
Wird COVID-19 zur Initial- zündung für die digitale Gesundheits- revolution?

**Wichtige Erkenntnisse
aus der im April 2020
durchgeführten
Strategy&-Studie zu
deutschen digitalen
Gesundheits-Startups**

Kontakte

Global

Kelly Barnes
Partner,
PwC US
+1-214-754-5172
kelly.barnes@pwc.com

Stephan Danner
Partner,
PwC Strategy& Germany
+49-30-88705-868
stephan.danner
@strategyand.de.pwc.com

UK

Nick Meadows
Director,
PwC Strategy& UK
+44-7843-372620
nicholas.meadows
@strategyand.uk.pwc.com

Australien

Sarah Butler
Partner,
PwC Australia
+61-412-474706
sarah.butler
@strategyand.au.pwc.com

Patrick Grünewald
Manager,
PwC Strategy& Germany
+49-170-2238-405
patrick.gruenewald
@strategyand.de.pwc.com

Vereinigte Staaten

Douglas Strang
Partner,
PwC US
+1-215-840-5548
dstrang@pwc.com

Deutschland

Dr. Thomas Solbach
Partner,
PwC Strategy& Germany
+49-170-2238-477
thomas.solbach
@strategyand.de.pwc.com

Japan

Kenji Mitsui
Partner,
PwC Japan
+81-3-6757-8692
kenji.mitsui@pwc.com

Greg Rotz
Partner,
PwC Strategy& US
+1-703-682-5888
greg.rotz@pwc.com

Über diese Studie

Diese Studie wurde von Strategy& in Zusammenarbeit mit dem Spitzenverband Digitale Gesundheitsversorgung e.V. durchgeführt. Die Ergebnisse basieren auf einer standardisierten Umfrage unter digitalen Gesundheitsunternehmern, ergänzt durch ausgewählte Interviews mit digitalen Gesundheitsexperten aus Startups, dem öffentlichen Gesundheitswesen sowie der Investoren- und Beratergemeinschaft. Alle Interviews wurden auf Grundlage eines Standardfragebogens durchgeführt, in dem die Experten nach ihrer Meinung zu den Folgen der COVID-19-Pandemie auf digitale Gesundheits-Startups befragt wurden.

Über die Autoren

Dr. Thomas Solbach berät weltweit Kunden im Gesundheitswesen und der Life Sciences-Industrie. Er ist darauf spezialisiert, Anbieter für Biopharma-, Diagnostik- und digitale Gesundheitslösungen bei der Entwicklung von Strategien, Fähigkeiten und innovativen Betriebsmodellen zu unterstützen, mit besonderem Schwerpunkt auf der Präzisionsmedizin. Thomas hat seinen Dienstsitz in Frankfurt und leitet die Strategy& EMEA Pharma- und Life Sciences-Geschäftspraxis. Er ist Partner bei PwC Strategy& Deutschland.

Patrick Grünewald berät weltweit Kunden im Gesundheitswesen und der Life Sciences-Industrie. Er arbeitet mit Anbietern für Biopharma-, Diagnostik- und digitale Gesundheitslösungen, um branchenübergreifende Ökosysteme sowie Innovationsstrategien und Geschäftsmodelle für digitale Gesundheitslösungen zu entwickeln. Patrick hat seinen Dienstsitz in Frankfurt und ist Manager bei PwC Strategy& Deutschland.

Wir möchten uns beim *Spitzenverband Deutsche Gesundheitsversorgung e.V.*, der *RoX Health GmbH*, der *Audalion GmbH*, der *Selfapy GmbH*, der *TeleClinic GmbH*, der *mDoc GmbH*, der *Kaia Health GmbH* und allen Umfrageteilnehmern für die Einblicke in diese Studie bedanken.

VORWORT

Der deutsche Verband für digitale Gesundheit

„COVID-19 hat unser Leben stark beeinflusst. Wir sind stolz darauf, dass digitale Gesundheitslösungen während des COVID-19-Lockdowns eine kritische Lücke schließen konnten – in einer Zeit, in der es den Menschen aufgrund des Infektionsrisikos nicht möglich war alle Ärzte persönlich aufzusuchen. Patienten und Ärzte entdecken immer mehr, dass digitale Lösungen positive medizinische Ergebnisse liefern und großartige Hilfsmittel zur Ergänzung der traditionellen, analogen Versorgung sind.

Zwar leisten unsere Mitglieder ihren Beitrag im Kampf gegen COVID-19, sie stehen aber auch vor erheblichen Herausforderungen, die sich durch den Lockdown stellen. Wir glauben jedoch, dass diese Herausforderungen eher kurzfristig sind und dass digitale Gesundheitslösungen Teil des neuen Versorgungsstandards werden. Unser Verband begrüßt die rechtzeitige und umfassende Studie von Strategy&, welche analysiert wie digitale Gesundheits-Startups die unmittelbare Krise bewältigen und sich als wertvoller Teil des Gesundheitssystems positionieren können.“



Daniel Nathrath

Vorsitzender des Spitzenverbandes Digitale Versorgung e.V., CEO und Mitbegründer der Ada Health GmbH

ZUSAMMENFASSUNG

Startups sind von der durch COVID-19 bedingten Wirtschaftskrise besonders stark betroffen. Rund um den Globus sind Investoren zunehmend vorsichtig, ihr Kapital in junge Unternehmen zu investieren – auch in diejenige, die vor Kurzem noch als "Rising Stars" gefeiert wurden. Laut einer Umfrage des deutschen Startup-Verbands im März glauben mehr als 80 Prozent der deutschen Startups aus allen Branchen, dass ihre Zukunft durch die wirtschaftlichen Folgen der Pandemie gefährdet ist.¹

Doch für digitale Gesundheits-Startups ergeben sich aus den Maßnahmen zur sozialen Distanzierung, die von den Regierungen zur Eindämmung der Ausbreitung des Virus ergriffen wurden, auch Wachstumschancen. Im April haben wir unter 27 deutschen Startup-Unternehmern und Investoren aus dem digitalen Gesundheitswesen eine Studie durchgeführt, die u.a. zu den folgenden wichtigen Erkenntnissen führte:

- **82 Prozent** der Befragten sehen COVID-19 als Geschäftsmöglichkeit
- **72 Prozent** rechnen für 2020 mit einem Anstieg der Investitionen in ihrer Branche gegenüber dem Vorjahr
- **80 Prozent** konnten eine steigende Kundennutzung ihrer Produkte sowie einen starken Neukundenanstieg verzeichnen

Der relativ optimistische Ausblick unserer Befragten beruht auf der Tatsache, dass COVID-19 das öffentliche Bewusstsein für Technologie-basierte Lösungen zum individuellen Gesundheitsmanagement gestärkt hat. Diese Sichtweise hat digitalen Gesundheitsdienstleistern geholfen, Ärzte und Patienten zu überzeugen, ihre Produkte und Dienstleistungen in einer Zeit zu nutzen, in der die Lockdown-Regeln persönliche Konsultationen stark einschränken. Angesichts der finanziellen Auswirkungen von COVID-19 auf öffentliche und private Gesundheitsbudgets, ist die Kosteneffizienz vieler digitaler Gesundheitslösungen ein weiteres Verkaufsargument. Dennoch haben Deutschlands digitale Gesundheits-Startups mit den gleichen Herausforderungen zu kämpfen wie alle anderen Kleinunternehmen während der COVID-19-Krise – insbesondere dem Zugang zu Liquidität und Wachstumskapital sowie kostenbewussten Kunden, die die Preise drücken könnten.

