



# 1., 2. und 3. Gesundheitsmarkt: Angebot und Nachfrage, Potenziale und Zugangswege

Oliver Rong– Leiter des Subsektors Provider im Competence Center  
Pharma & Healthcare von Roland Berger Strategy Consultants

Hamburg, 11. November 2011

# Inhalt

# Seite

- A.** Gesundheit als Markt
- B.** Nachfrager des Gesundheitsmarktes
- C.** Ausblick und Fazit

This document shall be treated as confidential. It has been compiled for the exclusive, internal use by our client and is not complete without the underlying detail analyses and the oral presentation. It may not be passed on and/or may not be made available to third parties without prior written consent from Roland Berger Strategy Consultants. RBSC does not assume any responsibility for the completeness and accuracy of the statements made in this document.

# Competence Center Pharma & Healthcare – Innovativer Partner unserer Klienten im Gesundheitsmarkt

## **POLITICS**

- > Bundes-/Landes-/Kommunalregierungen
- > Verbände
- > Kommissionen



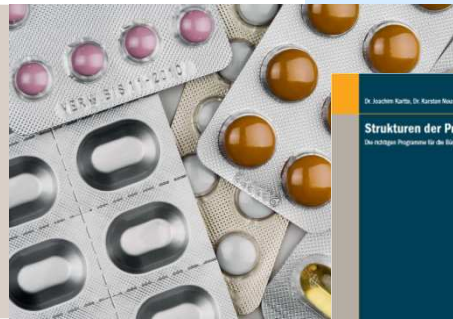
