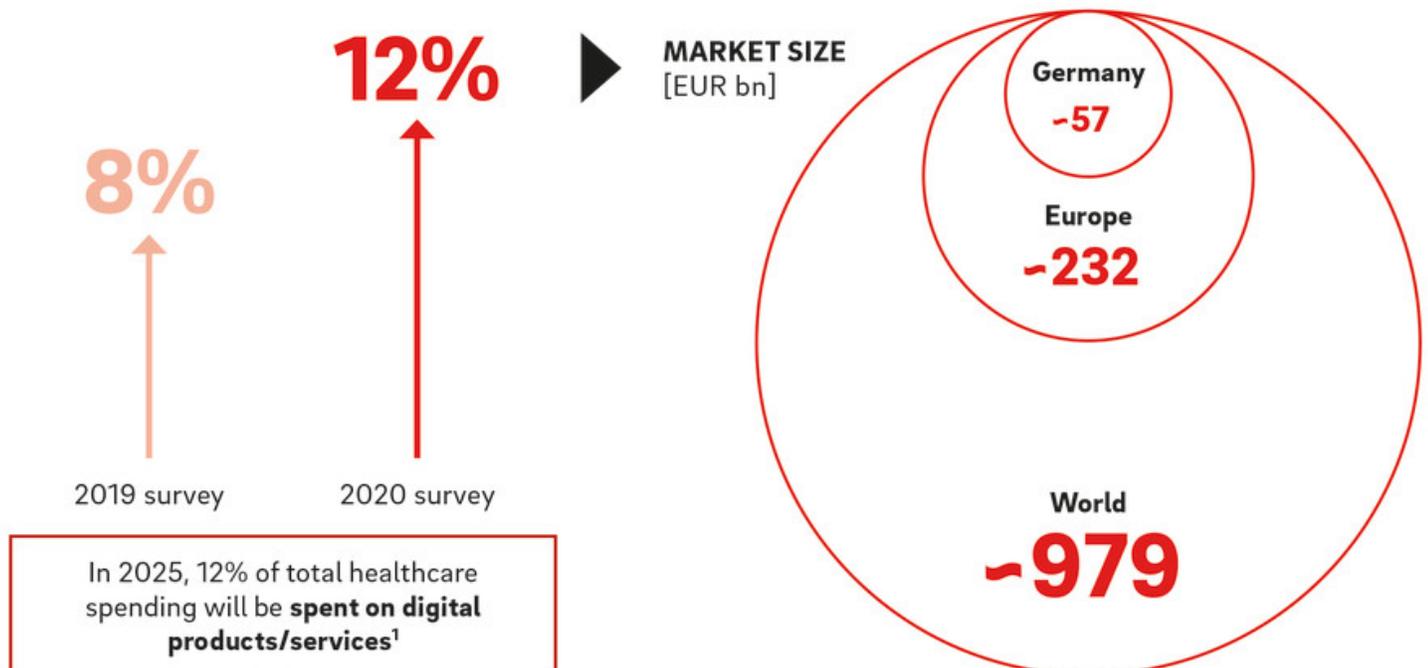


Digital products and services will grow to a market share of 12% within the healthcare sector by 2025

Expected share of digital products/services in healthcare

WHAT PERCENTAGES OF HEALTHCARE SPENDING DO YOU BELIEVE WILL BE SPENT ON DIGITAL PRODUCTS/SERVICES IN THE YEAR 2025?



01.10.2020 08:58 CEST

Digitaler Gesundheitsmarkt in Europa soll bis 2025 auf 232 Milliarden Euro anwachsen

[Study Download](#)

- Wachstumsschub von fast 50 Prozent für digitale Gesundheitsangebote durch Covid-19-Pandemie
- Patienten mit Vorerkrankungen bringen kleinen und mittleren Plattformanbietern mehr Vertrauen entgegen
- Zusammenschlüsse von spezialisierten Plattformen bieten vielversprechende Chancen für alle Marktteilnehmer

München, Oktober 2020: Vor der weltweiten Covid-19-Pandemie standen viele Patienten dem Arztbesuch per Videochat oder der Datenübermittlung an Versorger eher kritisch gegenüber. Durch den täglichen Umgang mit digitalen Dienstleistungen und Produkten ändert sich diese Ausgangslage. Damit nimmt der digitale Gesundheitsmarkt weiter an Fahrt auf. Das zeigt die neue Roland Berger-Studie "Future of Health 2 – The rise of healthcare platforms", für die rund 500 Experten weltweit befragt wurden.

