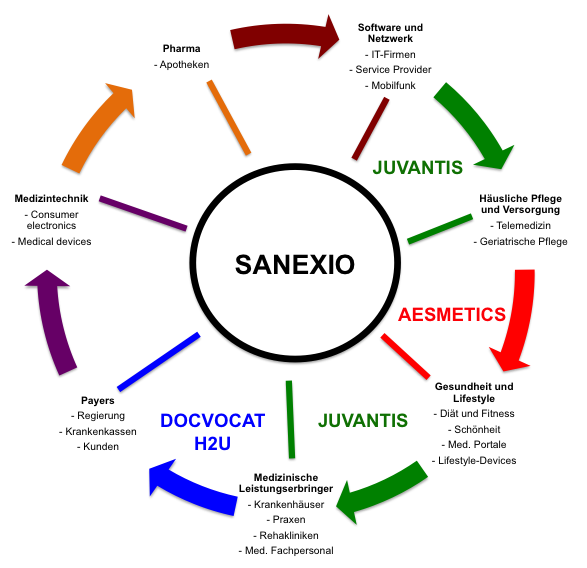
Strategiepapier

zur geplanten Unternehmensentwicklung von

**SANEXIO**

****

Inhaltsverzeichnis

Executive Summary 1

VISION 2

Aus Health 2.0 wird Health 3.0 2

LIFESTYLE bedeutet in Zukunft HUMAN ENHANCEMENT 3

STRATEGIE 4

DOCVOCAT und JUVANTIS setzen auf Health 2.0 4

„AESMETICS“ setzt auf Lifestyle 5

Executive Summary

|  |
| --- |
| Schon jetzt stehen die Strukturen des nächsten globalen Veränderungsprozesses fest, der in Zukunft weltweit die Bedürfnisse der Menschen prägen wird. Entwicklungen aus dem Bereich der Biologie und den angrenzenden Wissenschaften sind gemessen am Umfang des weltweit investierten Kapitals, der Anzahl der Arbeitskräfte oder der Anzahl wissenschaftlicher Entdeckungen schon jetzt die treibenden Faktoren der Bruttowertschöpfung vieler Industrienationen.  Gemessen an den wirtschaftlichen Konsequenzen, den ethischen Herausforderungen und den Auswirkungen auf das Wohl aller Menschen wird die Biologie auch in Zukunft diesen Platz behaupten können. Insbesondere das Wachstum in den Bereichen der Medizin, der Psychologie sowie innerhalb der Bio-, Nano-, und Gentechnologie zeigen den enormen gesellschaftlichen Bedarf nach Gesundheit sowohl im körperlich-seelischem Bereich als auch im sozialem Umfeld. Die Gesundheit der Gemeinschaft sowie die Gesundheit des Einzelnen werden kontinuierliche Antriebsfaktoren für diesen globalen Megatrend sein. Sollte es hierbei mit einfachen Mitteln möglich sein, die Spitzentechnologie aus dem Bereich der Biologie jedem Menschen zugänglich zu machen, werden diese Technologien unser Leben genauso verändern, wie es der Personal Computer getan hat.  Neue Denkansätze und neue Wege der Organisation von Datenbanken inklusive des produktiven Umganges mit dem vorhandenen Wissen werden hierfür nötig sein. Das Ziel, welches SANEXIO verfolgt, ist die Nutzung dieser Informationen für die Entwicklung neuer Basisinnovationen. Eine effiziente Nutzung dieser Datenbanken kann die Forschung und Entwicklung im Gesundheitsmarkt weiter vorantreiben. Anschließend müssen anhand dieser Erkenntnisse Produkte oder Dienstleistungen entwickelt werden, welche die Bedürfnisse nach körperlicher und seelischer Gesundheit der Kunden befriedigen können.  Auf den folgenden Seiten soll die Vision, die Sanexio hauptsächlich im sekundären Gesundheitsmarkt verfolgt, zunächst auf drei Plattformen heruntergebrochen werden. Diese fungieren zunächst als MVP´s und dienen primär dem Aufbau eines Netzwerkes, das im weiteren Verlauf für die Umsetzung der Strategie genutzt werden kann. Die personalisierte Medizin sowie Human Enhancement sollen bei der Entwicklung der unterschiedlichen Portale Motivation und Ziel zugleich sein. |