## **PROVIDERS**

- > Uniklinika/Krankenhäuser
- > Wohlfahrtsunternehmen
- > Pflege-/Reha-Anbieter



## **PHARMA/MEDTECH**

- > Pharma
- > MedTech/eHealth



## **PAYORS**

- > Krankenkassen
- > Private Krankenversicherungen



**PUBLICATIONS**

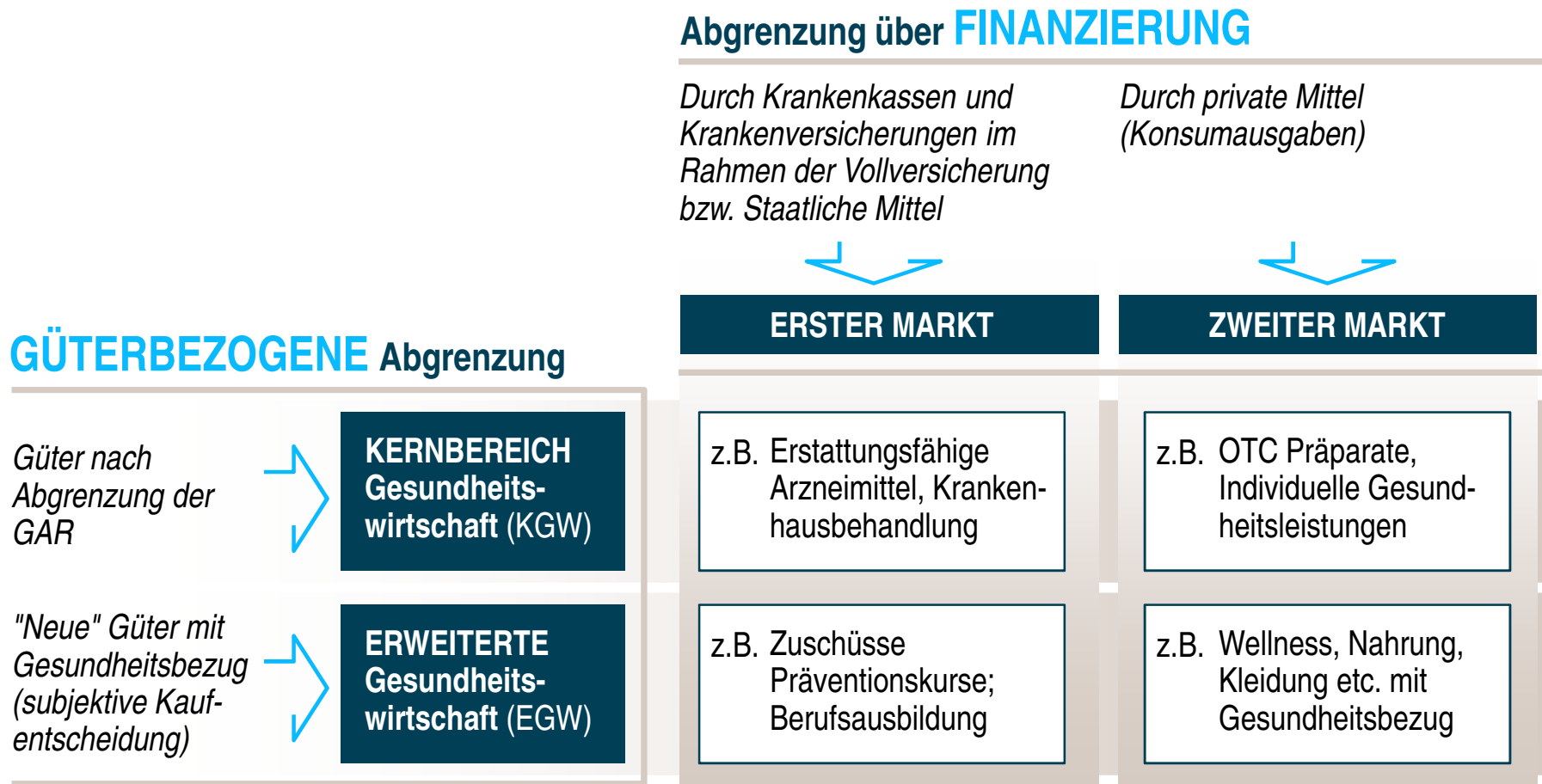


# A. Gesundheit als Markt

**Roland Berger**  
Strategy Consultants



# Das "Gesundheitssatellitenkonto" unterteilt die Güter der Gesundheitswirtschaft nach Güterart und Finanzierungsart



## 290 Mrd. EUR Konsumausgaben in 2007 – davon 20% im Zweiten Gesundheitsmarkt

Aufteilung Konsumausgaben der Gesundheitswirtschaft 2007 [Mrd. EUR/%]

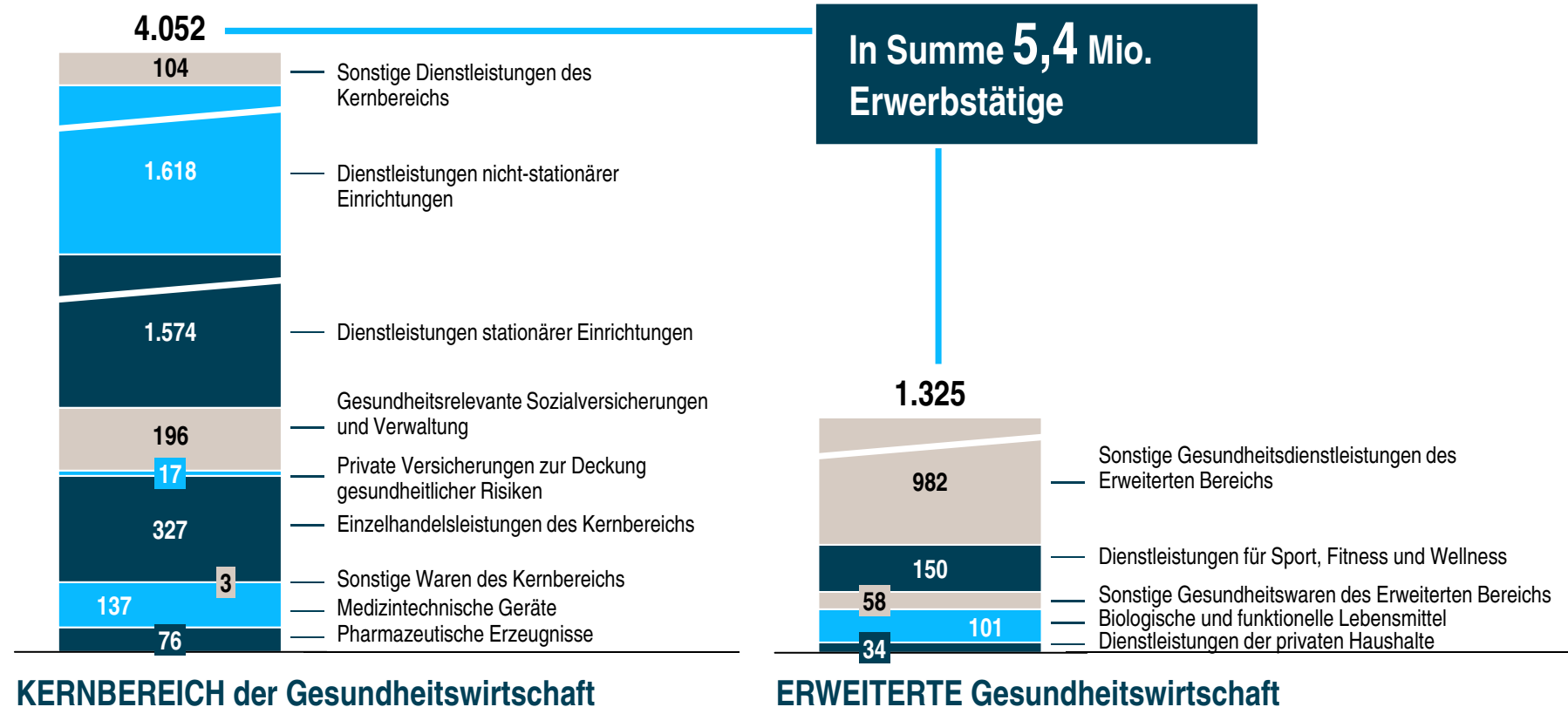
|   | Erster Markt   | Zweiter Markt | GESAMT          |
|---|----------------|---------------|-----------------|
| Kernbereich<br>Gesundheits-<br>wirtschaft | 203,7<br>70,5% | 23,6<br>8,1%  | 227,3<br>78,6%  |
| Erweiterte<br>Gesundheits-<br>wirtschaft  | 28,6<br>9,8%   | 33,4<br>11,6% | 62,0<br>21,4%   |
| GESAMT                                    | 232,3<br>80,3% | 57,0<br>19,7% | 289,3<br>100,0% |

