

# Der Patient als Kunde – Bedürfnisse eines Gesundheitskonsumenten.

Prof. Dr. Harald Schmitz

26. August 2008



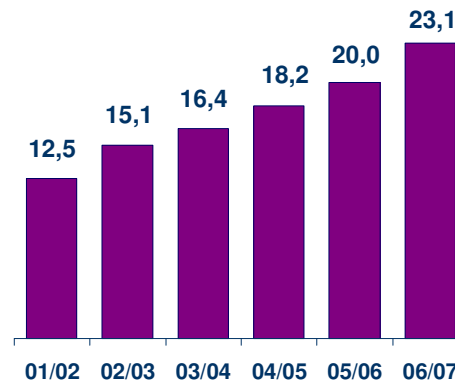
# Deloitte / GEBERA

## Deloitte auf einen Blick - Unternehmensdaten

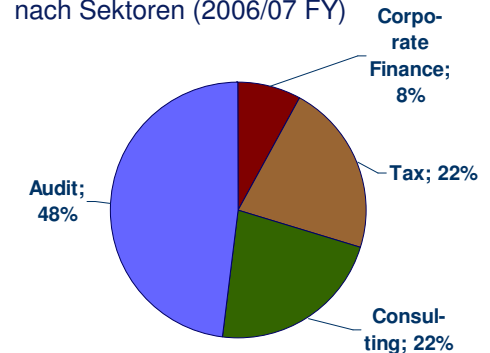
### Deloitte GLOBAL

- > 150.000 Mitarbeiter
- In mehr als 140 Ländern mit 680 Büros
- Das weltweit größte nicht börsennotierte Unternehmen für professionelle Dienstleistungen mit einem Beratungsanteil von mehr als 40%
- Wir unterstützen mehr als 50% der größten Firmen weltweit
- Unabhängige Partnerschaften

Umsatz Deloitte weltweit (Mrd. US\$)

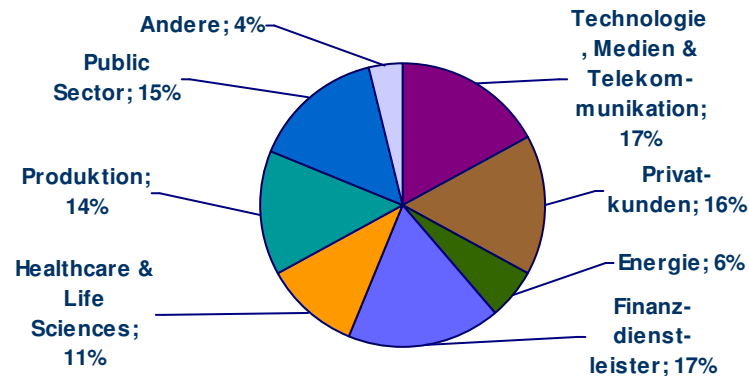


Umsatz Deloitte weltweit nach Sektoren (2006/07 FY)



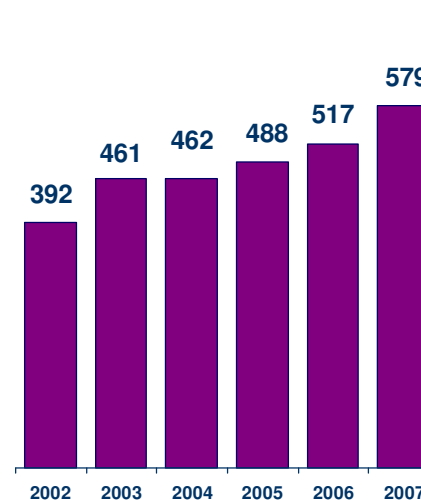
### Deloitte Beratung

- Stark in der Entwicklung von Strategien und in der Implementierung von Businessplänen
- Spezifische industrielle Sachkenntnis, besonders im Bereich Healthcare & Life Science

