



Silvana Hansmann, Dr. Tobias D. Gantner, Silver Mikk, Jessica Hanneken, Günter Wältermann und Sarah J. Becker (v.l.) zur Frage, was Startups in etablierten Unternehmen verändern. Foto: WISO/Schmidt-Dominé

16.03.2018 14:30 CET

Voneinander lernen: Partnerschaften zwischen Startups und dem Gesundheitsmarkt

Während Startups sehr schnell Ideen entwickeln - und sie genauso schnell auch wieder verwerfen können -, sind für etablierte Unternehmen Veränderungen ein weitaus komplexerer Prozess. Für Arztpraxen und Apotheken ebenso wie für Krankenhäuser und andere Anbieter aus der Gesundheitswirtschaft steht die digitale Transformation im Raum. Unter der Überschrift „Kulturwandel durch Systempartnerschaften von Digital-Health-

Startups und Unternehmen – was ist für die Versorgung drin?“ moderierte Jessica Hanneken, Abteilungsdirektorin der apoBank, auf dem Gesundheitskongress des Westens Impulsvorträge und die Diskussion zum Nutzen der digitalen Entwicklungen für die etablierten Akteure der Gesundheitsbranche.

Digitale Gründerzeit

Dr. Tobias D. Gantner, Geschäftsführer HealthCare Futurists GmbH, vergleicht die Digitalisierung mit einem Hurrikan – man wisse nicht, wo sie als nächstes zuschlägt. Beispiele wie Uber oder Airbnb zeigten, wie Geschäftsmodelle komplett verändert werden. Im Gesundheitsmarkt stehen derzeit Startups für eine „digitale Gründerzeit“. Doch auch wenn die zukünftigen Entwicklungen nicht absehbar sind, gelte es die Zukunft mitzugestalten und die bestehenden Strukturen mit den neuen Möglichkeiten zu verbinden. Wie dies gelingen kann, stellte Gantner am Beispiel eines Prototypen vor, über den künftig E-Rezepte per Handy erstellt und über die Telematikinfrastuktur an den Apotheker und Patienten weitergeleitet werden können.

Partnerschaften als Teil der Lösung

Silvana Hansmann, Managerin des Health Innovation Port (HIP) von Philips zeigte, wie ihr Unternehmen über ein Raumangebot an Startups den gemeinsamen Austausch und die Vernetzung fördert. Dabei sind die Partnerschaften nicht als Selbstzweck zu verstehen. Vielmehr gehe es darum, Zugang zu den Ideen zu finden. Der eigene Kulturwandel gelingt nach ihrer Auffassung besser, wenn Innovationen konkret erlebbar sind und unmittelbar voneinander und miteinander gelernt werden kann.

Von der Digitalisierung zur „Seamless Society“

Dass auch die ambulante Versorgung von Startups profitieren kann, zeigte Silver Mikk Produktmanager der Dermtest UG. 2013 hatte er mit wenigen Haus- und Hautärzten begonnen, Handyfotos via Telekonsil in die Diagnose von Hautveränderungen zu integrieren. Heute sind 90 Prozent der Praxen in Estland an das System angeschlossen und profitieren von kürzeren Behandlungszeiten. Estland bezeichnet Mikk als digitale Nation. Die neue Denkweise der Startups habe die Strukturen in seinem Land inzwischen schon so verändert, dass es sich derzeit über die Digitalisierung hinaus zu einer „Seamless Society“ entwickle. Dieser Ansatz zielt darauf ab, Daten stärker proaktiv zu nutzen. Als Beispiel für ein solches Vorgehen nannte er die systemseitige Kontrolle der Medikamente im Hintergrund. Da alle Verordnungen digitalisiert sind, werden diese automatisch auf

Wechselwirkungen analysiert. Hierüber habe man innerhalb von einem Jahr 80 Prozent der unerwünschten Nebenwirkungen abschaffen können.

Starre Strukturen überdenken

Sarah J. Becker, Managing Partner des Institute for Digital Transformation in Healthcare GmbH ging auf die Herausforderungen ein, die die digitale Transformation für Krankenhäuser bedeute. Sie appellierte daran, neue Ideen und Ansätze der Digitalisierung in die zukünftigen Geschäftsmodelle aufzunehmen. Wenngleich das bestehende DRG-System losgelöst von Innovationsanreizen funktioniere, gelte es doch, die digitalen Möglichkeiten mit der Einrichtung in Verbindung zu bringen, die zentral für die Behandlung und Genesung der Menschen stehe.

Patientennutzen im Mittelpunkt

Nach diesen Impulsen ging Günter Wältermann, Vorstandsvorsitzender AOK Rheinland/Hamburg auf Chancen und Risiken für die bestehenden Geschäftsmodelle ein. Für ihn stand außer Frage, dass sich die Gesundheitswirtschaft mit den neuen Ideen und Möglichkeiten befassen müsse. Startups könnten hier Impulsgeber sein und helfen, gelebte Strukturen zu überdenken und aufzubrechen. Bei aller Wucht, mit der die neuen Entwicklungen in den Markt kämen, gelte es auch, die Akteure nicht zu überfordern. Insofern gäbe es keine Paradelösung. Im Mittelpunkt solle der konkrete Nutzen für den Patienten stehen. Entwicklungen, die hierauf einzahlen, würden als Leuchttürme für die Versorgung den richtigen Weg weisen.

Über die apoBank

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 fast 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



Sonja Hoffmann

Pressekontakt

Pressereferentin

sonja.hoffmann@apobank.de

+49 211 5998 9791