Absolut

Anteil Gesamt

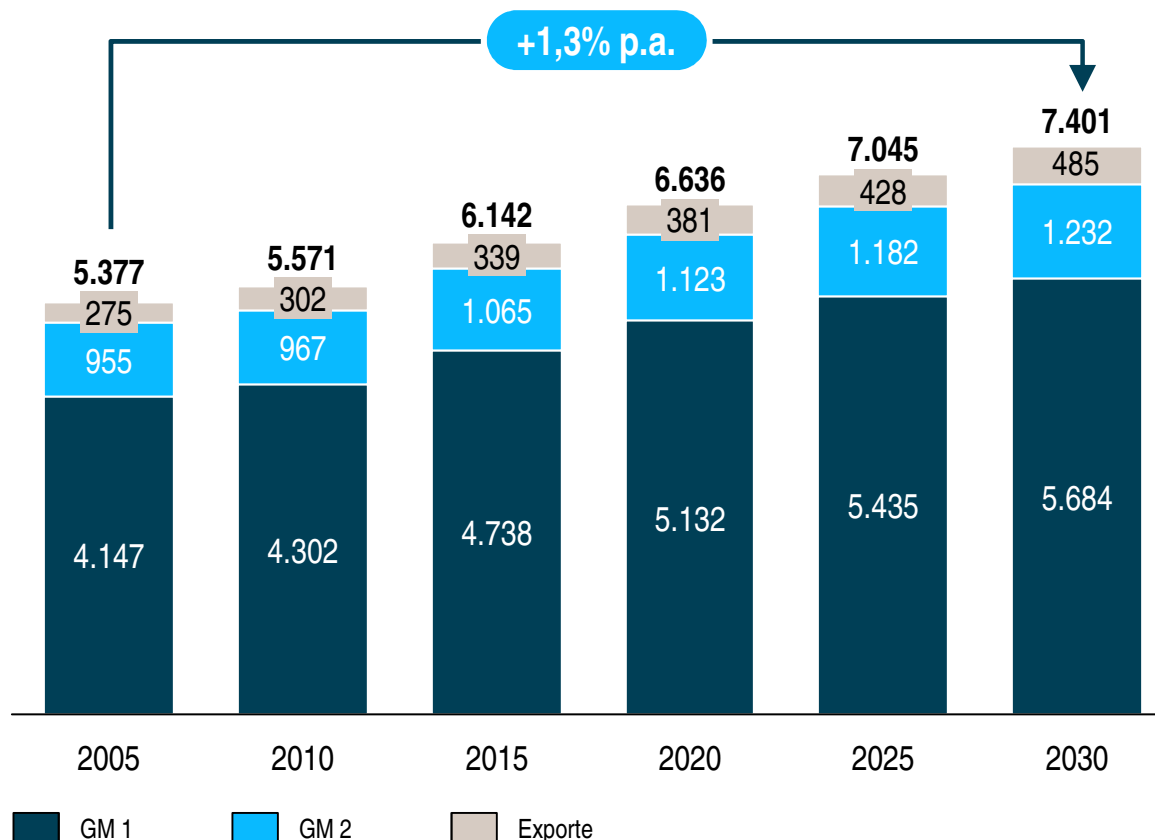
# Im Jahr 2005 war jeder siebte Erwerbstätige in der Gesundheitswirtschaft tätig ...