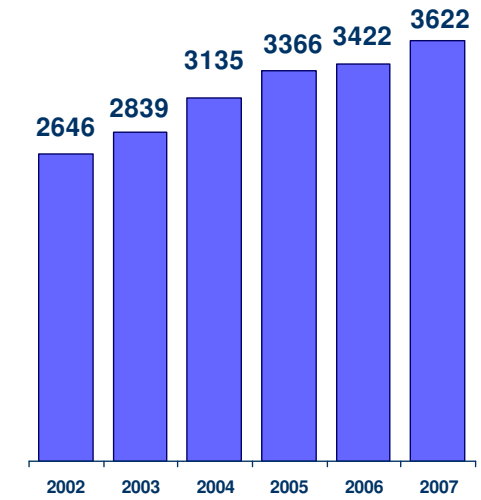


### Deloitte DEUTSCHLAND

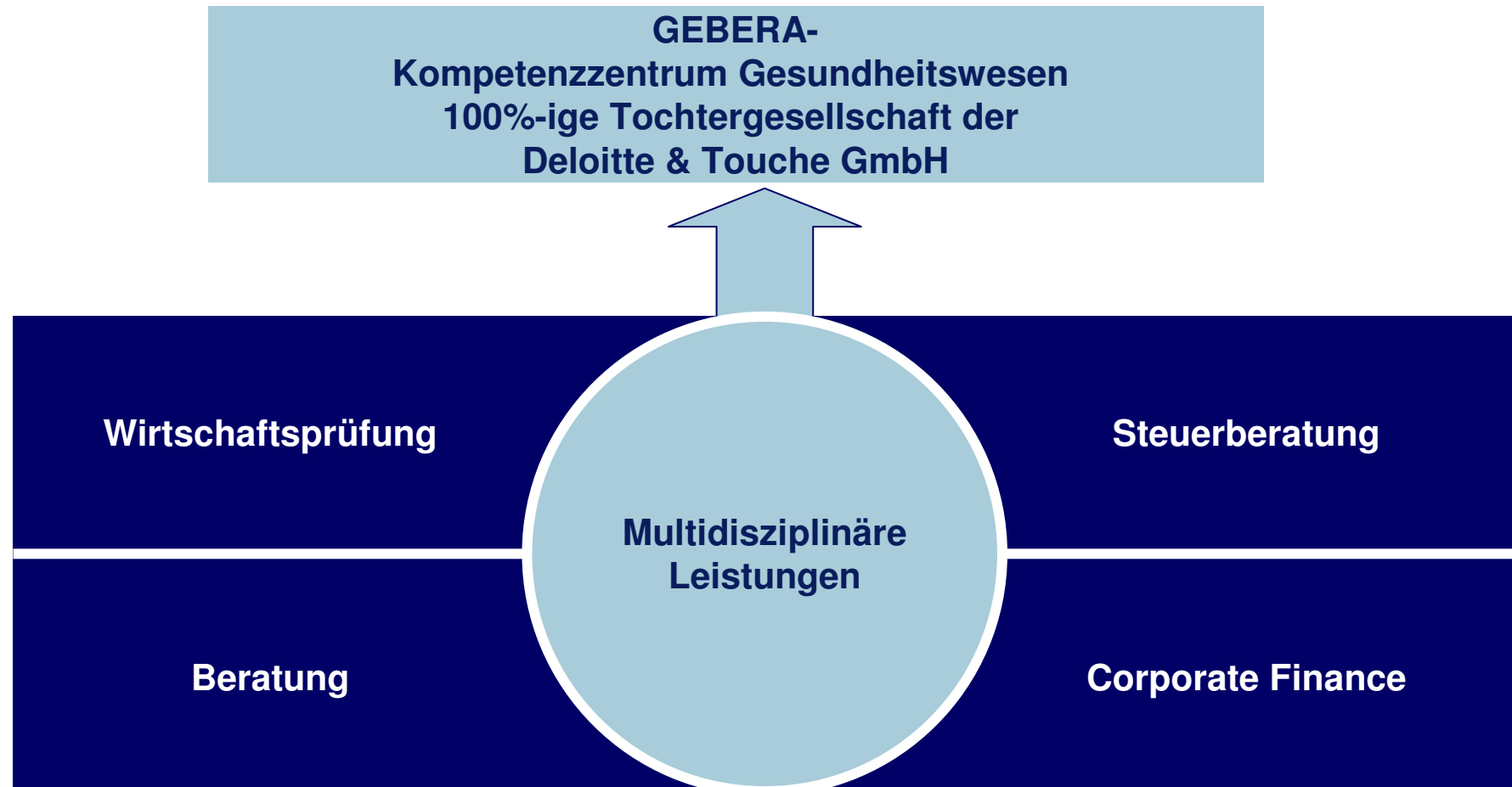
Umsatz (Mio. €)