Wir haben Deutschland aus zwei Gründen als Fallstudie für digitale Gesundheits-Startups während der Pandemie gewählt. Erstens ist Deutschland einer der am schnellsten wachsenden digitalen Gesundheitsmärkte der Welt.² Auf Grundlage der Untersuchungen für unsere Studie „Driving the Future of Health“ aus dem Jahr 2019 rechnen wir bis 2030 mit einem Anstieg der jährlichen Ausgaben im digitalen Gesundheitswesen in Deutschland auf rund 40 Milliarden US-Dollar, was 8 Prozent der nationalen Gesundheitsausgaben entspricht.³ Zweitens haben deutsche digitale Gesundheits-Startups Ende letzten Jahres von neuen Branchenvorschriften profitiert, die es Ärzten ermöglichen, digitale Gesundheitslösungen zu verschreiben, und die

1. Bundesverband Deutsche Start-ups e.V., 1 April 2020, "Auswirkung der Corona Krise auf das Start-Ups Ökosystem": www.deutschestartups.org/wp-content/uploads/2020/03/20200331_Report_Startups-in-der-Corona-Krise.pdf.

2. Global Market Insights, Digital Health Study, Februar 2019 www.gminsights.com/industry-analysis/digital-health-market?utm_source=prnewswire.com&utm_medium=referral&utm_campaign=Paid_prnewswire.

3. www.strategyand.pwc.com/gx/en/insights/2019/future-of-health.html

Statistisches Bundesamt: 05DBCDC31D69DB41872EAEDB562DA2C3.internet8742
OECD: www.oecd-ilibrary.org/docserver/4dd50c09-en.pdf?expires=1588588669&id=id&accname=guest&checksum=6C490CFFE54A44CE80E281EBD4DF634 Note: Population Baseline and overall Healthcare Budget adjusted since publication of FoH Survey.

einen Prozess skizzieren, wie Patienten Anspruch auf Erstattung durch die gesetzliche Krankenversicherung haben.⁴

In dieser Studie identifizieren wir, wo COVID-19 potenzielle kurz- und langfristige Wachstumschancen für digitale Gesundheits-Startups schaffen könnte. Außerdem untersuchen wir die wichtigsten Risiken und Hindernisse sowie die wesentlichen Schritte, die Startup-Gründer und -Investoren befolgen sollten, um gestärkt aus der Krise hervorzugehen. Die Ergebnisse unserer Umfrage werden durch weitere Interviews mit Unternehmern und Investoren aus dem digitalen Gesundheitswesen und unsere eigene branchenübergreifende Erfahrung untermauert. Insgesamt glauben wir, dass diese Studie Erkenntnisse enthält, die angesichts des grenzenlosen, globalen Charakters von COVID-19 und dem digitalen Gesundheitswesen relevant für digitale Gesundheits-Startups auf der ganzen Welt sind.

4. Bundesministerium für Gesundheit.



Das große Ganze: Der unaufhaltsame Aufstieg des digitalen Gesundheitswesens

Die beispiellosen Auswirkungen von COVID-19 auf konventionelle Gesundheitssysteme und Dienstleistungen bestärken unsere Prognose, dass die Gesundheitsversorgung bis 2030 auf Menschen ausgerichtet sein wird, welche die Prävention von Krankheiten einer Behandlung vorziehen. Das Gesundheitswesen wird individuell und nahtlos in den Alltag der Menschen integriert. All dies wird durch Daten und Algorithmen ermöglicht und in einem Gesundheitssystem bereitgestellt, das auf völlig neue Weise organisiert und reguliert wird. Daher halten wir an unserer Prognose aus der letztjährigen Studie „Driving the Future of Health“ fest, dass die globalen Haushaltsausgaben für die digitale Gesundheitsversorgung bis 2030 auf 930 Milliarden bis 1,2 Billionen Dollar ansteigen werden, im Vergleich zu den heutigen 86,4 Milliarden Dollar.⁵

5. Global Market Insights Digital Health Market Study, February 2019.

Was versteht man unter dem digitalen Gesundheitswesen?

Digitale Gesundheitslösungen verbinden und befähigen Menschen, mithilfe von digitalen Tools und Technologien ihre Gesundheit zu managen und verbessern. Diese Lösungen lassen sich größtenteils in drei Kategorien unterteilen, die sich nicht gegenseitig ausschließen.

- **Process Enabler:** Zielt darauf ab, die Versorgung zu verbessern, indem Gesundheitsprozesse effizienter gestaltet oder neue Kanäle angeboten werden
Beispiele: Management-Systeme zur ordnungsgemäßen Arzneimittelaufnahme, Telemedizin
- **Ecosystem Enhancer:** Trägt dazu bei "Silos" im Gesundheitswesen zu überwinden, um eine bessere Zusammenarbeit, eine gemeinsame Nutzung von Daten und ein einwandfreies Kundenerlebnis zu ermöglichen
Beispiele: Persönliche medizinische Assistenten, elektronische Krankenakten
- **Outcome Booster:** Nutzt neue Behandlungsmethoden, um Therapieergebnisse, die Lebensqualität sowie den gesundheitsökonomischen Nutzen spürbar zu verbessern
Beispiele: Kognitive Verhaltenstherapie, digitale Biomarker

Obwohl es sich um eine junge Branche handelt, hat das digitale Gesundheitswesen bereits einen rasant steigenden Kapitalzufluss erlebt, wobei Investoren darauf setzen, dass digitale Gesundheitstechnologien und -dienstleistungen in den kommenden Jahrzehnten den Weg in die öffentliche und private Gesundheitsversorgung weltweit finden. In den letzten zehn Jahren ist das in die digitale Gesundheitsversorgung investierte Gesamtkapital um eine bemerkenswerte jährliche Durchschnittsrate von 30 Prozent gestiegen.⁶ Allein in den USA erreichten die Investitionen in diese Branche im ersten Quartal 2020 einen Jahresrekord von 3,1 Milliarden US-Dollar.⁷