Anzahl Erwerbstätige [Tsd.]



# ... im Jahr 2030 arbeitet jeder Fünfte in der Gesundheitswirtschaft

## Erwerbstätige in Teilmärkten der Gesundheitswirtschaft [Tsd.]

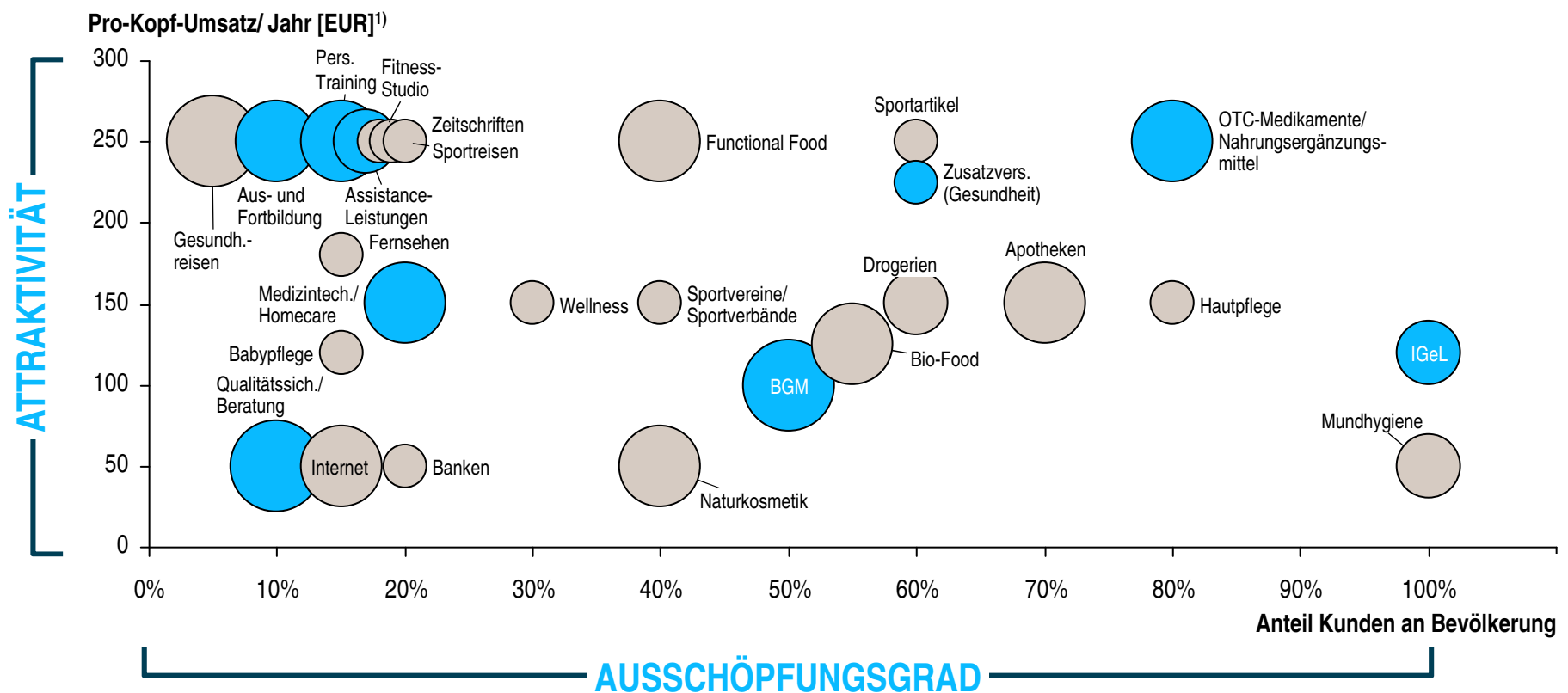


- > Berechnung im Szenario mit reduziertem MTF (0,5% p.a.)
- > **Anteil der Erwerbstätigen** an Erwerbstätigen insgesamt im Jahr **2030: 20,8%** – **jeder Fünfte** Erwerbstätige arbeitet in der **Gesundheitswirtschaft** (2005: ca. jeder **Siebte**)
- > **Produktivitätssteigerungen** bei der Prognose berücksichtigt (historisch ca. 0,5% pro Jahr nach Inflationsbereinigung)



# Teilmärkte im Zweiten Gesundheitsmarkt

## Teilmärkte im Zweiten Gesundheitsmarkt



1) Nur privat finanzierter Umsatz



Kreisgröße entspricht Wachstumspotenzial



Potenzial für Leistungserbringer

# Erweiterung des individuellen Leistungsangebotes unter Nutzung vorhandener Ressourcen

Exemplarische Leistungen und Erlöspotenziale im 2. Markt [in EUR]

| Kategorie   | Beispiel   | Potenzial im 2. Markt je stat. Fall |
|---|--|-------------------------------------|
| Wahlleistung – Komfortelemente, PKV               | "Sanitärzone" und weitere aus Anlage Komfortelemente                       | 25 ✓                                |