Mitarbeiter





# Deloitte / GEBERA Multidisziplinäres Leistungsangebot



# Tätigkeitsfelder & Kompetenzbereiche

## GEBERA - ganzheitliche Beratung im Gesundheitswesen

	Strategie				Finanzierung/ Budgetierung
Markt/ Umfeld		eHealth/ IT-Services	 GEGERA – Gesellschaft für betriebswirtschaftliche Beratung mbH		
		Krankenhausplanung		Aquisitionsberatung/ Due Diligence	Bewertung Rating
	Kooperation Fusion Privatisierung			Prozesse/ Organisation	
Rechnungswesen/ Controlling			Qualität/ Risikomanagement		

- GEBERA ist das Team für Healthcare von Deloitte in Deutschland
- Gründung 1976 durch Prof. Dr. G. Sieben, Universität Köln
- Seit über 30 Jahren ausschließliche Fokussierung auf das Gesundheitswesen
- Seit 2006 100%ige Tochtergesellschaft der Deloitte & Touche GmbH
- Zugriff auf die weltweiten Kompetenzen und Ressourcen von Deloitte Touche Tohmatsu
- Typische Mandanten

- Beratungsdienste für alle im Gesundheitsmarkt agierenden Interessengruppen
  - Kontinuierliche Unterstützung des deutschen Gesundheitsministeriums bei der Krankenhausplanung und -finanzierung
  - Kompetenzen bei der Begutachtung, Entwicklung und Implementierung von Konzepten in allen Sektoren des Gesundheitswesens
- Krankenhäuser aller Trägerschaften und Größen
  - Rehabilitations- und Pflegeeinrichtungen
  - Bundes- / Länderministerien und Behörden
  - Banken
  - Kostenträger