VISION

Aus Health 2.0 wird Health 3.0

|  |
| --- |
| Die personalisierte Medizin ist schon längst auf dem Vormarsch. Für einige 100 Euro lässt sich ein komplettes menschliches Genom an einem Tag entschlüsseln. Im Jahr 2003 kostete dies noch 3 Milliarden US-Dollar und dauerte bis dato insgesamt knapp 13 Jahre. Die ungemein schnelle Entwicklung der Gentechnologe wird den Umgang des einzelnen mit seiner Gesundheit umfassend ändern. Routine-Screenings nach Krebsgenen mit einer sich daran anschließenden Gentherapie zur Heilung werden in Zukunft zum Standard einer personalisierten Medizin gehören.  Mit Hilfe der Informationen, die man aus der Entschlüsselung des menschlichen Genoms in Verbindung mit der Erfassung aktueller Vitaldaten des Patienten gewinnen könnte, ließe sich eine umfassende Gesundheitsvorsorge herstellen. Das persönliche Genom wird in Form digitaler Informationen gespeichert und jedes Mal, wenn ein neuer Gentest zur Diagnose von Erkrankungen entwickelt wird, kann diese Informationen damit abgeglichen und frühzeitig eine entsprechende Vorsorge zur Bekämpfung der Krankheit begonnen werden.  Diese Daten werden an einen virtuellen Avartar geschickt, der somit die grundlegenden Eigenschaften seiner realen Bezugsperson in Bezug auf Aussehen, Krankheit und Alter abbildet. Dieser Avartar kann dann unabhängig im Internet nach relevanten Gesundheitsinformationen anhand der übermittelten Daten aus genetischen und aktuellen Vitalfunktionen fahnden und seinen Besitzer bei Behandlungsbedarf kontaktieren. Er kann in einem weiteren Schritt den Erstkontakt mit Ärzten über das Netz bei medizinischem Behandlungsbedarf herstellen. Weiterhin kann anhand des Vergleiches mit anderen Avartaren eine Simulation des Krankheitsverlaufes der betreffenden Person einschließlich der diagnostischen und therapeutischen Interventionen durchgeführt werden.  Die Programmierung der eigenen DNA wird in Zukunft genauso verständlich und einfach sein, wie es heutzutage der Umgang mit digitaler Software ist. Umso wichtiger wird es sein, in der Bevölkerung ein frühzeitiges Bewusstsein für die Möglichkeiten der Gen- und Biotechnologie zu schaffen, damit auch die ethischen Implikationen in der Gemeinschaft besprochen und diskutiert werden können.  Für diesen Zweck wird SANEXIO „early adopters“ ansprechen und zusammen mit Ihnen die Plattform weiterentwickeln. |

LIFESTYLE bedeutet in Zukunft HUMAN ENHANCEMENT

|  |
| --- |
| Schon jetzt räumt die Zielgruppe der 16- bis 50-Jährigen der eigenen Gesundheit die höchste Priorität ein. Innerhalb dieser Gruppe halten es 94 Prozent der Frauen und 92 Prozent der Männer für besonders wichtig und erstrebenswert, „gesund zu sein und sich körperlich wohl zu fühlen“. Niemals zuvor hatte Gesundheit einen so hohen Stellenwert wie heute. Gesundheit wird somit zur Schlüsselressource und zu einem bevorzugten Konsumgut, wobei rund um Ernährung, Körper, Sport und Lebensqualität eine gigantische Nachfrage und damit eine völlig neue Gesundheitskultur entsteht. Die Gesundheit des einzelnen entwickelt sich zum Statussymbol und die Optimierung des Körpers, der gleichzeitig zum Aushängeschild avanciert, wird für viele zum obersten Gebot. Aus Patienten werden somit gesundheitsbewusste Lifestyle-Konsumenten, die entsprechende Dienstleistungen und Informationen über eine Service-Plattform im Internet abrufen wollen.  Human Enhancement zielt im Rahmen medizinischer Tätigkeit genau auf diese Bedürfnisse ab. Die eben angesprochene personalisierte Medizin wird es hierbei erlauben, jedem einzelnen Menschen individuelle Angaben über seine zukünftige Gesundheit zu machen und Vorschläge zu unterbreiten, wie schon jetzt auf eine mögliche spätere Erkrankung vorbeugend reagiert werden kann. Diese prädikative Medizin wird in unserer Gesellschaft eine zunehmende Rolle spielen.  Human Enhancement bedeutet aber auch dass die Grenzen zwischen Natur und Technik zunehmend verschwimmen. Schon heute ist es möglich, mittels sogenannter Brain-Computer-Interfaces die Aktivität einzelner Hirnregionen von einem Computer abzuleiten, der anschließend aus den Signalen per Mustererkennung eine Bewegungsprognose ableitet und bei Patienten mit Lähmungen eingesetzt werden kann. Warum sollte man sich nicht auch einen Chip implantieren lassen, der es dem Gehirn ermöglicht, Informationen deutlich schneller aufzunehmen, zu verarbeiten und vor allem langfristig zu behalten?  Der menschliche Körper wird alt, krank und gebrechlich. Ihn weniger störanfällig mit Hilfe von Technologien wie beispielsweise der Bio-, Nano- oder Gentechnologie zu machen und weiter zu verbessern, wird es dem Menschen ermöglichen, seine bisherigen körperlichen Grenzen zu überwinden. |