| <b>LEISTUNGEN DES 1. MARKTS</b>                   |  |                                     |
| Wahlleistung – Komfortelemente für GKV Patienten  | s.o. systematische Vermarktung an GKV Patienten                            | 35 +                                |
| Medizinische-, Gesundheits- und Serviceleistungen | Prävention, alternative Heilmethoden, Kosmetik, Betreuungsleistungen, etc. | 110 +                               |
| <b>GESAMT für 2. Markt</b>                        |  | <b>145</b>                          |

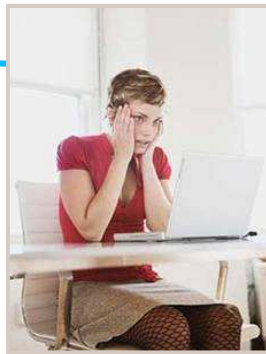
- > Eine konsequente Ausschöpfung weiterer Erlösquellen kann zu Erlöspotenzial i.H.v. ca. 145 EUR pro stationärem Fall führen
- > Bei einem Beispielkrankenhaus mit rd. 40.000 Fällen führt das zu ca. 5,8 Mio. zusätzlichen Erlösen
- > Ziel sollte weitestgehende Leistungserbringung durch Produktivitätssteigerung sein

A photograph of two medical professionals in white lab coats. A man in the foreground is gesturing with his hands while talking to a woman whose back is partially to the camera. They are in a bright, modern clinical setting with large windows in the background.