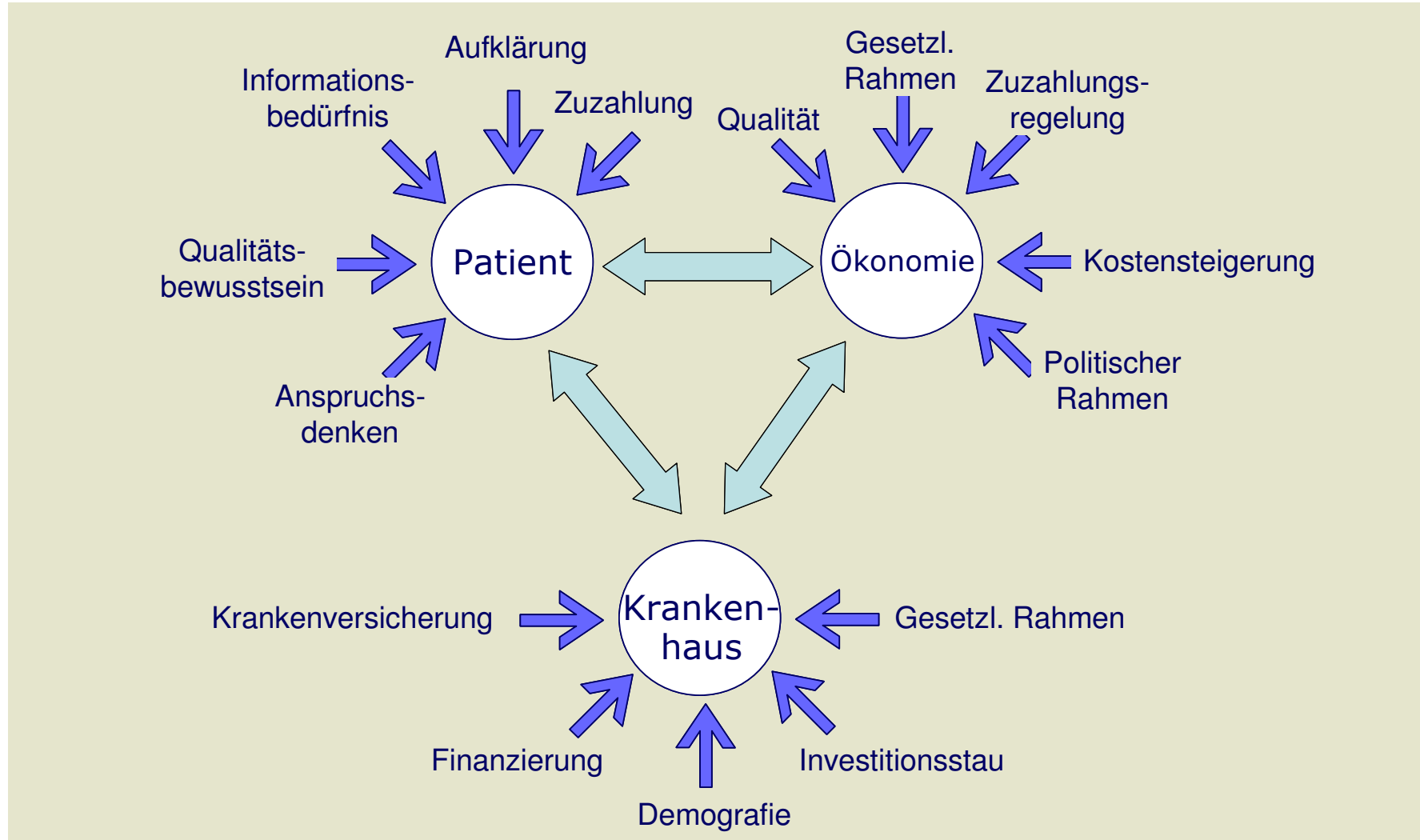
# Agenda

- **Zentrale Entwicklungen im Gesundheitsmarkt**
  - Patienten
  - Ökonomische Zwänge und Herausforderungen
  - Krankenhaus
  
- **Anspruch des Patienten**
  - Unterkunft
  - Verpflegung
  - Gesundheitsleistungen
  