STRATEGIE

DOCVOCAT und JUVANTIS setzen auf Health 2.0

|  |
| --- |
| Anbieter aus dem Bereich des primären und sekundären Gesundheitsmarktes haben bis dato in erster Linie entweder stark gesundheits- und fitnessorientierte Kunden oder aber chronisch kranke Patienten als Zielgruppen anvisiert. Die erste Gruppe besteht aus schwer oder chronisch kranken Patienten, bei denen häufige Kontrollen durch Fachpersonal notwendig sind. Notwendige medizinische Leistungen zur Unterstützung wichtiger Vitalfunktionen oder zur Verbesserung der Lebensqualität werden von Ärzten übernommen und von Versicherungen bezahlt. Für SANEXIO ist diese Gruppe zunächst nicht relevant, da die Eintrittsbarrieren in diesem Segment zu hoch sind.  Die zweite Gruppe umfasst die extrem gesundheitsbewussten Menschen, die aktiv nach entsprechenden Angeboten suchen und überaus motiviert sind, neue Entwicklungen auszuprobieren, viel Zeit in das Erlernen dieser Techniken zu investieren und diese auch selbst zu bezahlen. Für SANEXIO ist diese Zielgruppe als „early adopters“ relevant, an denen MVP´s getestet werden können.  Zwischen diesen beiden Randgruppen befindet sich die deutlich größere Gruppe aller potenziellen Kunden, die nach Informationen suchen, um die eigene Gesundheit besser zu fördern. Diese Verbraucher sind relativ gesund, suchen aber nach Lösungen, welche ihnen die fehlenden Informationen für eine bessere Lebensführung und für eine höhere Kontrolle über die eigene Gesundheit verschaffen können. Für diese Kunden wird SANEXIO mit DOCVOCAT und JUVANTIS entsprechende Plattformen zur Verfügung stellen.  ZG.png |

„AESMETICS“ setzt auf Lifestyle

|  |
| --- |
| Gesundheitsbewusste Lifestyle-Konsumenten sind schon lange eine begehrte Zielgruppe für Hotels, Kosmetikstudios oder Betreiber von Wellnessbereichen. Da für diese Anbieter jedoch eine hohe Eintrittbarriere bei aesthetisch-medizinischen Angeboten besteht, beschränken sich die bisherigen Angebote dieser Einrichtungen auf kosmetische Dienstleistungen oder die klassischen Angebote aus dem Wellnessbereich.  Da gerade dieser Bereich hochsensibel ist und die Kunden im Sinne eines zu erbringenden Werkvertrags einen hohen Anspruch an die einzelnen Dienstleistungen stellen, spielen Transparenz und Qualität eine bedeutende Rolle. Mit der Online-Plattform „Aesmetics“ wollen wir diesen Ansprüchen gerecht werden und aesthetische Mediziner mit Einrichtungen aus dem Wellness-, Touristik-, Gesundheits-, Kosmetik- oder Lifestylebereich in Verbindung bringen. Hierfür wird momentan ein MVP entwickelt und getestet. In einem zweiten Schritt wird diese C2C-Plattform auch auf Privatpersonen erweitert, für die ein definiertes Angebot an aesthetisch-medizinischen Leistungen angeboten wird.  Durch ein standardisiertes Angebot und eine hohe Qualitätskontrolle ist in einem weiteren Schritt geplant, das Konzept als Franchise zu vermarkten und entsprechende Teilnehmer zu zertifizieren. |