

Digital Technology

# Digitalisierung im Gesundheitswesen – eine Chance für Start-ups

42 Milliarden Digitalisierungspotenzial für  
alle Akteure im Gesundheitswesen



## Executive Summary

Die Basis für die Digitalisierung des Ökosystems Gesundheit in Deutschland ist durch erste zentrale Anwendungen wie die elektronische Patientenakte (ePA) oder digitale Gesundheitsanwendungen (DiGA) zwar geschaffen, der Durchbruch in der Breite steht jedoch noch bevor. Start-ups kommt hierbei eine wesentliche Rolle als Innovationstreiber zu. Blickt man auf die Verteilung der Start-ups auf verschiedene Themenfelder, fällt auf, dass einige Bereiche überrepräsentiert sind, während in anderen nur wenige Marktteilnehmende zu finden sind. Dies liegt vor allem an Marktdynamiken wie hoher Komplexität, strikter Regulatorik und fehlenden Möglichkeiten zur Integration mit vorhandenen Technologien. Dennoch können Start-ups weitere Potenziale ausschöpfen – vorausgesetzt, die regulatorischen Rahmenbedingungen werden innovationsfreundlicher. Zudem können Kooperationen mit etablierten Unternehmen sowie patientenzentrische Vergütungsmodelle eine Schlüsselrolle spielen.

Das Digitalisierungspotenzial für alle Akteure im deutschen Gesundheitssektor beläuft sich auf

# 42 Mrd. EUR p.a.

## What's hot (and what's not)? Die Start-up-Landschaft im Ökosystem Gesundheit

Das Ökosystem Gesundheit wird immer digitaler. Wie eine Studie von McKinsey und dem Bundesverband Managed Care e.V. belegt, beläuft sich das Digitalisierungspotenzial für alle Akteure im deutschen Gesundheitssektor (u.a. Leistungserbringer, Kostenträger, Start-ups und große, etablierte Unternehmen) auf 42 Milliarden Euro.<sup>1</sup> Dies entspricht rund 12% der gesamten jährlichen Gesundheits- und Versorgungskosten von hochgerechnet 343 Milliarden Euro im Jahr 2021. Die Corona-Pandemie hat die digitale Transformation weiter befeuert – allerdings wartet die Anwendung relevanter Technologien noch immer auf ihren Durchbruch in der Breite.

## Das Digitalisierungspotenzial setzt sich aus Kosteneinsparungen, neuen Einnahmequellen, Beiträgen zur Versorgungsqualität und Ressourcenallokation in Versorgung statt Verwaltung zusammen.

### Wie sieht die Start-up-Landschaft aus?

Schon heute übernimmt eine Vielzahl an Start-ups in allen Bereichen des Ökosystems Gesundheit eine wichtige Rolle bei der Innovation und digitalen Transformation. Doch der Markt ist unübersichtlich. Welche Themen greifen Start-ups auf? Wo decken sich Digitalisierungsbedarf und Geschäftsmodelle – und wo nicht?

Diesen Fragen widmet sich die vorliegende Studie mit dem Ziel, durch einen quantitativen Überblick mehr Klarheit über die deutschsprachige Start-up-Landschaft im Gesundheitsbereich zu schaffen. Die aktuelle

<sup>1</sup> „Digitalisierung im Gesundheitswesen: „Die 42-Milliarden-Euro-Chance“, McKinsey, Mai 2022, <https://www.mckinsey.de/news/presse/2022-05-24-42-mrd-euro-chance>.

Untersuchung unterscheidet fünf Bereiche im Ökosystem Gesundheit (Abbildung 1): digitale Gesundheit, E-Health, Enabler-Technologien, MedTech sowie BioTech/Pharma.

Lösungen der **digitalen Gesundheit** beziehen Patient:innen direkt in das Gesundheitsmanagement mit ein (z.B. Telekonsultation, Fernüberwachung chronisch Erkrankter). **E-Health-Anwendungen** hingegen richten sich hauptsächlich an Fachkräfte im Gesundheitswesen und zielen auf schlankere Prozesse bei Leistungserbringern ab (z.B. E-Überweisungen, klinische Entscheidungsunterstützung). Als **Enabler-Technologien** werden Lösungen und Systeme bezeichnet, die alle Beteiligten und Prozesse im gesamten Ökosystem Gesundheit unterstützen (z.B. ePA, E-Rezept, virtuelle Assistenten). **MedTech** stellt Technologien für das Gesundheitswesen bereit, seien es ambulante medizinische Geräte, Technologien für Krankenhäuser oder direkt für Patient:innen. **BioTech/Pharma** umfasst Unternehmen, die Arzneimittel oder pharmazeutische Produkte erforschen, entwickeln, produzieren und vermarkten, die als Medikamente für Patient:innen bestimmt sind.