- **Zusammenfassung und Fazit**



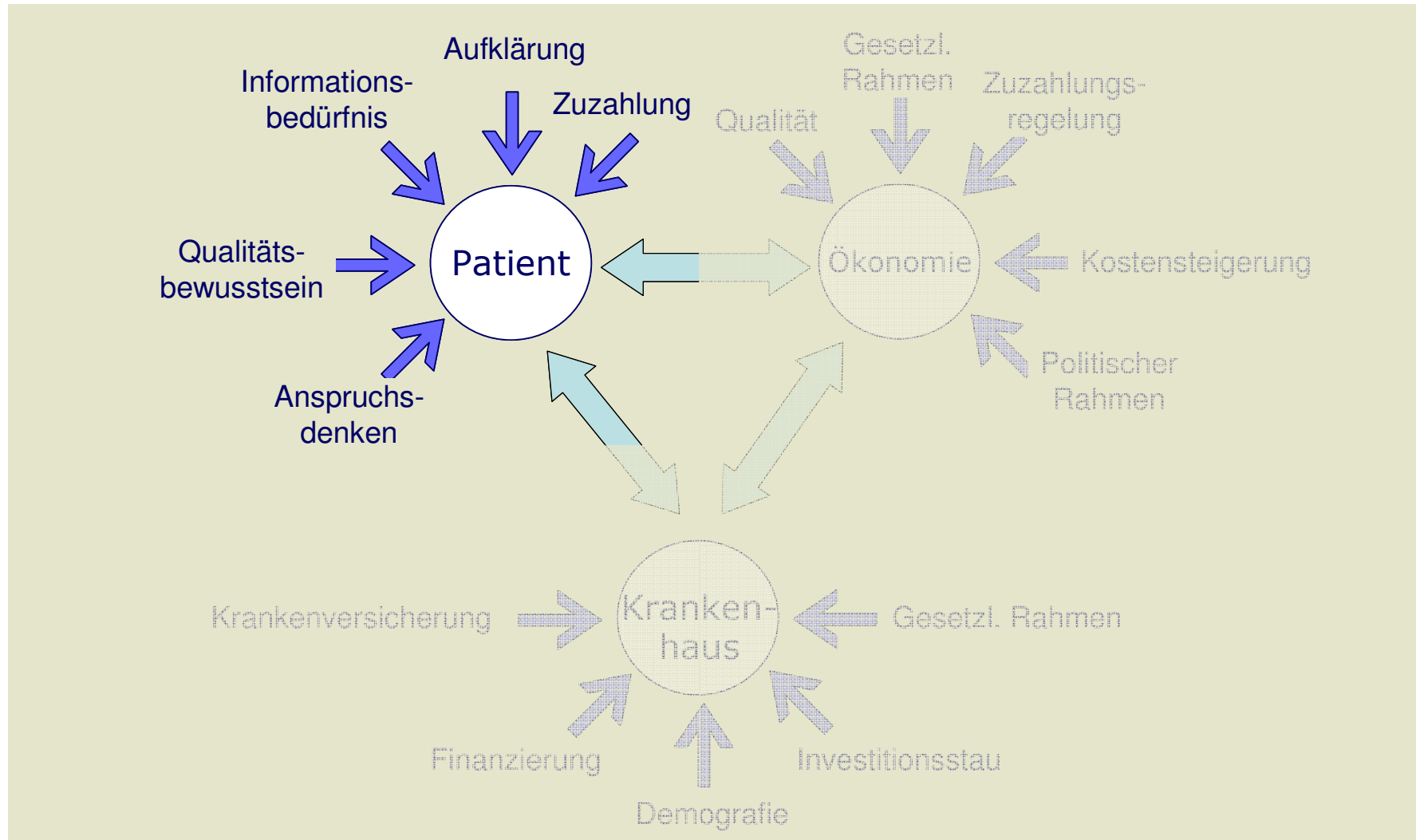
# Gesundheitswesen im Wandel

## Einflussfaktoren



# Gesundheitswesen im Wandel

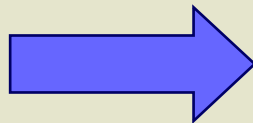
## Einflussfaktoren



# Gesundheitswesen im Wandel

## Vom Patienten zum Konsumenten

- **Erweitertes Verständnis von Gesundheit**
  - Grenzen zwischen Gesundheits- und Krankheitsmarkt verwischen zusehends
  - Gesundheit wird zum Konsumgut
    - Patienten verhalten sich fordernder, wählen Angebote bewusster und kritischer aus, prüfen
- **Nachfrager haben verschiedene Bedürfnisse**
  - Heilung von Krankheit
  - Gesundheit
  - aus „Life-Style“ wird „Health-Style“
- **Höherer Informationsgrad der Patienten/Konsumenten über gesundheitsbezogene Themen**
  - Internet, Foren
  - Fernsehsendungen