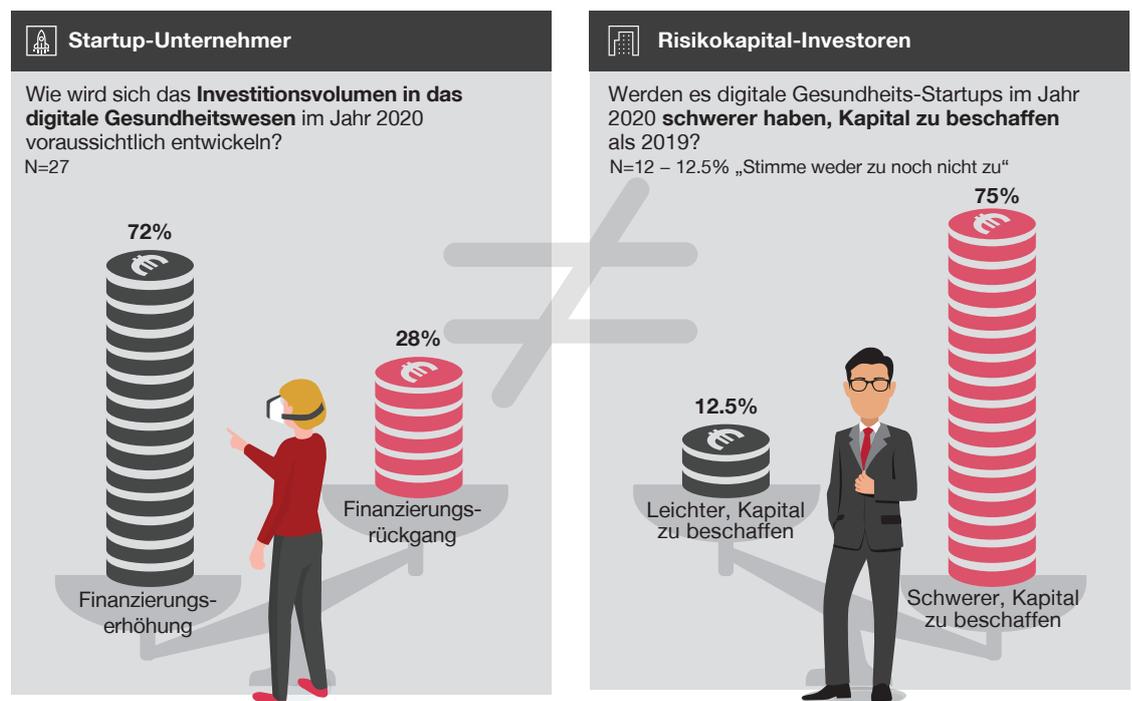
COVID-19 hat jedoch in Frage gestellt, ob sich dieser Aufwärtstrend weiter fortsetzen wird. Zwar glaubt die große Mehrheit der Unternehmer im digitalen Gesundheitswesen, dass die finanziellen Mittel im Jahr 2020 weiter deutlich steigen, doch Investoren sind weniger zuversichtlich, dass sie so viel Kapital wie vor der Pandemie einsetzen (siehe Abbildung 1). Deshalb rechnen wir mit einem zunehmend kritischen Blick der Investoren bei Investitionen in digitale Gesundheits-Startups, was eine höhere Zahl an Unternehmen zum Scheitern bringen wird.

6. Strategy& analysis of PitchBook data, April 2020.

7. Rock Health report on 2020 first-quarter digital healthcare venture funding: www.rockhealth.com/reports/amidst-a-record-3-1b-funding-in-q1-2020-digital-health-braces-for-covid-19-impact/.

ABBILDUNG 1

Finanzierung des digitalen Gesundheitswesens: Startup-Unternehmer und Risikokapital-Investoren im Vergleich



Quelle: (Links) Strategy&-Umfrage unter Startup-Unternehmern im digitalen Gesundheitswesen, April 2020; (rechts) Rock Health Umfrage, April 2020

COVID-19: Chance oder Gefahr für das digitale Gesundheitswesen?

Um unsere Studie in einen breiteren Branchenkontext zu stellen, haben wir eine Auswahl von rund 160 deutschen Gesundheits-Startups analysiert, um ihre gemeinsamen Eigenschaften zu identifizieren. Generell sind sie jünger als die meisten deutschen Startups in anderen Branchen und beschäftigen dementsprechend weniger Mitarbeiter. Sie konnten außerdem weniger Mittel beschaffen, sind mehr auf Risikokapital und Business Angels angewiesen und befinden sich noch am Anfang des Inlandswachstums mit begrenzten Auslandsumsätzen. Gleichzeitig stieg trotz eines insgesamt rückläufigen Trends für neu gegründete deutsche Unternehmen im gleichen Zeitraum⁸ die Zahl der Gewerbeanmeldungen für Gesundheits-Startups von 2018 bis 2019 leicht an.

Angesichts ihrer relativen Unreife kann man davon ausgehen, dass diese Startups in der aktuellen COVID-19-Krise schwächer und anfälliger sind als ihre Pendanten in anderen Branchen. Für die digitalen Gesundheits-Startups in unserer Studie scheint dies jedoch nicht zu gelten. Tatsächlich sehen 82 Prozent der Befragten COVID-19 als Chance und nicht als echte Gefahr für ihr Unternehmen.

8. Teilanalyse der Daten des Deutschen StartUp Monitor von 2019 in Kooperation mit dem Bundesverband Deutsche Startups e.V.