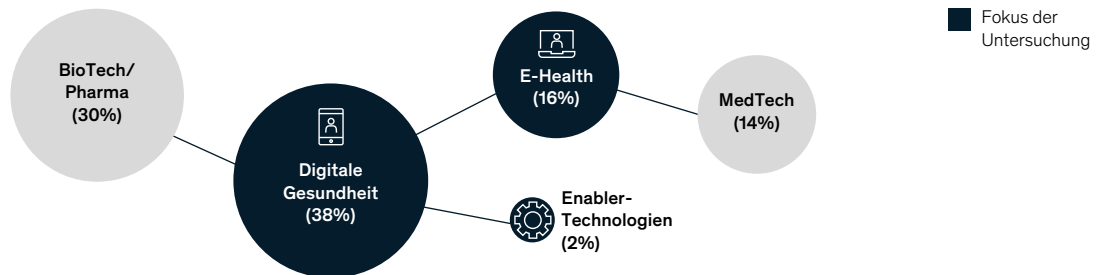
Die aktuelle Untersuchung baut auf der Studie „Die 42-Milliarden-Euro-Chance“ auf und fokussiert somit nur die Themenfelder, die die Digitalisierung des Ökosystems Gesundheit betreffen: **digitale Gesundheit, E-Health, Enabler-Technologien**.

In die drei genannten Bereiche ordnet die Studie 26 unterschiedliche digitale Gesundheitstechnologien ein (Abbildung 1), die sich wiederum in sechs Lösungskategorien zusammenfassen lassen (Abbildung 2): Onlineinteraktionen, Umstellung auf papierlose Datenverarbeitung, Arbeitsabläufe/Automatisierung, Entscheidungsunterstützung durch Datentransparenz, Patientenselbstbehandlung sowie Patienten-Self-Service.

Abbildung 1:

## Überblick über das Ökosystem Gesundheit

Anteil der Start-ups pro Bereich, in Klammern



### Digitale Gesundheit

- Telekonsultation
- Fernüberwachung chronisch Erkrankter
- E-Triage
- Management chronischer Erkrankungen
- Medizinische Chatbots
- Vorbeugung von Erkrankungen
- Patientenunterstützende Netzwerke
- Schmerzbehandlung
- Digitale Diagnosetools
- Elektronische Terminvereinbarung

### E-Health

- Roboter-Krankenhauslogistik
- E-Überweisungen
- Prozessautomatisierung
- Leistungs-Dashboards
- Steuerung der Patientenströme
- Klinische Entscheidungsunterstützung
- Kostenträgeranalyse
- Genetische Tests
- Mobile Vernetzung des Pflegepersonals
- RFID
- Barcode für Verabreichung von Medikamenten
- Überwachung der Vitalparameter

### Enabler-Technologien

- Krankenhausinterne Mitarbeiterkommunikation
- Virtuelle Assistenten
- ePA
- E-Rezept

### BioTech/Pharma

- Pharmaforschung
- Pharmaentwicklung
- BioTech
- OMICS

### MedTech

- Wearables, Implantate, Geräte für Heimgebrauch
- Ambulante medizinische Geräte
- Medizinische Geräte für Krankenhäuser
- 3D-Druck/Bioprinting

## Methodik

Für die Studie wurden 770 Start-ups aus dem deutschsprachigen Raum betrachtet und anhand ihrer Schwerpunkte kategorisiert; 430 entfallen hierbei auf die drei Kernbereiche digitale Gesundheit, E-Health, Enabler-Technologien. Die Definition der Kategorien erfolgte analog zur McKinsey-Studie „Die 42-Milliarden-Euro-Chance“ (Abbildung 1).

Grundlage für die quantitative Analyse dieses Artikels ist ein Datensatz aus der Datenbank PitchBook<sup>2</sup>. Dieser wurde selektiv durch branchenspezifische Verzeichnisse (z.B. DiGA-Verzeichnis<sup>3</sup>), Experteninterviews und Pressesuche ergänzt.