## B. Nachfrager des Gesundheitsmarktes

**Roland Berger**  
Strategy Consultants

## TYP 1: Die selbstkritischen Interessierten kümmern sich um ihre Gesundheit und geben viel dafür aus

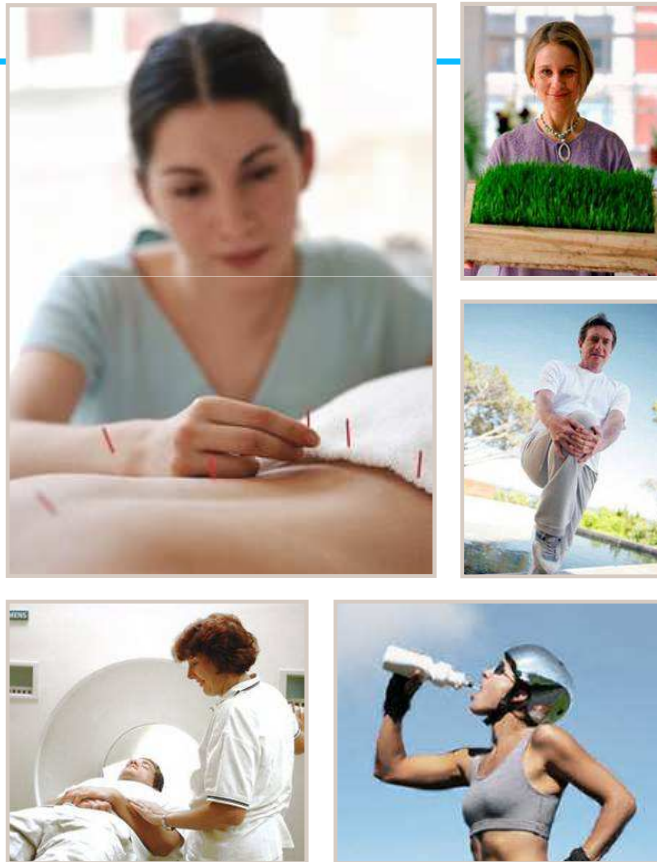


- > Befassen sich intensiv mit Gesundheitsthemen und dem eigenen Gesundheitszustand
- > Nutzen am häufigsten Wellness und Heilpraktiker
- > Insbesondere unter 35-Jährige, viele Bezieher hoher Einkommen
- > Ca. 1.600 EUR p.a. private Gesundheitsausgaben; höchste Bereitschaft, noch mehr auszugeben

**SELBSTKRITISCH  
INTERESSIERTE (14%)**

KURZBESCHREIBUNG

## TYP 2: Die rundum Aktiven leben ein ausgewogenes Verhältnis von Sport, Wellness und Vorsorge



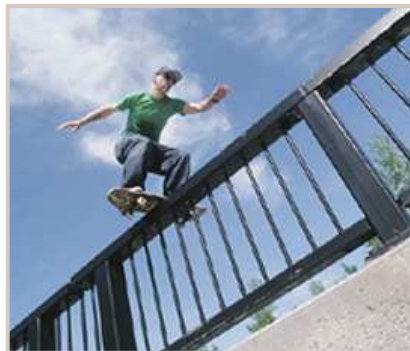
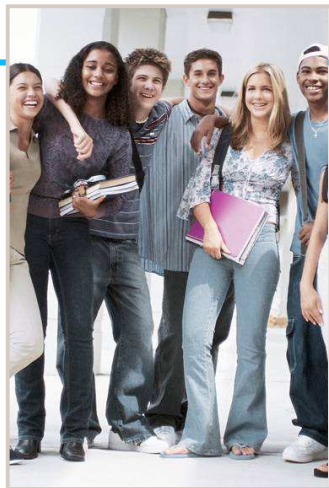
- > Sportlich aktiv, an Wellness interessiert und bereit, Geld für Vorsorge auszugeben
- > Fördern Gesundheit durch eigenes Handeln, fühlen sich gut und gehen selten zum Arzt
- > Stärkstes Interesse für Nahrungsergänzungsmittel, Bioprodukte und alternative Heilmethoden
- > Insbesondere 30-50 Jahre alt, überdurchschnittliche Schulbildung und Einkommen
- > Ca. 1.100 EUR p.a. private Gesundheitsausgaben

**RUNDUM AKTIVE (21%)**

KURZBESCHREIBUNG



## TYP 3: Die sorglosen Sportler tun das Richtige, ohne allzu viel darüber nachzudenken



- > Sport ist wichtiger Lebensinhalt, Gesundheit dabei eher Nebeneffekt
- > Beschäftigen sich sonst wenig mit Gesundheitsthemen
- > Empfinden sich am gesündesten, Arztbesuch nur, wenn sie wirklich krank sind
- > Überdurchschnittlich repräsentiert durch Schüler, Studenten und Rentner, entsprechend niedrigstes Durchschnittseinkommen
- > Ca. 1.100 EUR p.a. private Gesundheitsausgaben

**SORGLOSE SPORTLER (17%)**

KURZBESCHREIBUNG



## TYP 4: Die passiven Zauderer haben ein schlechtes Gewissen, tun aber relativ wenig für ihre Gesundheit



- > "Eigentlich müsste ich mehr für meine Gesundheit tun", kann sich aber weder zu Sport oder Wellness, noch zu theoretischer Beschäftigung mit Gesundheit aufraffen
- > Gehen mit Abstand am häufigsten zum Arzt, der gleichzeitig wichtigste Informationsquelle zur Gesundheit ist
- > In allen Altersstufen vertreten, unterdurchschnittliche Bildung und Einkommen
- > Ca. 600 EUR p.a. private Gesundheitsausgaben