ABBILDUNG 2
COVID-19-bezogene Chancen für digitale Gesundheits-Startups

Extern	 Allgemein	Größeres öffentliches Bewusstsein und Offenheit gegenüber digitaler Gesundheitsversorgung	88%
	 Allgemein	Nachgewiesener medizinischer und/oder wirtschaftlicher Wert	54%
	 Kostenträger	Bevorzugen kosteneffiziente digitale Gesundheitslösungen	35%
	 Investoren	Kapitalzufluss in den 'krisenfesten' digitalen Gesundheitsbereich	23%
	 Regulierungsbehörden	Weniger strenge Anforderungen und administrative Prozesse	19%
Intern	 Dienstleister	Verbesserte technische Infrastruktur	19%
	 Intern	Einführung neuer Arbeitsweisen	19%
	 Intern	COVID-19-spezifische Geschäftsmöglichkeiten	12%
	 Intern	Bessere Verfügbarkeit von Spitzenkräften	8%
	 Sonstiges		23%

Quelle: Strategy& Umfrage von Startup-Unternehmern im digitalen Gesundheitswesen, April 2020

Erfolg im Krisenfall: COVID-19 als Initialzündung für die digitale Gesundheitsversorgung

In einer Zeit, in der Startups in anderen Branchen wegen COVID-19 um ihre Zukunft bangen müssen, waren wir erstaunt, wie optimistisch die meisten Befragten unserer Studie hinsichtlich ihrer mittelfristigen Aussichten über die nächsten zwei bis drei Jahre waren. Wir haben sie gebeten, die drei wichtigsten mittelfristigen Geschäftsmöglichkeiten aufzulisten, die ihrer Meinung nach durch die COVID-19-Krise entstehen (siehe Abbildung 2, Seite 6), und die Antwort ist ziemlich eindeutig: Sie sehen COVID-19 als Chance, dass digitale Gesundheitslösungen zum festen Bestandteil der täglichen Gesundheitsversorgung und des persönlichen Gesundheitsmanagements werden.

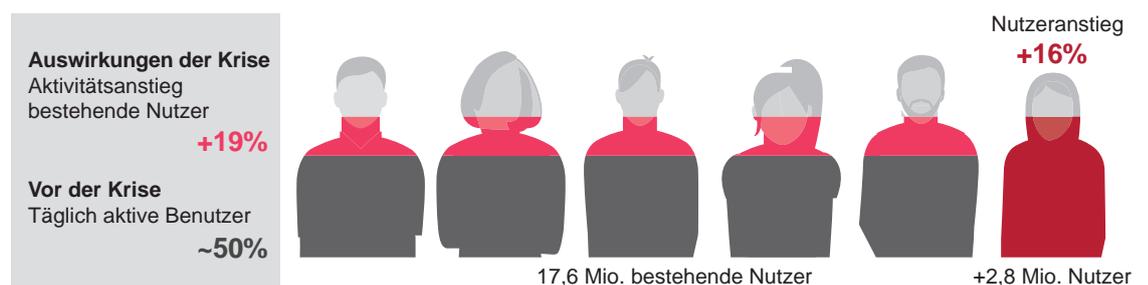
Drei konkrete Geschäftsmöglichkeiten wurden von unseren Befragten besonders hervorgehoben:

1. Höheres öffentliches Bewusstsein für die digitale Gesundheitsversorgung

Fast alle Befragten erwarten großes Geschäftspotenzial, denn durch die Pandemie wird den Menschen bewusster, dass das eigene Gesundheitsmanagement zum „new normal“ zählt – einer Situation, in der es vielleicht nicht möglich ist, persönlichen Kontakt mit Dienstleistern wie Physiotherapeuten zu haben. Gleichzeitig haben die verheerenden Auswirkungen von COVID-19 das Bewusstsein der Öffentlichkeit für die Schwächen der unter Druck stehenden Gesundheitssysteme geschärft. Beide Fälle geben Anlass zur Sorge und regen Ärzte und Patienten dazu an, digitale Hilfsmittel als festen Bestandteil der künftigen Gesundheitsversorgung zu betrachten. In der Folge verzeichnen digitale Gesundheitslösungen bereits einen deutlichen Anstieg an neuen Nutzern (+16 % pro Monat) sowie eine Steigerung der Nutzeraktivität (+19 % täglich aktive Nutzer) (siehe Abbildung 3).

ABBILDUNG 3

Auswirkungen von COVID-19 auf die Nutzung digitaler Gesundheits- und Fitnesslösungen



Quelle: www.mhealth.jmir.org/2017/12/e197/, www.stanford.edu/~emurnane/files/UbiComp15_Mobile.pdf, www.de.statista.com/statistik/daten/studie/36146/umfrage/anzahl-der-internetnutzer-in-deutschland-seit-1997, www.tab-beim-bundestag.de/de/pdf/publikationen/berichte/TAB-Arbeitsbericht-ab179.pdf, Strategy& Umfrage (April 2020)

2. Aufzeigen von Medizinischem Nutzen

Ärzte und Patienten waren während des COVID-19-Lockdowns – als die meisten persönlichen Konsultationen nicht möglich waren – offener dafür, digitale Gesundheitsprodukte und Dienstleistungen auszuprobieren. Die zunehmende Zahl neuer Nutzer hat es digitalen Gesundheitsdienstleistern ermöglicht, mehr Daten zu erfassen. Diese können nun verarbeitet und analysiert werden, um zu zeigen, dass ihre Lösungen positive medizinische Ergebnisse und gesundheitsökonomische Vorteile liefern.

3. Druck auf Gesundheitsbudgets

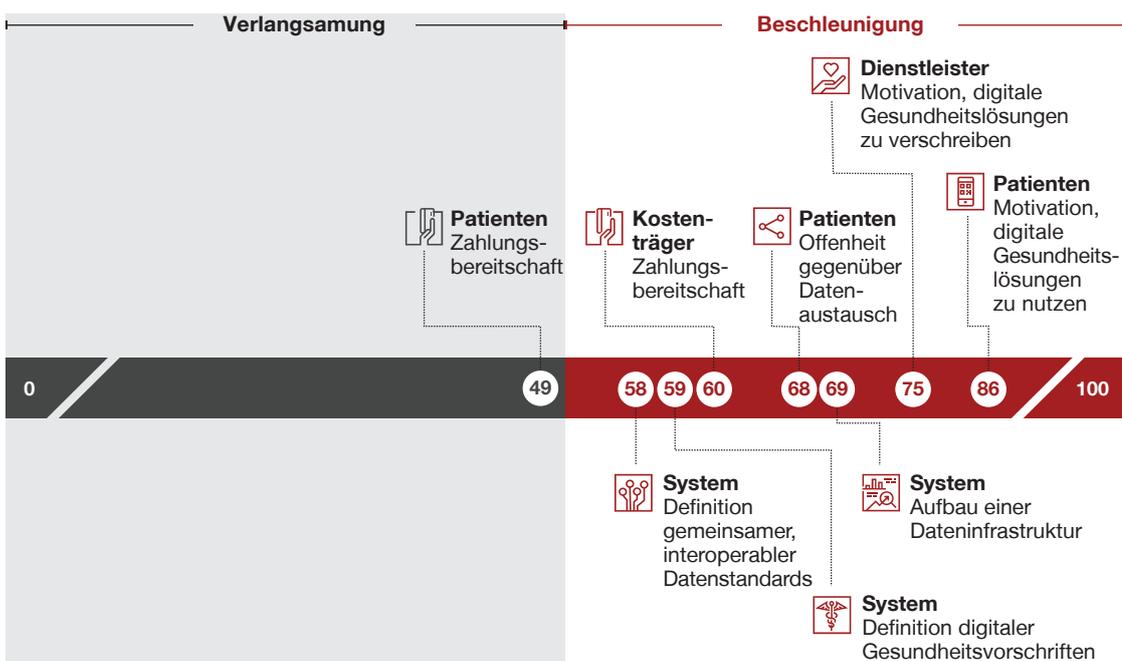
Private und öffentliche Kostenträger im Gesundheitswesen müssen angesichts der finanziellen Belastung durch COVID-19 auf ihre bereits unter Druck stehenden Budgets erhebliche Einsparungen erzielen. In einigen Fällen haben sich digitale Gesundheitslösungen im Vergleich zu herkömmlichen Behandlungen als kosteneffizienter erwiesen.⁹ Die Behandlungskosten von Patienten mit Typ-2-Diabetes können z.B. um etwa 1.200 bis 3.200 US-Dollar pro Jahr gesenkt werden (im Vergleich zu durchschnittlichen jährlichen Behandlungskosten von ca. 13.000 US-Dollar), wenn digitale Lösungen für das Krankheitsmanagement verwendet werden.¹⁰ Kostenträger können von wirtschaftlichen digitalen Gesundheitslösungen profitieren, um schwerere Krankheitsverläufe zu verhindern oder chronische Krankheiten zu behandeln.