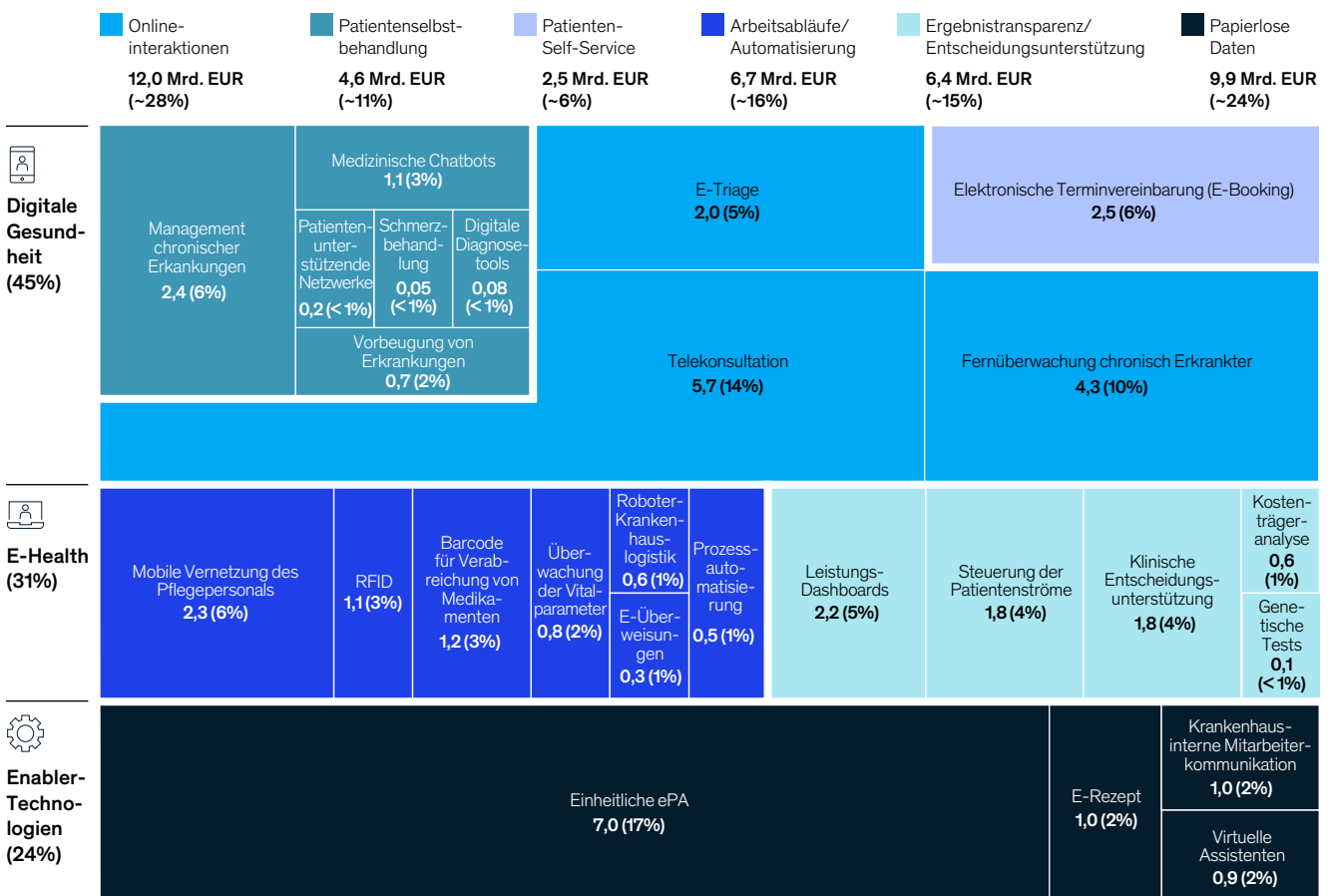
Untersucht wurden Unternehmen, die nach 2010 und nicht als Teil eines größeren Unternehmens gegründet wurden und die noch keinen Börsengang/Exit abgeschlossen haben. Die Größe des Unternehmens war kein Ausschlusskriterium.

Bei Start-ups, die mehrere Bereiche abdecken, wurde jeweils nur der Bereich mit dem stärksten Fokus analysiert. Unternehmen aus angrenzenden Bereichen der medizinischen Wertschöpfungskette (z.B. BioTech/Pharma oder MedTech – siehe Abbildung 2) wurden nicht betrachtet.

Die Analyse bezieht sich ausschließlich auf Unternehmen mit Hauptsitz im deutschsprachigen Raum. Unternehmen mit ausländischem Hauptsitz, die im deutschsprachigen Markt aktiv sind, wurden nicht berücksichtigt.

Abbildung 2:

### Wertepools aller Akteure im Gesundheitswesen entlang von 26 Gesundheitstechnologien, in Mrd. EUR



Hinweis: Gerundete Zahlen können zu leichten Abweichungen führen

<sup>2</sup> Daten basieren auf einer durch McKinsey durchgeführten Analyse eines Datenexports aus PitchBook, Mai 2022, <https://pitchbook.com>; PitchBook ist eine Datenbank, die Daten und Analysen zu privaten Kapitalmärkten bereitstellt, einschließlich Risikokapital, Private Equity und M&A-Transaktionen.