**Wandel in der Anspruchshaltung des Patienten**

# Gesundheitswesen im Wandel

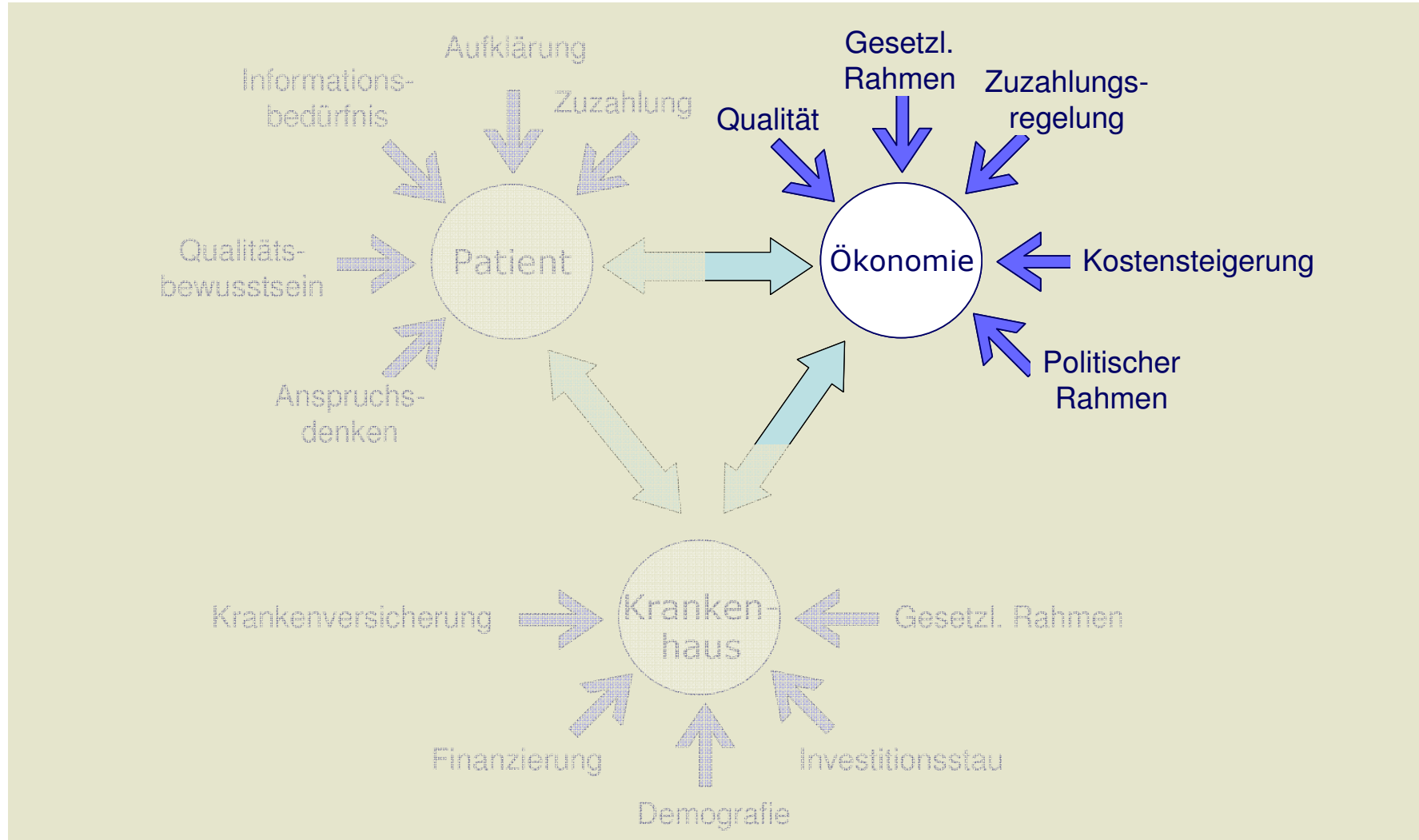
## Vom Patienten zum Konsumenten

- Steigender Wettbewerb zwischen Leistungsanbietern führt zu Differenzierung und Abgrenzung
  - Z.B. durch besondere Serviceleistungen
    - Frühstücksbuffet im Krankenhaus
- Nachfrage nach Produkten, die einen Gesundheitsnutzen haben steigt
  - Es entsteht über den traditionellen Markt für die Behandlung von Krankheiten hinaus ein neuer Gesundheitsmarkt
  - Enormes Wachstumspotenzial auch für traditionelle Anbieter von med. Produkten und Dienstleistungen