Mittelfristig profitieren digitale Gesundheits-Startups auch von der zunehmenden Digitalisierung des Gesundheitswesens im letzten Jahrzehnt (siehe Abbildung 4). Die in unserer Studie befragten Unternehmer rechnen mit einer weiteren Beschleunigung dieses Trends nach Abklingen der COVID-19-Krise. Insbesondere erwarten sie eine deutliche Steigerung in der Motivation von Patienten und Ärzten, digitale Gesundheitslösungen zu nutzen und zu verschreiben, was zu einer höheren Nachfrage und einer höheren Anzahl von Nutzern führen wird. In der Zwischenzeit werden sich systemische Veränderungen der Infrastruktur, Vorschriften oder die Zahlungsbereitschaft nur leicht beschleunigen oder unverändert bleiben, obwohl wir davon ausgehen, dass die Verwendung dieser Lösungen insgesamt eine beschleunigende Wirkung auf diese systemischen Probleme haben wird.

9. www.hbr.org/2006/05/why-innovation-in-health-care-is-so-hard

10. Livongo report (<https://www.livongo.com/docs/pdf/Livongo%20Clinical%20and%20Financial%20Outcomes%20Report.pdf>), WellDoc (www.welldoc.com/news/welldoc-presents-results-of-an-innovative-economic-analysis-demonstrating-opportunity-for-significant-healthcare-cost-savings-with-the-use-of-bluestar/)

ABBILDUNG 4
COVID-19 als Beschleuniger der Digitalisierung im Gesundheitswesen



Quelle: Strategy&-Umfrage von Startup-Unternehmern im digitalen Gesundheitswesen, April 2020



Der Klügste überlebt: Die anhaltenden Herausforderungen für das digitale Gesundheitswesen

Interessanterweise deuten unsere Studienergebnisse darauf hin, dass Unternehmer digitaler Gesundheits-Startups während der COVID-19-Krise und dem damit verbundenen Lockdown keine schlaflosen Nächte wegen des eingeschränkten persönlichen Verkaufs und physischen Zugangs zu Kunden oder Fachkräften verbringen mussten. Ihre Sorgen gelten vielmehr den bestehenden strukturellen und finanziellen Herausforderungen, die COVID-19 wahrscheinlich noch verschärft hat (siehe Abbildung 5, nächste Seite).

1. Zugang zu Liquidität und Wachstumskapital

Mehr als die Hälfte unserer Befragten machen sich Sorgen, dass ihre Geldquellen während der Pandemie versiegen, da Investoren Mittel – bspw. Risikokapital – für risikoreiche Anlageklassen abziehen. Unternehmer glauben angesichts einer eventuell bevorstehenden Rezession, dass sich die Investoren mehr auf die Finanzleistung als auf ehrgeizige Wachstumsgeschichten konzentrieren – eine ungünstige Schwerpunktverlagerung für die junge digitale Gesundheitsbranche. Außerdem macht es das aktuelle Marktumfeld für digitale Gesundheitsinvestoren zunehmend schwieriger, eine erfolgreiche Exit-Strategie zu formulieren: Laut einer Rock Health-Umfrage von April dieses Jahres waren 11 von 12 befragten Investoren der Meinung, dass das IPO-Fenster für die digitale Gesundheitsversorgung 2020 geschlossen bleibt.

2. Begrenzte Regulierungskapazität

Nach dem Digitale-Versorgung-Gesetz von 2019 wollen immer mehr digitale Gesundheits-Startups den erforderlichen Bewertungsprozess durchlaufen, um von den öffentlichen Kostenträgern die Kosten erstattet zu bekommen. Das Gesetz verpflichtet das Bundesinstitut für Arzneimittel und Medizinprodukte (BfArM), einen Antrag innerhalb von drei Monaten zu genehmigen oder abzulehnen. Viele der befragten Unternehmer befürchten jedoch, dass COVID-19 und der damit verbundene Lockdown zu einem Mangel an Verwaltungspersonal führen könnten, welches für die Bearbeitung einer hohen Anzahl an Anträgen notwendig ist.

3. Erhöhte Kostensensibilität unter Kostenträgern

Während öffentliche und private Kostenträger im Gesundheitswesen durch den erhöhten Budgetdruck möglicherweise offener werden für digitale Gesundheitslösungen, könnten die gleichen finanziellen Zwänge sie auch kostenbewusster machen. Unternehmer befürchten, dass die Kostenträger zukünftige Preisverhandlungen noch härter führen werden und dies zu geringeren Kostenerstattungen für digitale Lösungen führen wird. Darüber hinaus konnten wir bereits beobachten, dass Zahlungsträger abgeneigt sind, außerbudgetär mit digitalen Gesundheits-Startups zusammenzuarbeiten. Gründe dafür sind laut Kostenträgern der unmittelbare Fokus auf die COVID-19-Krise und der Wunsch, abzuwarten, bis digitale Gesundheitslösungen den „normalen Verwaltungsprozess“ des BfArM durchlaufen haben.