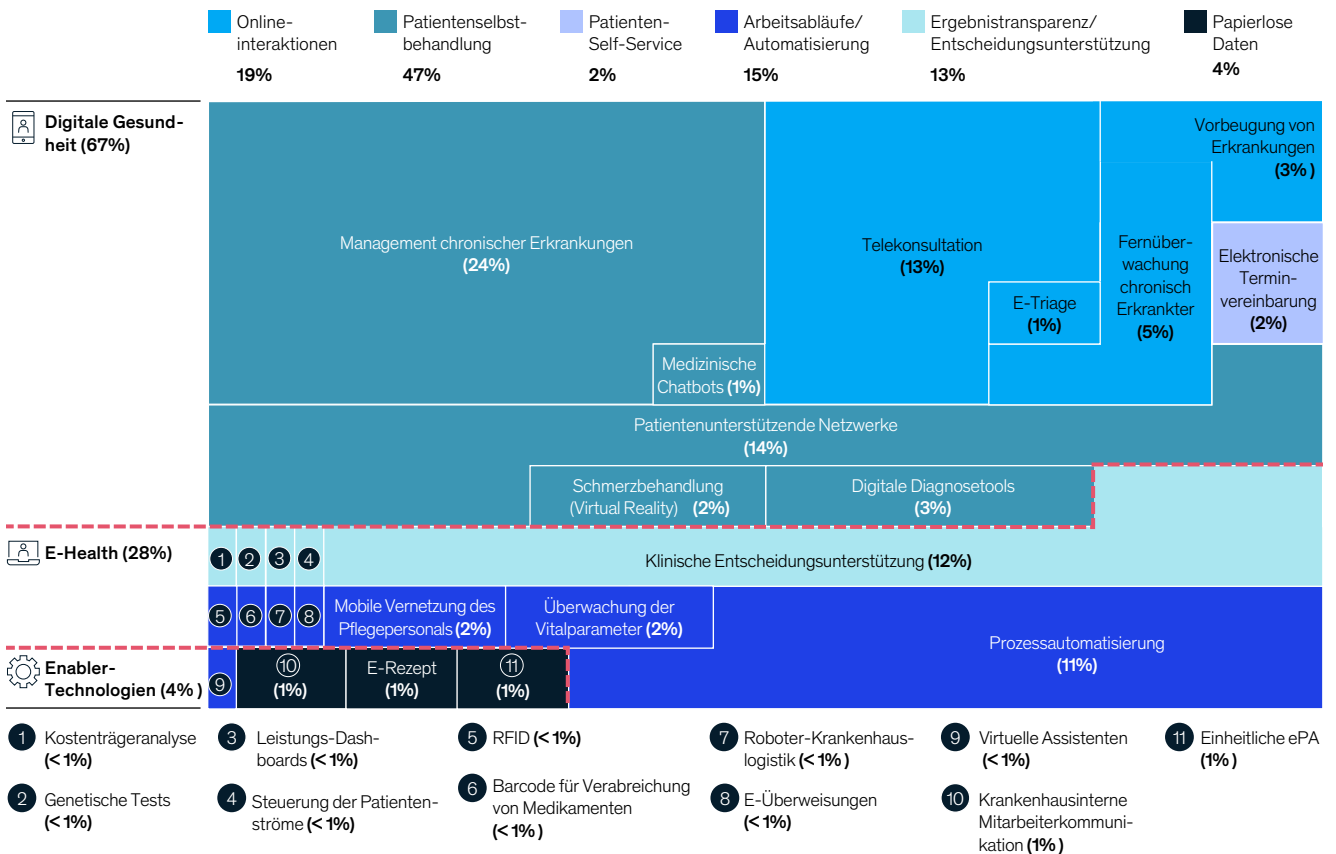
<sup>3</sup> Verzeichnis für digitale Gesundheitsanwendungen.

## Deutlich mehr Gründungen im Bereich digitale Gesundheit

Die Verteilung der Start-ups auf die drei Fokusbereiche des Ökosystems Gesundheit (430 der insgesamt 770 Start-ups) zeigt einen deutlichen Schwerpunkt (Abbildung 3): Zwei von drei Start-ups (67%) zählen zum Bereich digitale Gesundheit, 28% sind im Bereich E-Health zu finden und nur 4% widmen sich den Enabler-Technologien. Wie deckt sich nun diese Gewichtung mit dem vorhandenen Digitalisierungspotenzial? Sind die meisten Start-ups auch in den Bereichen mit dem größten Potenzial zu finden?

Abbildung 3:

### Verteilung der Start-ups entlang der Gesundheitstechnologien



Hinweis: Gerundete Zahlen können zu leichten Abweichungen führen

Der Abgleich legt offen: Es besteht ein Ungleichgewicht zwischen der Anzahl der Start-ups und dem Digitalisierungspotenzial in den verschiedenen Bereichen. Einige Bereiche sind unter-, andere hingegen überrepräsentiert; wertvolles Digitalisierungspotenzial könnte somit ungenutzt bleiben (Abbildung 4).

67% der Start-ups lassen sich dem Bereich digitale Gesundheit zuordnen; hier liegen allerdings nur 45% des Potenzials. 4% der Start-ups kommen auf 23% des Potenzials bei den Enabler-Technologien. Im Bereich E-Health entspricht der Start-up-Anteil (28%) in etwa dem Potenzial (32%).

Blickt man eine Ebene tiefer auf die einzelnen Technologien, wird die Diskrepanz besonders deutlich: 17% des gesamten Digitalisierungspotenzials im deutschsprachigen Sektor verspricht das Thema ePA. Unter den Start-ups ist es mit 1% unterrepräsentiert.