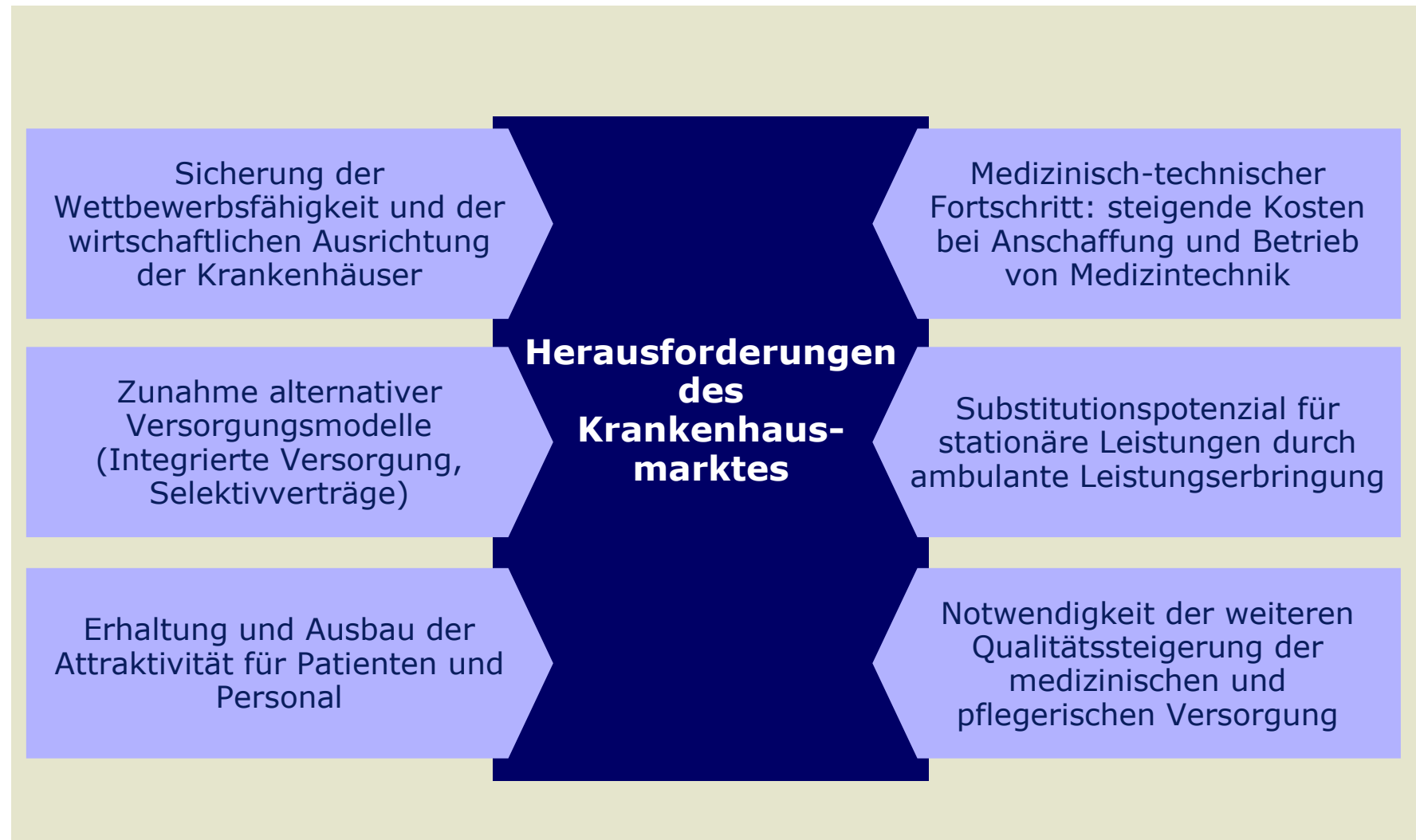
# Gesundheitswesen im Wandel

## **Einflussfaktoren**



# Zunehmende Bedeutung der Ökonomie

## Herausforderungen für Krankenhäuser



# Zunehmende Bedeutung der Ökonomie Angebotsstrukturen

- Strategische Neuausrichtung bestehender Geschäftsfelder
  - Nachfrageorientierte Leistungsplanung mit Schwerpunktbildung
  - Optimierung der Leistungsprozesse durch übergreifende Versorgungskonzepte
  - Horizontale und vertikale Vernetzung (selektives Kontrahieren, IV)