ABBILDUNG 5
COVID-19-bezogene Herausforderungen für digitale Gesundheits-Startups

External		Investoren	Zugang zu Liquidität und Wachstumskapital	58%
		Kostenträger	Erhöhte Kostensensibilität	50%
		Regulierungsbehörden	Begrenzte Kapazität für administrative Prozesse	46%
		Dienstleister	Zugang zu Dienstleistern	35%
		Allgemein	Begrenzte Kapazität für COVID-19-fremde Themen	23%
		Patienten	Zugang zu Patienten	15%
		Patienten	Patientenbindung und Management ordnungsgemäßer Medikamenteneinnahme	15%
Internal		Intern	Fortführung und Skalierung von Geschäftsaktivitäten	15%
		Intern	Bindung und Rekrutierung von Mitarbeitern	15%
		Sonstiges		15%

Quelle: Strategy&-Umfrage von Startup-Unternehmern im digitalen Gesundheitswesen, April 2020

Diese strukturellen Herausforderungen dürften auch nach dem Abklingen der COVID-19-Krise weiter bestehen bleiben. Um sie zu bewältigen, müssen digitale Gesundheits-Startups sicherstellen, dass sie über das richtige Geschäftsmodell und die richtige Finanzierungsstrategie verfügen.

Stimmen von Deutschlands digitalen Gesundheits-Startups ...

“

Die aktuelle Krise birgt erhebliche Risiken für Startups. Es besteht eine große Unsicherheit in Bezug auf Finanzierung und Liquidität, und Krankenversicherungen sehen sich mit knappen wirtschaftlichen Budgets konfrontiert. Infolgedessen gibt es nur begrenzte Mittel für außerbudgetäre Ausgaben. Andererseits hat COVID-19 die Digitalisierung des Gesundheitswesens in Deutschland unserer Meinung nach um mindestens 10 Jahre beschleunigt, denn das öffentliche und klinische Bewusstsein für die Vorteile ist gestiegen. Insgesamt sehen wir die Krise als Chance, sind uns gleichzeitig aber auch der Auswirkungen der Pandemie bewusst.“

Nora Blum, Mitbegründerin und CEO, Selfapy

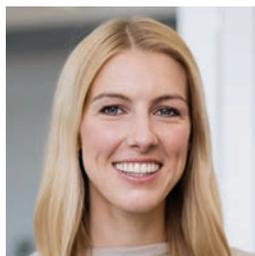


Selfapy

“

Seit dem COVID-19-Lockdown konnten wir eine deutliche Zunahme der Anfragen von Ärzten nach unserer telemedizinischen Lösung beobachten. Viele Ärzte haben ihre Dienste über die Telemedizin bereitgestellt, um eine sichere und effektive Versorgung zu gewährleisten. Zum jetzigen Zeitpunkt sollten sich Startups darauf konzentrieren, wie ihre Lösung nahtlos in das Gesundheitssystem integriert werden kann. Außerdem sollten sie die Verbesserung der bestehenden Gesundheitsversorgung in den Mittelpunkt stellen, anstatt nach völlig neuen Lösungen zu suchen.“

Katharina Jünger, Mitbegründerin und CEO, Teleclinic



teleclinic

“

Eine unserer wichtigsten Erkenntnisse während der COVID-19-Krise war die Bedeutung einer engen Zusammenarbeit mit medizinischen Fachkräften, um sicherzustellen, dass Patienten Zugang zu ihren digitalen Therapien für chronische Rückenschmerzen oder COPD-Lungenerkrankungen erhalten und diese einhalten. Um unsere Patienten während der Pandemie zu unterstützen, haben wir außerdem die Initiative ‚Kaia gegen Corona‘ ins Leben gerufen, bei der wir unsere Dienstleistungen für Menschen, die ihre Therapien dringend benötigen, in Deutschland über einen begrenzten Zeitraum kostenlos anbieten.“

Manuel Thurner, Mitbegründer und CTO, Kaia Health



“

Die Reaktion unserer Krankenhäuser auf die Krise ist aus unserer Sicht gemischt. Einerseits haben sie leere Betten und dadurch ganz plötzlich ihre Haupteinnahmequelle verloren. Andererseits haben wir neue Kunden gewonnen, die jetzt Zeit haben, sich mit ihren IT-Projekten zu beschäftigen. Insgesamt beobachten wir, dass aufgrund der strukturellen Veränderungen im Gesundheitswesen durch COVID-19 die Digitalisierung einen enormen Schub erfährt. Wir stehen jedoch immer noch vor der Ungewissheit über die zukünftige Krankenhauslandschaft.“

Stefanie Berger, Mitbegründerin, m.Doc



m.Doc
anytime everywhere

... sowie Investoren und Beratern

“

Als sich die Krise verschärfte, begannen viele Gesundheitsfachleute, deren Betrieb gestört wurde, digitale und telemedizinische Anwendungen zu nutzen – und haben Gefallen daran gefunden. Digitale Lösungen haben es Patienten und ihren Ärzten ermöglicht, ihre Gesundheit auch unter den aktuellen dramatischen Umständen effektiv zu managen. Nach einer kürzlichen Aktualisierung des deutschen Gesundheitsrechts, welche die Grundlage für einen breiteren Zugang zu digitalen Gesundheitslösungen gelegt hat, halten wir es für wichtig, gemeinsam mit Gründern und Startups Innovationen aufzubauen und zu skalieren, die den vielfältigen Bedürfnissen von Patienten, Gesundheitsfachkräften und dem deutschen Gesundheitssystem gerecht werden. Der aktuelle Anstieg der Nutzerzahlen und die Zugangserweiterung sind eine einzigartige Gelegenheit für Startups, schnell überzeugende und reale Beweise zu liefern, die den medizinischen und wirtschaftlichen Wert digitaler Gesundheitslösungen belegen. Erst recht, wenn diese Lösungen nicht nur die geforderten Datensicherheitsstandards erfüllen, sondern auch perfekt in das etablierte Netzwerk aus Pflege- und Vertriebswegen passen und es ergänzen.“

Dr. Robert Schnitzler, CEO, RoX Health (Germany)

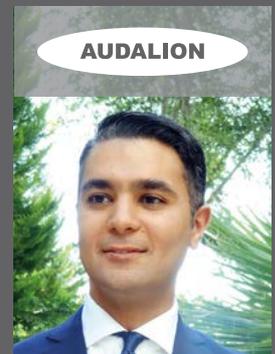


“

Der Zugang zur Gesundheitsversorgung ist ein Menschenrecht und sollte nicht durch Einkünfte, geografische Gegebenheiten oder krisenbedingte Auflagen eingeschränkt werden. Die digitale Gesundheitsversorgung und insbesondere die Telemedizin bieten eine großartige Lösung für viele dieser Herausforderungen. Die breite Bevölkerung und vor allem die Ärzte werden sich der Vorteile dieser digitalen Behandlungswege immer bewusster. In Zukunft glaube ich, dass Kostenträger deshalb eher bereit sein werden, für diese Leistungen zu bezahlen.