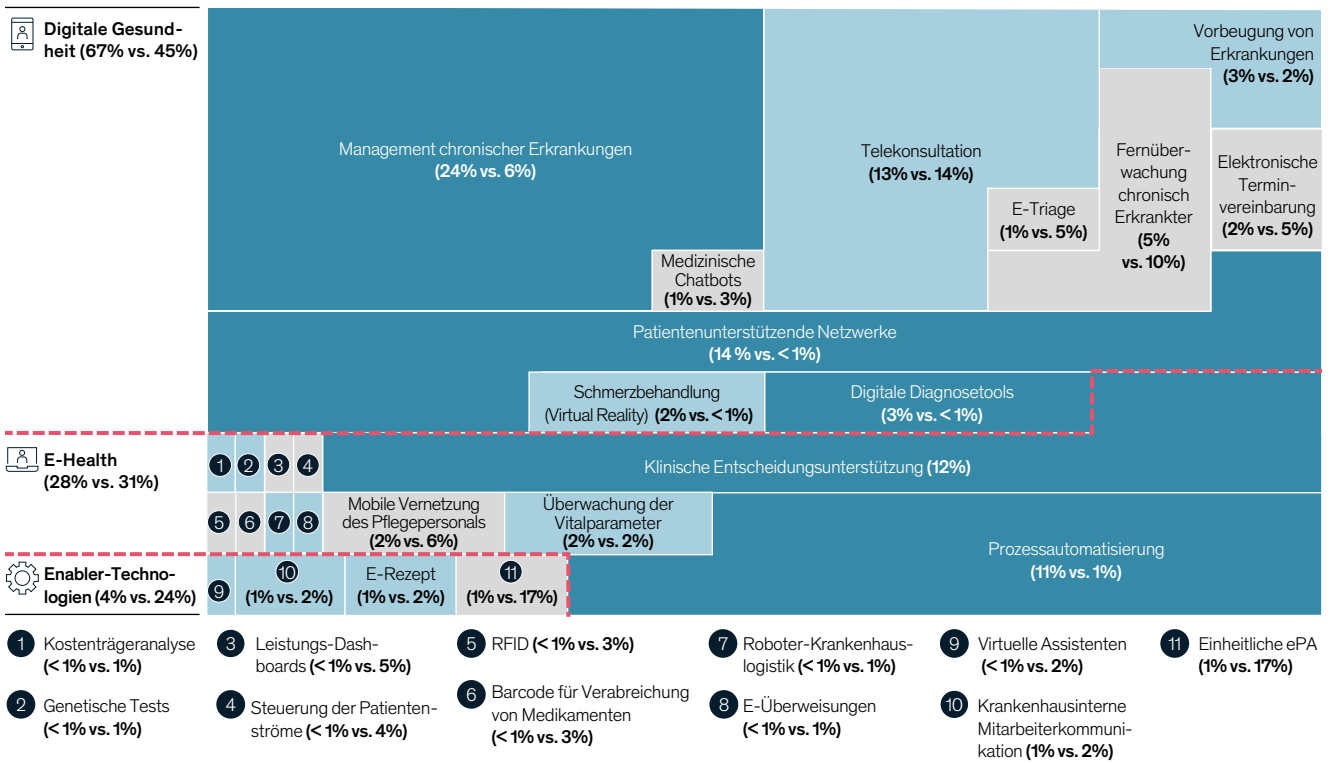
Überrepräsentiert sind dagegen beispielsweise Lösungen zum Management chronischer Erkrankungen. 24% der Start-ups befassen sich mit diesem Thema, doch nur 6% des Digitalisierungspotenzials liegen hier. Eine ähnliche Diskrepanz zeigen die Daten bei den patientenunterstützenden Netzwerken: 14% der Start-ups sind hier aktiv, obwohl dieser Bereich für weniger als 1% des Digitalisierungspotenzials steht.

Abbildung 4:

## Grafischer Vergleich von Digitalisierungspotenzial und Verteilung der Start-ups

Relative Repräsentation gemessen an Anzahl der Start-ups gegenüber Digitalisierungspotenzial, in Klammern (so beinhaltet z.B. der Bereich digitale Gesundheit 67% aller Start-ups, entspricht allerdings lediglich 45% des Digitalisierungspotenzials von 42 Mrd. EUR)

■ Überrepräsentation  
 ■ Gleichverteilung  
 ■ Unterrepräsentation



### Herausforderungen des Markts erkennen

Wo liegen die Gründe für die Asymmetrie zwischen den Potenzialen und der aktuellen Verteilung der Start-ups im deutschen Ökosystem Gesundheit – und was folgt daraus?

#### Enabler-Technologien: Regulatorische Herausforderungen erschweren den Marktzugang

Bei den Enabler-Technologien stellt die ePA mit 17% des gesamten Digitalisierungspotenzials den größten Wertepool dar,<sup>4</sup> jedoch widmen sich nur 1% der Start-ups diesem Bereich. Per Definition benötigt die ePA zur vollen Potenzialentfaltung einen einheitlichen Standard, der vom Regulierer gesetzt wird. Zudem ist die Umsetzung der erforderlichen Sicherheitsstandards mit hohen Investitionskosten verbunden. Somit gibt es also einen Verdrängungswettbewerb zwischen Softwareanbietern und einen „Winner takes it all“-Markt. Langfristig bleiben nur wenige Teilnehmende am Markt, und diejenigen mit geringerer Adaption ihrer Standards scheiden aus.

Derzeit wird der Markt weitgehend von der gematik<sup>5</sup> und einigen weiteren großen Anbietern dominiert. Krankenkassen müssen ihren Versicherten die ePA bereitstellen, und die gematik treibt die Einführung des E-Rezepts voran. Für Start-ups ist der Markt schwer zugänglich; langwierige regulatorische Prozesse und häufige regulatorische Änderungen erschweren die Planung.

#### E-Health: an bestehende Lösungen anknüpfen

Im Bereich E-Health sind die mobile Vernetzung des Pflegepersonals sowie übersichtliche Leistungs-Dashboards für Krankenhäuser mit insgesamt 11% die Haupttreiber des Digitalisierungspotenzials; dennoch befinden sich lediglich 2% der Start-ups in diesem Segment. Prozessautomatisierung und klinische Entscheidungsunterstützung scheinen ausreichend abgedeckt zu sein, andere technische Themen (z.B.

