieferung von Waren diskutiert, scheint ein Bereich der Medizintechnik noch weit entfernt von den digitalen Möglichkeiten zu agieren. Eine aktuelle Studie von A.T. Kearny kommt jedenfalls zu dem Schluss, dass im Bereich Supply-Chain-Management die Digitalisierung noch nicht angekommen ist. Als ein Beispiel führt sie die Lagerzeiten an: 17 Tage, als Spitzenwert für Fertigwaren in der Konsumgüterindustrie, stehen 60 Tagen für Produkte in der Medizintechnik gegenüber.

Ein Vergleich, bei dem sich (zu) hohe Kosten quasi fühlen lassen. Dass die Digitalisierung den Gesundheitssektor verändert, beschreiben nicht zuletzt unterschiedliche apoBank-Studien. Vor dem Hintergrund der digitalen Möglichkeiten dürften Standardprodukte mit langen Lagerzeiten überholt sein. Unternehmen der Medizintechnik sind daher gut beraten, ihre Digitalisierung-Strategie auf transparentere Warenbestände, kürzere Lagerzeiten und optimierte Bestände auszurichten. Kurzum, sie haben hierdurch große Chancen, eigene Prozesse effizienter zu gestalten.

Medizintechnik als Servicepartner der Versorger

Gleichwohl bedarf es eines enormen Einsatzes an Ressourcen – personell wie finanziell - um diesen Neuerungen zu begegnen. Umso wichtiger ist es, möglichst frühzeitig die machbaren Effizienzspielräume zu nutzen. In der Medizintechnik erleben wir derzeit deutlich, wie mittelständische Anbieter mit regulatorischen Hürden und Konsolidierungen auf internationaler Ebene zu kämpfen haben. Rahmenbedingungen, die den Vergleich mit der Konsumgüterindustrie sicherlich etwas abmildern. Nichts desto trotz reicht es in der heutigen Zeit nicht mehr, auf standardisierte Verbesserungsabläufe zu setzen.

Die Digitalisierung der eigenen Prozesse ist mit Blick auf die Veränderungen im Gesundheitssektor bereits heute ein relevanter Wettbewerbsvorsprung. Letztlich digitalisiert sich auch die Seite der Abnehmer, sprich der ambulanten und stationären Versorgung. An der Schnittstelle zum Lieferanten werden effizient organisierte Lieferketten, wie „Just in-time“ Anlieferung auf die Krankenhausstationen, und digitale Serviceleistungen erwartet. Bei einem wachsenden Preisdruck, sich weiter verkürzenden Lebenszyklen der Produkte bis hin zu den Ansprüchen der Abnehmer bzw. Kostenträger sollten die Überlegungen die komplette Wertschöpfungskette umfassen. Für die finanzielle Planung finden wir gerne gemeinsam mit Ihnen die passende Lösung. Sprechen Sie uns an.

Weitere Informationen

[Ansprechpartner](#)

[Finanzierungen für den Gesundheitsmarkt](#)

Die Deutsche Apotheker- und Ärztebank (apoBank) ist die größte genossenschaftliche Primärbank und die Nummer eins unter den Finanzdienstleistern im Gesundheitswesen. Kunden sind die Angehörigen der Heilberufe, ihre Standesorganisationen und Berufsverbände, Einrichtungen der Gesundheitsversorgung und Unternehmen im Gesundheitsmarkt. Die apoBank arbeitet nach dem Prinzip "Von Heilberuflern für Heilberufler", d. h. sie ist auf die Betreuung der Akteure des Gesundheitsmarktes spezialisiert und wird zugleich von diesen als Eigentümern getragen. Damit verfügt die apoBank über ein deutschlandweit einzigartiges Geschäftsmodell.

www.apobank.de

Seit der Gründung vor 120 Jahren ist verantwortungsbewusstes Handeln in den Unternehmenswerten der apoBank fest verankert. Sie setzt sich fürs Miteinander ein, fördert Zukunftsprojekte, Kultur sowie soziales Engagement und investiert in Nachhaltigkeit und ökologisches Bewusstsein:

www.apobank.de/mehr-ermoeglichen

Kontaktpersonen



Ines Semisch

Pressekontakt

Pressesprecherin

ines.semisch@apobank.de

+ 49 211 - 5998 5308



Christoph Koos

Pressekontakt

Pressereferent

christoph.koos@apobank.de

+49 211 5998 154



Anita Widera

Pressekontakt

Pressereferentin

anita.widera@apobank.de

0211 5998 153