Mein Rat an Startup-Unternehmer? Wenn es um die Finanzierung geht, scheuen Sie sich nicht vor scheinbar altmodischen Methoden wie der Kaltakquise per E-Mail. Recherchieren Sie potenzielle Investoren. Vertrauen Sie Ihrem Instinkt, von wem Sie Kapital annehmen und auch mit wem Sie nicht zusammenarbeiten möchten. Ablehnungen sind sehr hilfreich, um wertvolles Feedback zu erhalten.“

Basil Younes, Corporate Advisory and Venture Capital, Audalio (UAE)



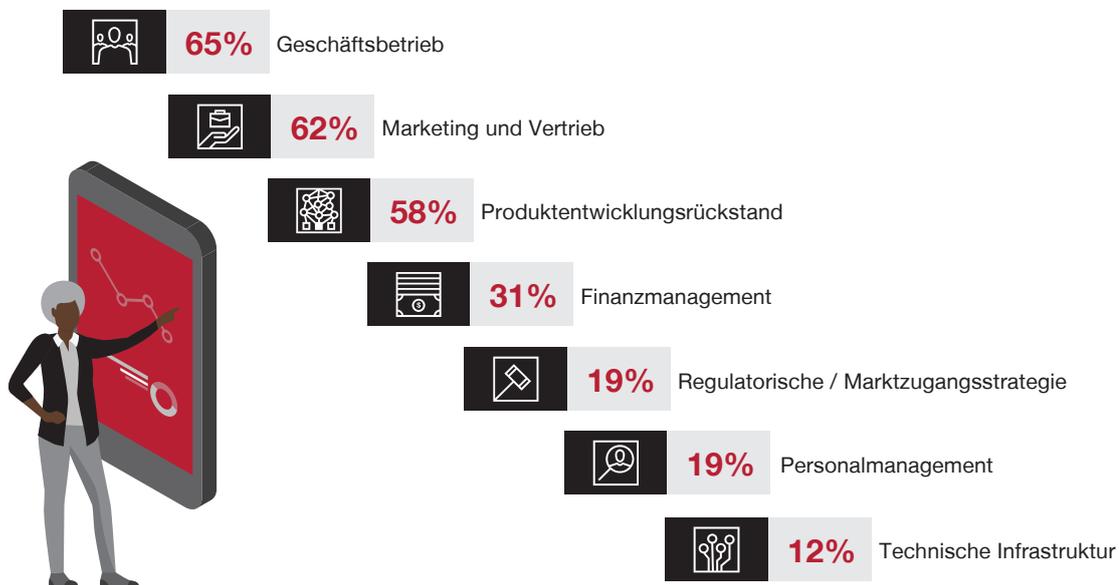
Die Chancen voll nutzen: Wichtige Maßnahmen

Aus unserer Umfrage geht hervor, dass viele digitale Gesundheits-Startups bereits COVID-19-bezogene Änderungen umsetzen oder planen, um den Herausforderungen der Pandemie zu begegnen sowie potenzielle Geschäftsmöglichkeiten zu nutzen. Die Mehrheit unserer Umfrageteilnehmer zielt auf drei Hauptbereiche ab (siehe Abbildung 6): Geschäftsbetrieb (65 %), Marketing und Vertrieb (62 %) und Produktentwicklungsrückstand (58 %).

Basierend auf unserer Studie, zusätzlichen Interviews und globalen branchen-übergreifenden Erfahrungen haben wir eine Reihe von Maßnahmen identifiziert, die es Unternehmern und Investoren im Bereich des digitalen Gesundheitswesens ermöglichen, auf ihrer ersten, rechtzeitigen Reaktion auf COVID-19 aufzubauen und so als Gewinner aus der Krise hervorzugehen.

ABBILDUNG 6

Bereiche, in denen Startups bereits COVID-19-bezogene Änderungen vorgenommen haben oder planen



Quelle: Strategy&-Umfrage von Startup-Unternehmern im digitalen Gesundheitswesen, April 2020

1

Unmittelbare Krisenreaktion: Digitale Gesundheits-Startups müssen zunächst die notwendigen Abwehrmaßnahmen ergreifen, um sicherzustellen, dass sie die verheerenden wirtschaftlichen und finanziellen Auswirkungen von COVID-19 überstehen. Dazu gehören die Sicherung der Liquidität durch ein enges Cash-Management und möglichst auch die Nutzung der COVID-19-bezogenen staatlichen Unterstützung für Unternehmen. Darüber hinaus sollten sie häufiger mit Investoren kommunizieren, um deren Erwartungen während der Krise zu managen.

In Anbetracht der inzwischen etablierten Fernarbeit sollten sich die Führungskräfte von Startups auch Möglichkeiten überlegen, den Betrieb wieder voll aufzunehmen, sobald die Einschränkungen weiter gelockert werden. Außerdem müssen Führungskräfte eine offene Kommunikation mit ihren Teams pflegen und sicherstellen, dass die Mitarbeiter eine Möglichkeit haben, Feedback nach oben zu geben, um so die Motivation zu erhalten. Nachdem sich die Umstände so radikal verändert haben, müssen Unternehmen vielleicht auch neue Ziele setzen.

Als nächstes sollten digitale Gesundheits-Startups versuchen, die durch die Pandemie geschaffenen Chancen in den folgenden Bereichen zu maximieren:

2

Vertrieb und Marketing: Startups sind gut beraten, ihre Vertriebskanäle an der Realität auszurichten, vor dem Hintergrund dass abgesagte Messen und Vertriebskonferenzen wahrscheinlich nicht so bald zurückkehren werden. Sie sollten möglichst durch Online-Veranstaltungen ersetzt werden. Außerdem sollten alternative Vertriebskanäle wie LinkedIn und andere digitale Kanäle genutzt werden. Neue Einnahmequellen können durch Ärzte entstehen, die derzeit keinen Patientenkontakt haben können und dadurch eventuell offen sind, telemedizinische Lösungen zu nutzen oder digitale Gesundheitslösungen zu verschreiben, um Teile der Behandlungen fortzusetzen. Möglichkeiten zur Anpassung des Marketings bieten sich aus dem Angebot kostenloser COVID-19-bezogener Dienstleistungen für potenziell infizierte Menschen.

