



04.05.2018 11:12 CEST

# Digital Health: Großes Thema, kleine Aktien?

*Themenservice zu digitalen Gesundheitsinvestments*

Auf der Spielwiese der digitalen Gesundheit tummeln sich verschiedenste Spieler. Auf der einen Seite stehen kleinere Pioniere, die sich ausschließlich auf einzelne Digital-Health-Anwendungen oder nationale Märkte

fokussieren. Sie machen rund 30 Prozent des Marktes aus. Auf der anderen Seite gibt es die bekannten Digitalriesen wie IBM, die Google-Mutter Alphabet oder den chinesischen Konzern Alibaba, die angesichts der Aussicht auf zweistellige Wachstumsraten ihr Geschäftsmodell und ihre Gewinnbasis verbreitern wollen. Darüber hinaus können auch klassische Gesundheitsunternehmen wie Medizintechnikanbieter oder Finanzdienstleister künftig eine große Rolle spielen.

### **Effizienzgewinne von 39 Milliarden Euro möglich**

Die Beispiele zeigen, wie radikal sich der Digital-Health-Markt entwickelt, findet Hendrik Lofruth, Fondsmanager des apo Digital Health der apoBank-Tochter apoAsset: „Wo Gesundheit und IT aufeinander treffen, entstehen neue Geschäftsmodelle, die auf innovative Weise die Effizienz und Effektivität der Gesundheitssysteme verbessern“. Allein im deutschen Gesundheitssystem ließen sich dadurch rund 39 Milliarden Euro pro Jahr wirksamer einsetzen, wie eine Studie von PwC Strategy& zeigt. „Von diesem Potenzial können auch Anleger profitieren, die in Digital-Health-Unternehmen investieren“, so Lofruth weiter. Doch welche Aktien eignen sich am besten, um weltweit in den schnell wachsenden Markt zu investieren?

### **Vorteile der Kleinen: Schnelligkeit und Übernahmepotenzial**

Kleinere börsennotierte Unternehmen können oft leichter auf veränderte Rahmenbedingungen reagieren und sind dadurch schneller in der Entwicklung. Ein Beispiel dafür ist Tabula Rasa aus den USA. Das Unternehmen entwickelt und vertreibt Softwaresysteme zur Erkennung und Vermeidung unerwünschter Neben- und Wechselwirkungen verschiedener Medikamente. Die selbst entwickelten Algorithmen sind erheblich leistungsfähiger als die gedruckte „Rote Liste“. Tabula Rasa hat sich in den Vereinigten Staaten schnell einen großen Kundenstamm aufgebaut und dominiert nun die attraktive Nische. Eindrucksvoll ist auch die Kursentwicklung: Seit dem Börsengang im September 2016 hat die Aktie über 240 Prozent zugelegt.

Solche Erfolgsgeschichten locken nicht nur private Anleger. Auch viele Großkonzerne wollen durch Zukäufe kleiner Spezialisten einen Fuß in den Digital-Health-Markt bekommen. Beteiligungsgesellschaften sind ebenfalls auf Einkaufstour. „Solche Übernahmen können sich für Aktionäre lohnen“, sagt Lofruth. Das US-Unternehmen Imprivata beispielsweise, das auf die Sicherheit von Patientendaten spezialisiert ist, wurde 2016 vom Private-Equity-Investor Thoma Bravo für 544 Millionen US-Dollar gekauft. Der Aktienkurs stieg bei Bekanntgabe des Übernahmeangebots um 33 Prozent. Im Folgejahr wurde Web MD übernommen, eine digitale Info-Plattform zu Gesundheitsthemen. Dafür zahlte die Beteiligungsgesellschaft KKR 2,8 Milliarden US-Dollar – ein Aufschlag von 20 Prozent auf den letzten gehandelten Kurs.

## **Hohe Chancen = höhere Risiken**

Den hohen Chancen der jungen Kleinen stehen laut Lofruthe aber auch höhere Risiken gegenüber. Jüngstes Beispiel ist EMIS, ein britischer Spezialist für die Digitalisierung von Patientenakten. Im Januar musste das Unternehmen bekanntgeben, dass bestimmte Berichtsanforderungen der britischen Gesundheitsbehörde NHS nicht erfüllt werden können. Die Aktie verlor darauf an einem Tag mehr als 20 Prozent. Digital-Health-Startups, die noch nicht an der Börse notiert sind, sind für Privatanleger bisher nur sehr begrenzt zugänglich. Sie setzen zwar oft wichtige Impulse. Für die Geldanlage sind börsennotierte Unternehmen jedoch transparenter, flexibler handelbar und ermöglichen eine bessere Risikostreuung.

## **Stärken der Großen: Stabilität und Dividenden**

Letztere ermöglichen vor allem die großen Unternehmen. Sie bringen in der Regel mehr Stabilität ins Portfolio, da sie Risiken besser abfedern können. Ein Beispiel ist Philips. Der niederländische Konzern hat sich in den vergangenen Jahren vom Gemischtwarenladen zum Gesundheitskonzern entwickelt. Die Sparten für Fernseher und Leuchtmittel wurden verkauft. Seitdem konzentriert sich das Unternehmen nun komplett auf Gesundheit. Mehr als die Hälfte des Forschungs- und Entwicklungsbudgets steckt Philips dabei in Software. „Das zeigt einmal mehr den Stellenwert, den die Digitalisierung auch bei Gesundheitsunternehmen einnimmt“, sagt Lofruthe. Die Großen drängen mit Macht in diesen Wachstumsmarkt. Neben geringerer Volatilität sind auch höhere Dividenden ein Argument für Aktien etablierter Unternehmen.

## **Die Mischung macht's**

Was heißt das nun für private Anleger? „Wie so oft gilt: Die Mischung macht's“, sagt Lofruthe. Für große wie kleine Aktien gilt: Anleger sollten bei der Auswahl nicht in erster Linie auf schicke Apps oder populäre Marken achten. Wichtiger sind die Fundamentaldaten: das Geschäftsmodell des Unternehmens, die Wettbewerbsposition, das langfristige Innovations- und Wachstumspotenzial und das Verhältnis zwischen Börsenkurs und realer Geschäftsentwicklung.

Zudem sollten Anleger bei dem noch jungen Markt besonders langfristig denken, da die Kurse kurzfristig immer wieder schwanken können. „Insofern gilt auch in der digitalen Welt die alte Regel, dass man sein Geld möglichst breit streuen sollte, also auf viele Unternehmen verteilen“, resümiert Lofruthe. Zu empfehlen sei eine gesunde Mischung aus mittelständischen Visionären und den Superstars der Digital-Health-Branche.

## **Material**

Grafik 1, BU: Akteure im digitalen Gesundheitsmarkt, Quelle: mHealth App Economics, 2017

## Über die apoBank

Mit 436.260 Kunden und über 111.000 Mitgliedern ist die Deutsche Apotheker- und Ärztebank (apoBank) 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](http://www.apobank.de)

## Kontaktpersonen



### **Christoph Koos**

Pressekontakt

Pressereferent

[christoph.koos@apobank.de](mailto:christoph.koos@apobank.de)

+49 211 5998 154