**PASSIVE ZAUDERER (19%)**

KURZBESCHREIBUNG

## TYP 5: Die traditionellen Minimalisten sehen den Arzt als Garant für ihre Gesundheit



- > Gesundheit bedeutet für sie die Abwesenheit von Krankheit. Sie sind sportlich kaum aktiv, nicht an Gesundheitsthemen interessiert und geben am wenigsten dafür aus
- > Gesundheitsvorsorge reduziert sich bei den traditionellen Minimalisten auf gelegentliche Arztbesuche
- > Die meisten Rentner und das höchste Durchschnittseinkommen in dieser Gruppe
- > Ca. 300 EUR p.a. private Gesundheitsausgaben

### TRADITIONELLE MINIMALISTEN (29%)

KURZBESCHREIBUNG

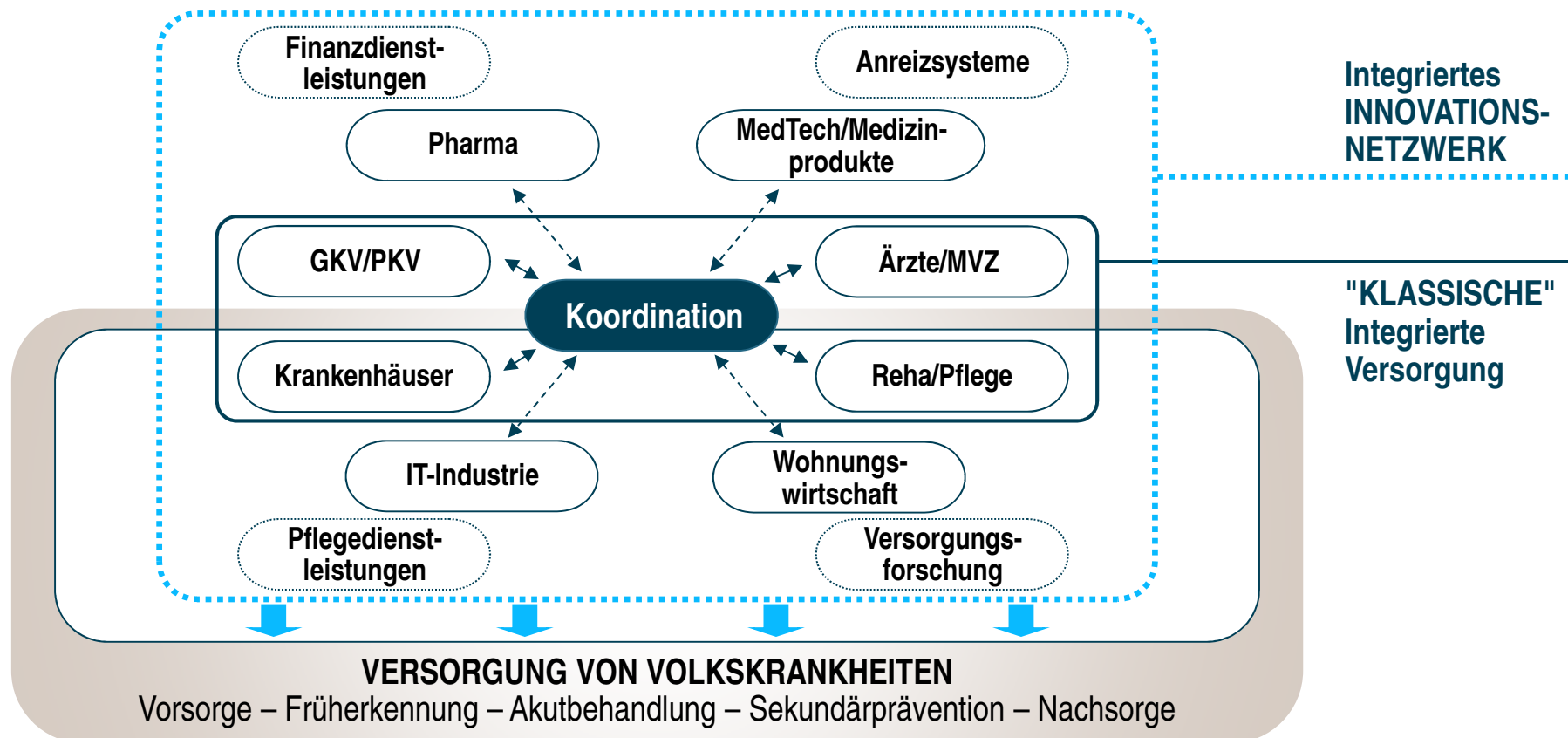
A photograph of two medical professionals in white lab coats. A man in the foreground is gesturing with his hands while speaking to a woman whose back is partially to the camera. They are in a bright, modern clinical environment with large windows in the background.