3

Nutzungsverbesserung zur Dokumentation medizinischer Ergebnisse: Startups sollten die Einrichtung eines klinischen Studienprotokolls in Erwägung ziehen und dann ihre Strategie zur Datenerfassung anpassen, um sicherzustellen, dass relevante Daten erfasst werden. So kann beispielsweise eine Eintrittsprüfung eingerichtet werden, um spätere intrapersonale Studien zu erleichtern. Diese ergiebige Quelle an Daten aus der realen Welt kann anschließend analysiert werden, um Regulierungsbehörden, Dienstleistern und anderen potenziellen Kunden zu zeigen, wie eine digitale Gesundheitslösung positive medizinische Ergebnisse erzielt.

4

Kundenbindung und -gewinnung: Um neu akquirierte Kunden zu binden, sollten Startups sicherstellen, dass ihr digitales Angebot reibungslos in das Gesundheitssystem und die Standardbehandlungswege integriert ist. Darüber hinaus sollten bestehenden und neuen Kunden eine hervorragende Benutzererfahrung mit Anpassungs-, Gamification- und Treueprogrammen geboten werden. Schließlich sollten Startups versuchen, häufiges Feedback von Benutzern zu erhalten und schnell darauf zu reagieren.

5

Investitionen in strategische Wachstumsbereiche: Digitale Gesundheitsunternehmen sollten in Übereinstimmung mit ihren Investoren mutig sein und weiterhin in Wachstum investieren, auch wenn die Liquiditätssicherung unerlässlich ist, um die COVID-19-Krise zu überstehen. Durch den aktuellen wirtschaftlichen Abschwung könnte sogar eine größere Anzahl von Fachkräften verfügbar sein, weil sich Wettbewerber verkleinern müssen oder gänzlich vom Markt verschwinden. In diesem Zusammenhang kann eine gezielte Rekrutierung zur Förderung der Produktentwicklung oder des Vertriebs die Grundlage für den mittelfristigen Erfolg sein.

6

Zusammenarbeit mit Industriepartnern zur Gestaltung günstiger digitaler Gesundheitsvorschriften: Digitale Gesundheits-Startups orientieren sich an gemeinsamen Anforderungen bezüglich regulatorischer Veränderungen, sowohl in Deutschland als auch in anderen großen Gesundheitsmärkten. Sie sollten beim Austausch mit den Regulierungsbehörden auch mit einer gemeinsamen Stimme sprechen, um den „Bürokratiefaktor“ zu verringern und Zulassungen zu beschleunigen.

FAZIT

Digitale Gesundheits-Startups: Eine positive Wachstumsgeschichte inmitten einer globalen Pandemie

Angesichts der schrecklichen menschlichen und wirtschaftlichen Kosten der COVID-19-Pandemie mag es geschmacklos erscheinen, sich damit zu beschäftigen, dass digitale Gesundheits-Startups eventuell gut aufgestellt sind, um von der Krise zu profitieren. Es ist jedoch auch klar, dass digitale Gesundheitslösungen dabei helfen eine entstehende Lücke im Gesundheitswesen zu schließen. Außerdem ist jedes potenzielle Geschäftswachstum Anlass zur Freude, denn Regierungen weltweit haben damit zu kämpfen, wie sie ihre Wirtschaft wiederbeleben und gleichzeitig die Zahl weiterer Infektionen und Todesfälle minimieren können.

Vor COVID-19 wurde die digitale Gesundheitsversorgung von Kostenträgern, Dienstleistern und Patienten unterbewertet – sowohl als Mittel zur Verringerung der finanziellen Belastung auf die Gesundheitssysteme als auch als Behandlungsoption, die medizinische Ergebnisse liefert. Seit der Pandemie greifen Ärzte und Patienten jedoch zunehmend auf digitale Gesundheitslösungen zurück, denn die Lockdown-Regeln haben die Möglichkeit einer persönlichen Konsultation drastisch eingeschränkt. Manchmal haben sie zu ihrer Überraschung sogar gemerkt, dass viele dieser Lösungen positive und kostengünstige medizinische und gesundheitliche Vorteile bieten.

Basierend auf unseren Untersuchungen gehen wir davon aus, dass diese wachsende Wahrnehmung dem digitalen Gesundheitswesen weitere Impulse verleihen wird. Dennoch werden viele digitale Startups scheitern, wie es so oft auch das Schicksal unzähliger Startups in anderen Branchen ist. Darüber hinaus müssen digitale Startups mit Erfolg nicht nur die klinischen Sicherheits- und Wirksamkeitsstandards erfüllen, die für alle Gesundheitsprodukte und -dienstleistungen gelten, sondern auch immer strengere Vorschriften für digitale Unternehmen in Bereichen wie der Datensicherheit einhalten.

Vor diesem Hintergrund sollen unsere Untersuchungen zu deutschen digitalen Gesundheits-Startups Investoren und Unternehmern Einblicke geben, wie sie den aktuellen Umbruch überstehen und dann prosperieren können, wenn die Pandemie schließlich überwunden ist. Die COVID-19-Pandemie könnte sich als kritischer Moment für digitale Gesundheitslösungen erweisen und den Weg für ihren täglichen Einsatz in der Behandlung und im persönlichen Gesundheitsmanagement ebnen. Startup-Unternehmer und -Investoren sollten die Gelegenheit nutzen und die oben beschriebenen Maßnahmen ergreifen, um so ihr Unternehmen in den Gesundheitsbereich einzuführen und nachhaltig dort zu verankern.

Strategy&

Strategy& ist die globale Strategieberatung von PwC. Wir entwickeln individuelle Geschäftsstrategien für weltweit führende Unternehmen. „Strategy, made real“ heißt für uns, den digitalen Wandel voranzutreiben, die Zukunft mitzugestalten und Visionen Wirklichkeit werden zu lassen.

Unser praxisorientierter Beratungsansatz stellt die Kernkompetenzen unserer Klienten in den Vordergrund. Wir kombinieren unsere Expertise mit Technologie und erarbeiten daraus eine passende Strategie, die effizient umsetzbar ist. Wir unterstützen Unternehmen bei der Definition und dem Ausbau differenzierender Wettbewerbsvorteile, um aktuelle und zukünftige Herausforderungen zu meistern.

3.000 Strategieberater und mehr als 276.000 PwC-Mitarbeiter in 157 Ländern tragen hierzu mit einem breiten Spektrum an hochwertigen, branchen-spezifischen Dienstleistungen in den Bereichen Wirtschaftsprüfung, Steuer- und Unternehmensberatung bei. Unsere Erfahrung aus 100 Jahren Beratung namhafter Unternehmen und öffentlicher Institutionen bringen wir zusätzlich in zahlreiche Studien, Veröffentlichungen sowie unser mehrfach ausgezeichnetes Management Magazin strategy+business ein.

www.strategyand.pwc.com