<sup>4</sup> Vgl. „Digitalisierung im Gesundheitswesen: Die 42-Milliarden-Euro-Chance“, McKinsey, Mai 2022, <https://www.mckinsey.de/news/presse/2022-05-24-42-mrd-euro-chance>.

<sup>5</sup> Nationale Agentur für Digitale Medizin.



Kostenträgeranalyse, Steuerung der Patientenströme, E-Überweisungen) sind hingegen noch nicht ausreichend besetzt. Was steckt hinter diesen Diskrepanzen?

Der E-Health-Markt ist geprägt von Lösungen großer Health-IT-Firmen, die tief in die Betriebsprozesse integriert sind, wie etwa Krankenhausinformationssysteme. Die Bereitschaft der Anbieter, ihre technischen Schnittstellen zu öffnen, ist teilweise noch verhalten. Hinzu kommt, dass nur wenige Kunden potenziell verfügbar sind. Die meisten Krankenhäuser haben entweder eigene Lösungen oder sind bereits vertraglich an bestimmte Softwarehäuser gebunden; die Wechselraten sind niedrig. Im Bereich Krankenhaussoftware bleiben Kunden beispielsweise oft über mehrere Jahrzehnte bei einem Anbieter. Somit ist es für Start-ups schwer, in diesem Markt Fuß zu fassen.

Trotzdem bietet das E-Health-Segment weitere Chancen zur Digitalisierung, etwa durch neue Technologien wie RFID oder Robotics sowie durch den Einsatz von Barcodes bei der Verabreichung von Medikamenten. Start-ups, die in der Lage sind, diese komplexe Umgebung zu meistern und erfolgreich an existierende Systeme anzudocken, können also mit großem Wachstumspotenzial belohnt werden.

Bei den Enabler-Technologien stellt die ePA mit **17%** den Großteil des Digitalisierungspotenzials,<sup>6</sup> jedoch widmen sich nur 1% der Start-ups diesem Bereich.

**14%** der Start-ups sind bei den patientenunterstützenden Netzwerken aktiv, obwohl dieser Bereich für weniger als 1% des Digitalisierungspotenzials steht.

### **Digitale Gesundheit: Stärken der Start-ups nutzen**

Das Thema digitale Gesundheit ist bei Start-ups vergleichsweise überrepräsentiert. Für Gründer:innen erscheint es in vielerlei Hinsicht attraktiv: Der Markt ist relativ unbearbeitet, es gibt wenig bis keinen Wettbewerb mit großen Anbietern. Eintrittsschwellen sind vergleichsweise niedrig, da Start-ups beispielsweise Gesundheitsanwendungen für Patient:innen mit geringerem finanziellen Aufwand entwickeln und direkt über die App Stores zugänglich machen können. In Bereichen mit direktem Zugang zu Patient:innen können Start-ups außerdem ihre Stärken rund um Kundenorientierung, positive Nutzererfahrung und Innovationspotenzial ausspielen. Wie eine weitere McKinsey-Studie zeigt, ist „Convenience“, also Benutzerfreundlichkeit, der wichtigste Erfolgsfaktor für Gesundheitssoftware.<sup>6</sup> Hier sind Start-ups klar im Vorteil.

Zudem verspricht dieser Bereich eine gewisse Sicherheit für neue und innovative Geschäftsmodelle, denn die Zulassung von DiGA bietet einen gesetzlichen Rahmen. Als DiGA werden „Apps auf Rezept“ bezeichnet, die von den Krankenversicherungen mittlerweile erstattet werden.<sup>7</sup> Dieses Vergütungsmodell ist sehr attraktiv, weil damit eine Alternative dazu geschaffen wird, dass Patient:innen selbst zahlen.

Der starke Fokus der Start-ups auf den Themenbereich digitale Gesundheit, insbesondere das Management chronischer Erkrankungen, ist vor allem im Hinblick auf das Potenzial zur Internationalisierung sinnvoll. Während Lösungen im E-Health-Bereich oft stärker an länderspezifische Regulatorik (wie die Zulassung durch die Kassenärztliche Bundesvereinigung (KBV)) und vorhandene Systemarchitektur gebunden sind, lassen sich Anwendungen für Patient:innen oft einfacher auf andere Länder übertragen.

Andere Bereiche der digitalen Gesundheit ermöglichen keinen direkten Zugang zu Patient:innen und scheinen unattraktiver: Bei der elektronischen Terminvergabe und Telekonsultation handelt es sich nicht um B2C-, sondern um B2B2C-Modelle<sup>8</sup> mit Ärzt:innen statt Patient:innen als Kundschaft. Start-ups müssen Überlegungen zur Wertschöpfungstiefe anstellen; im Bereich Telekonsultation könnte dies beispielsweise die Entscheidung zwischen einem reinen Softwareangebot für Arztpraxen und dem Aufbau eigenen medizinischen Personals bedeuten. Trotz der Komplexität ihrer Wertschöpfungskette bieten diese Bereiche große Chancen gerade für Start-ups, denn auch hier ist die Nutzererfahrung von zentraler Bedeutung: Angebote werden nur dann in Anspruch genommen, wenn sie für Endnutzende einfach und übersichtlich zu handhaben sind. Hier können Gründer:innen punkten.