## C. Ausblick und Fazit

**Roland Berger**  
Strategy Consultants

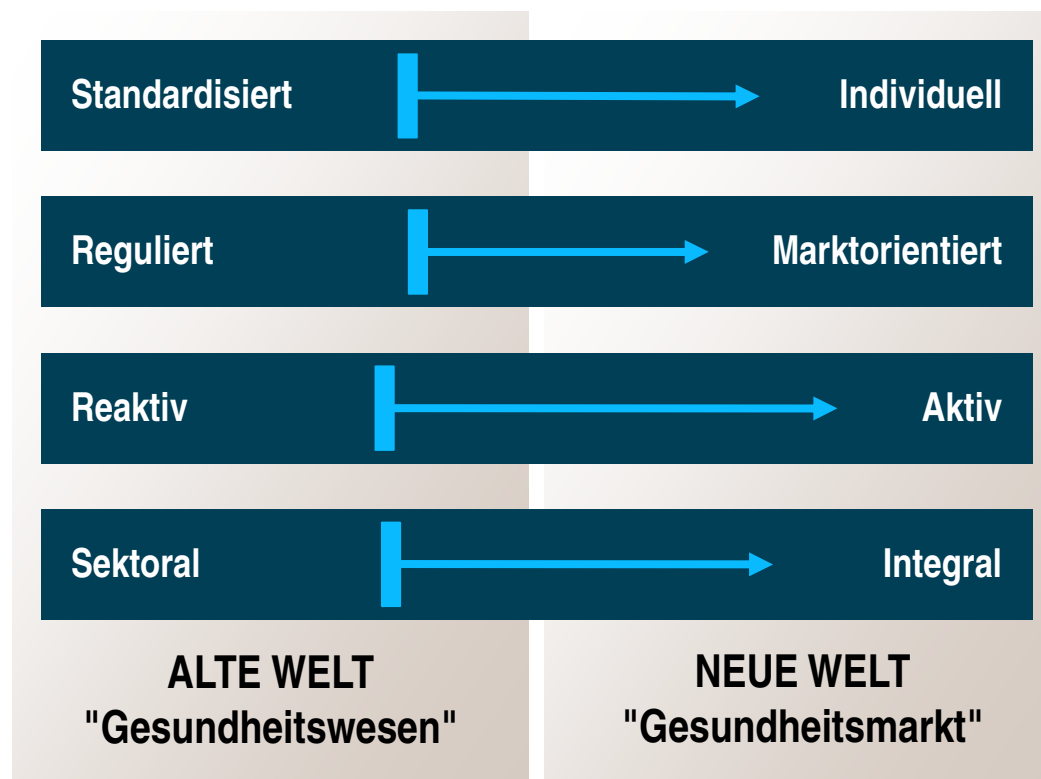
# Gesundheitsversorgung wird sich zukünftig in regionalen Netzwerken abbilden – Leistungen von Prävention bis Kuration

## Schema Integriertes Innovationsnetzwerk



# FAZIT – Das Gesundheitswesen wird zunehmend auch Gesundheitsmarkt

## Übergreifende Markttrends



 = Derzeitiger Stand der Entwicklung

> Mündigkeit / Eigenverantwortung der Bürger


> Wettbewerb / Konzentration im "Ersten Markt"  
> Wachsender "Zweiter Markt"

> Leistungserbringer: "Flucht nach vorne"  
> Neue (Gesundheits-)Unternehmer

> (Wirtschaftliche) Versorgungsnetzwerke  
> Alternative populationsbasierte Modelle

TREND





It's character that creates  
impact!