So hat sich im Vergleich zur letztjährigen Studie das erwartete Wachstum des digitalen Gesundheitsmarktes in Europa bis 2025 auf 232 Milliarden Euro erhöht, ein Plus von fast 50 Prozent. Für Deutschland liegt die Prognose bei 57 Milliarden Euro. Die Experten gehen davon aus, dass die Pandemie den Digitalisierungsprozess der Branche insgesamt um rund zwei Jahre beschleunigt. "Die Ergebnisse unserer Befragung übertreffen die des letzten Jahres deutlich", stellt Karsten Neumann, Partner bei Roland Berger und einer der Autoren, fest. "Wir erwarten eine entsprechend hohe Dynamik im Markt, die in den kommenden Jahren auch Fusionen und Übernahmen nach sich ziehen wird."

Spezialisierte Plattformanbieter mit guten Chancen

Das durch die Pandemie beschleunigte Wachstum trifft auf einen stark fragmentierten Markt. Einerseits versuchen sich große Technologieunternehmen mit riesigen Datenmengen zu positionieren. Andererseits bringen kleinere Anbieter Applikationen und spezielle Lösungen für bestimmte Krankheiten, wie zum Beispiel Diabetes, auf den Markt. 2019 waren sich noch 61 Prozent der Experten sicher, dass die großen Tech-Konzerne bis 2025 ein integraler Bestandteil des Gesundheitssystems sein werden. Die aktuellen Umfrageergebnisse zeigen jedoch: Lediglich zehn Prozent der Patienten mit Vorerkrankungen würden sich an diese Unternehmen wenden. "Damit steigen die Chancen für Unternehmen und Plattformanbieter aus dem Gesundheitswesen, die als Schnittstelle virtuelle und reale Dienstleistungen kombinieren", sagt Neumann.

An diese neuen Plattformmodelle sollten sich auch ambulante Dienstleistungsanbieter anpassen. Ansonsten laufen sie mittelfristig Gefahr marginalisiert oder aus dem Markt gedrängt zu werden. So erwarten etwa 64 Prozent der Befragten, veränderte Geschäftsmodelle für ambulante Dienstleistungen. "Es ist wichtig, dass Anbieter jetzt die Weichen für die nächsten Jahre stellen", rät Karsten Neumann. "Sie müssen sich fragen, welche Plattformen sie bedrohen können, oder wo und in welchem Netzwerk sie selbst ihr Geschäftsmodell ausweiten."

Plattformen international bereits heute erfolgreich

Mit passenden Geschäftsmodellen drängen auch neue Spieler in den Markt. So verschärfen Start-ups den Wettbewerb in allen beteiligten Industrien – sei es in der Pharmabranche, bei den Versicherern, bei Leistungserbringern oder bei Startups und Technologieunternehmen. "Es entstehen immer mehr Spezialisten. Das führt zwangsläufig zu einer Vernetzung untereinander, um eine durchgehende User Journey zu gewährleisten", erklärt Neumann. "Relevante Partnerschaften, in denen alle Teilnehmer profitieren, werden in Zukunft der entscheidende Erfolgsfaktor sein."

Praktische Beispiele unterstreichen diese Entwicklung. So bringt eine Versicherung in Mexiko bereits heute 22.000 Versorgungsanbieter mit über 250.000 Patienten in einer Plattform zusammen. Ein chinesisches Unternehmen bündelt wiederum große Datensätze, Online-Terminvereinbarungen und gesundheitsfördernde Programme auf einer anderen Plattform. Und in Saudi-Arabien ist die Plattformintegration bereits Teil des gesamten Gesundheitssystems. Um Schritt zu halten, müssen europäische Marktteilnehmer ihre Strategien neu definieren. "Durch den Plattformgedanken sind alle Chancen für die Marktteilnehmer offen, es wird keine "the winner takes it all" Situation geben", so Neumann.

Roland Berger, 1967 gegründet, ist die einzige der weltweit führenden Unternehmensberatungen mit deutscher Herkunft und europäischen Wurzeln. Mit rund 2.400 Mitarbeitern in 35 Ländern ist das Unternehmen in allen global wichtigen Märkten erfolgreich aktiv. Die 52 Büros von Roland Berger befinden sich an zentralen Wirtschaftsstandorten weltweit. Das Beratungsunternehmen ist eine unabhängige Partnerschaft im ausschließlichen Eigentum von rund 250 Partnern.

Kontaktpersonen



Raphael Dörr

Pressekontakt

Head of Corporate Communications & PR

raphael.doerr@rolandberger.com

+49 89 9230 8792



Silvia Constanze Zösch

Pressekontakt

Press Contact Global PR

silvia.zoesch@rolandberger.com

+49 89 9230 8750