<sup>6</sup> Vgl. McKinsey: <https://www.mckinsey.com/industries/healthcare-systems-and-services/our-insights/digital-health-ecosystems-voices-of-key-healthcare-leaders>, Oktober 2021.

<sup>7</sup> Vgl. BfArM: <https://diga.bfarm.de/de>.

<sup>8</sup> Business-to-Consumer (B2C) und Business-to-Business-to-Consumer (B2B2C).

Darüber hinaus existieren noch regulatorische Hindernisse wie die fallbezogene Begrenzung durch die kollektivvertraglich geregelte gesetzliche Versorgung. Sie beschränkt Arztpraxen darauf, höchstens 30% ihrer Patientenschaft per reiner Telekonsultation behandeln und abrechnen zu lassen.<sup>9</sup> Infolgedessen besteht für Arztpraxen weniger Anreiz, digitale Lösungen zu adaptieren. Zudem hat eine Neuerung bei der Preisgestaltung der DiGAs einen unmittelbaren Einfluss auf die DiGA-Anbieter: Diese können den erstattungsfähigen Preis für die App-Nutzung nicht mehr unabhängig festlegen. Stattdessen müssen sie die Preise neuer DiGAs mit dem GKV Spitzenverband individuell aushandeln. Negative Auswirkungen auf die Umsätze wären eine mögliche Folge. Die Entwicklung birgt auch eine Chance: Bewerten Krankenkassen und Ärzte einen Preis als fair und nachvollziehbar, verschreiben Ärzte ihren Patienten häufiger GiGA-Apps. Ein größeres Verschreibungsvolumen könnte die Preiseffekte so überkompensieren.

Die geschilderten Hindernisse bei der elektronischen Terminvergabe und Telekonsultation schlagen sich nur teilweise in der Anzahl der dort aktiven Start-ups nieder: Die Telekonsultation, die durch die Corona-Pandemie erheblichen Aufschwung erfahren hat, weist 13% der Start-ups versus 14% Digitalisierungspotenzial auf, während die elektronische Terminvergabe mit einem Anteil von 2% gegenüber einem Potenzial von 5% unterrepräsentiert ist. In diesem Feld haben sich rasch Marktführer etabliert, die den Markt selbst geprägt haben. Der Potenzialzuwachs beruht darauf, dass deutlich mehr Menschen eine solche Lösung nutzen.

## Die Akkumulation der Start-ups im Bereich digitale Gesundheit zeigt, dass die Einführung der DiGA als positives Beispiel für innovationstreibende Regulatorik gilt.

### Ausblick<sup>10</sup>: Wie kann das Potenzial für Start-ups genutzt werden?

Die Analyse zeigt, dass sich bereits viele Start-ups den Herausforderungen der Digitalisierung stellen. Einige Bereiche sind für Start-ups schwerer zugänglich als andere – sei es durch regulatorische Gegebenheiten, vorhandene Marktstrukturen oder technische Herausforderungen. So bleibt ein Großteil des Milliarden-Potenzials ungenutzt, während an anderen Stellen Überschuss herrscht. Wie kann das verfügbare Potenzial ausgeschöpft werden?

#### 1. Grundlagen für höhere Nutzerzahlen schaffen

Erfolg im Markt und ausreichend hohe Nutzerzahlen erreichen Start-ups nur mit Rahmenbedingungen, die ihnen Planungssicherheit geben. Start-ups wirtschaften in der Regel mit limitierten Ressourcen. Um nicht alle Services selbst entwickeln zu müssen, wäre die Bereitstellung zentraler Services eine große Erleichterung. Hier sind auch öffentliche Institutionen gefragt. Eine zentrale Identitäts- und Consent-Management-Lösung<sup>11</sup> könnte beispielsweise Auftrieb erzeugen, indem sie die Überprüfung des gesetzlichen Versichertenstatus übernimmt. Beim Thema Telekonsultation etwa bleibt die beschriebene fallbezogene Begrenzung ein limitierender Faktor. Die Auswirkung der Begrenzung der DiGA Vergütung auf die Tragfähigkeit der Geschäftsmodelle bleibt abzuwarten. Wertvolle Impulse und Planungssicherheit könnte die Einführung des E-Rezepts und der ePA geben. Dies würde es Start-ups ermöglichen, ihre Lösungen basierend auf vereinbarten Standards zu erarbeiten.

Für existierende Marktteilnehmende im Bereich E-Health sollten Spielregeln und Anreize geschaffen werden, die Schnittstellen zu öffnen. Dies könnte die Entwicklung eines umfassenderen Ökosystems initiieren und Start-ups als Kooperationspartner anziehen.

Rückenwind ist im Bereich E-Health durch das Krankenhaus-Zukunftsgesetz (KHZG)<sup>12</sup> zu erwarten. Krankenhäuser werden auch weiterhin den Einsatz neuer Technologien aktiv fordern, und Anbieter existierender Lösungen werden den stärkeren Innovationsdruck spüren.

<sup>9</sup> Vgl. KBV: <https://www.kbv.de/html/videosprechstunde.php>.

<sup>10</sup> Die hier enthaltenen Aussagen sind nicht als Investitionsempfehlung zu verstehen.

<sup>11</sup> Eine solche zentralisierte Lösung würde den Anamnese- und Einwilligungsprozess vereinfachen, da wichtige Patientendaten sowie individuelle Präferenzen zentral hinterlegt wären.

<sup>12</sup> Das KHZG ist ein im Oktober 2020 erlassenes und vom Bund gefördertes Investitionsprogramm zur Digitalisierung von Krankenhäusern, das insgesamt 4,3 Milliarden Euro umfasst.



## 2. Nutzung beschleunigen

Zur erfolgreichen Skalierung von Lösungen muss für alle Marktteilnehmenden der Nutzen klar erkennbar sein. Start-ups sollten Win-win-Situationen forcieren, so dass sich Investitionen für ihre Kundschaft lohnen. Ein Fokus sollte auf der Interaktion zwischen den verschiedenen Marktteilnehmenden liegen: in der digitalen Gesundheit zwischen Patient:innen und mit den Gesundheitsfachkräften, im Bereich E-Health zwischen Gesundheitsfachkräften und bei den Enabler-Technologien über technische Systeme hinweg. Patient:innen würden hier vielfach profitieren: durch einen erleichterten Zugang zu Gesundheitsangeboten, ein breiteres (digitales) Angebot, Transparenz und verbesserte Kontrolle über die eigene Gesundheit ebenso wie über die eigenen Gesundheitsdaten.

Die jüngste Studie von McKinsey zur Digitalisierung im Ökosystem Gesundheit<sup>13</sup> kam zu folgendem Schluss: Patient:innen wünschen eine durchgehende Betreuung im gesamten Gesundheitssystem. Daher ist es essenziell, in „Patient Journeys“ zu denken, also in kompletten Versorgungsabläufen aus der Sicht von Behandelten. Gerade in diesem Bereich können Start-ups ihre Stärken in Kundenorientierung und positiver Nutzererfahrung zum Einsatz bringen. Etablierte Anbieter sollten an dieser Stelle von Start-ups lernen und Partnerschaften ausloten.

## 3. Nutzen realisieren

Lösungen von Start-ups im Bereich der digitalen Gesundheit eignen sich insbesondere für neuartige, nutzenbasierte Vergütungsmodelle. Diese basieren teils auf der tatsächlichen Nutzung einer Anwendung, teils auf qualitativen und quantitativen Beurteilungen des Behandlungserfolgs. Hierfür könnten sowohl durch Start-ups generierte Daten als auch Daten aus dem erweiterten Gesundheitsökosystem herangezogen werden.

Eine transparente Verknüpfung zwischen Nutzung und Vergütung könnte somit nicht nur positive Auswirkungen auf die Akzeptanz und Adoption digitaler Gesundheitslösungen haben, sondern zudem eine faire Vergütung für Krankenkassen und noch nicht erprobte Gesundheitstechnologien sicherstellen.

## Jetzt das Momentum nutzen

Nun gilt es, das Momentum aus Corona-Pandemie und DiGA zu nutzen und Start-ups weiter als essenzielle Treiber der Digitalisierung des deutschen Gesundheitssystems zu sehen. Denn „die Digitalisierung wird Versorgungsqualität und Kosteneffizienz erhöhen sowie die Erfahrung von Patient:innen und Mitarbeitenden verbessern“.<sup>14</sup>

### Hinweis der Autor:innen

Im Rahmen der 2022er Edition von „*The Spark - der deutsche Digitalpreis*“ haben sich **McKinsey** und **Handelsblatt**, zusammen mit einer Jury von Fachspezialist:innen, intensiv mit dem Start-up-Ökosystem im DACH-Raum auseinandergesetzt, dessen Gründerteams sich der Transformation der Gesundheits- und Medizinbranche verschrieben haben. Der Preis prämiiert Unternehmen, die zu den innovativsten im deutschsprachigen Markt zählen und sich trotz der oftmals schwierigen Bedingungen im Gesundheitsbereich durchgesetzt haben.

Weitere Informationen zu „*The Spark - der deutsche Digitalpreis*“ finden sich hier: [the-spark.de](https://the-spark.de)

<sup>13</sup> „Digitalisierung im Gesundheitswesen: Die 42-Milliarden-Euro-Chance“, McKinsey, Mai 2022, <https://www.mckinsey.de/news/presse/2022-05-24-42-mrd-euro-chance>.

<sup>14</sup> Siehe oben

**Autor:innen**

Dr. Stefan Biesdorf, Michael Klingl, Prof. Dr. Niko Mohr,  
Leonard Schwier und Marie Uncovska


Wir danken Dr. Tobias Silberzahn für seinen inhaltlichen Beitrag  
sowie Hilke Messal und Hans Tiedemann für ihre Mitarbeit an  
dieser Publikation.


**Ansprechpartner für Medien**

Philipp Hühne  
+49 (211) 136-4486  
Philipp\_Huehne@mckinsey.com

Digital Technology  
September 2022  
Copyright © McKinsey & Company  
Designed by Visual Media Europe

[www.mckinsey.com](http://www.mckinsey.com)

 @McKinsey

 @McKinsey