Dynamische Rahmenbedingungen

Anpassung Angebotsstruktur

Investitionsstau

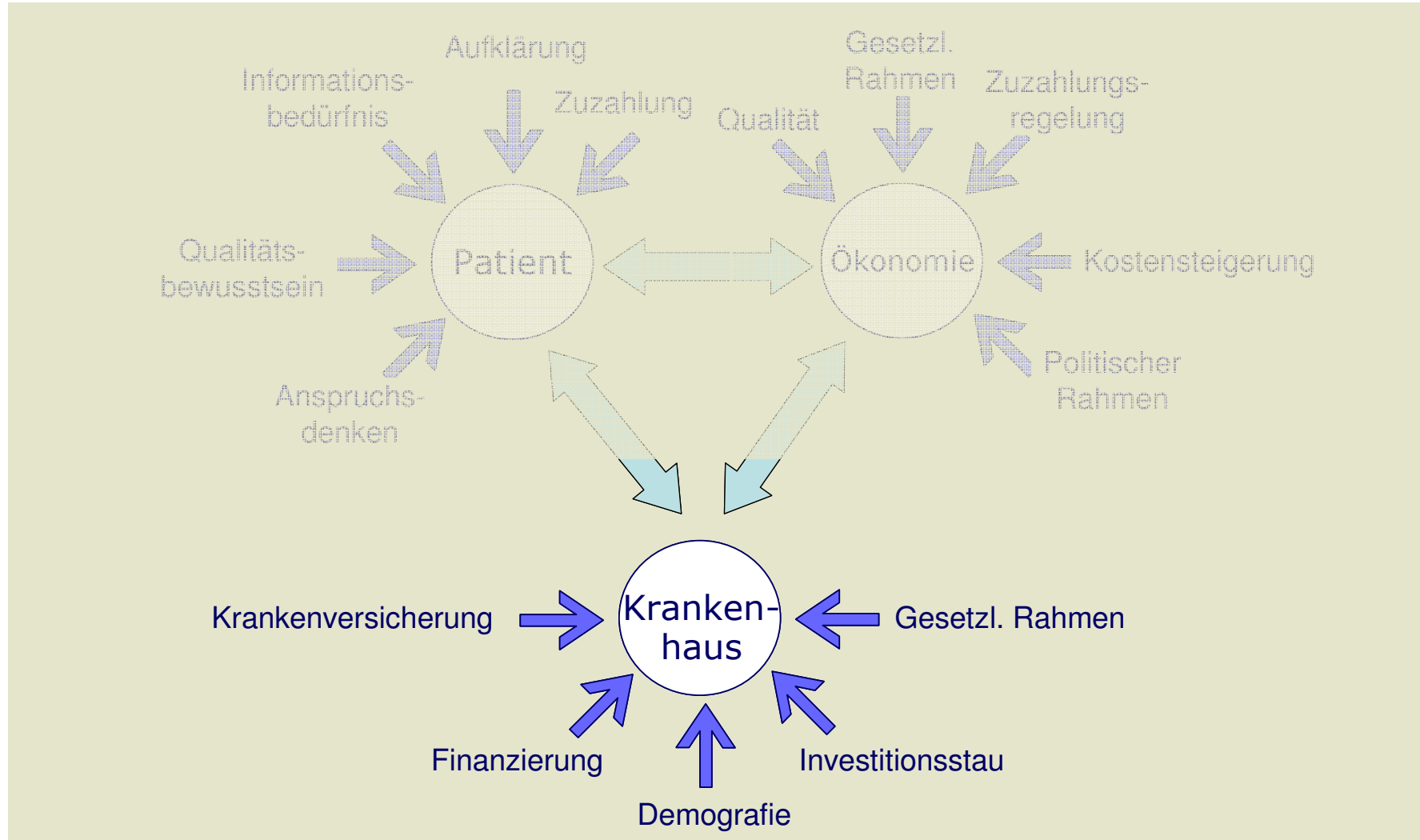
Erhöhter Investitionsbedarf



**Wirtschaftlichkeitsdruck erfordert umfangreiche  
Reorganisation und Restrukturierung**

# Gesundheitswesen im Wandel

## **Einflussfaktoren**



# Krankenhaus im Wandel

## Zentrale Entwicklungen im Krankenhausmarkt

- Notwendigkeit zur Bettenreduktion
  - Sinkende Pflergetage, u.a. aufgrund verkürzter Verweildauer
  - Durch Verlagerung stationärer Leistungen in den ambulanten Bereich
  - Zunehmende prästationäre Diagnostik, etc.
- Auswirkungen:
  - Umwandlung leer stehender Stationen in Lehr- oder Forschungsflächen, Hotelnutzung, Fremdvermietung, Verkauf, Rückbau
  - Verbesserung des Unterbringungsstandards durch Umwandlung von 3- in 2-Bett-Zimmer bzw. von 2-Bett-Zimmern in 1-Bett-Zimmer
  - Integration bisher isolierter Fachabteilungen, z.B. Psychiatrie mit der Folge anderer Patientenzimmerstandards
  - Vergrößerung des Untersuchungs- und Behandlungsbereiches (auch für Aufgaben im ambulanten Sektor)

# Krankenhaus im Wandel

## Integration als Lösung?

### Vertikal integrierter Konzern

- Akutstationäre Versorgung
- Ambulante Versorgung (MVZ, IV)
- Rehabilitative Versorgung
- Pflegerische Versorgung

- **Strategie entsprechend der politischen Ziele und Entwicklungen**
- **Risikostreuung möglich**
- **Markenimage „Alles aus einer Hand“**
- **Ggf. Konzentration auf Fachkliniken z.B. Psychiatrie, Orthopädie**

- **Hohe Komplexität**
- **Eher mittel- bis langfristige Wertschöpfung**

### Horizontal integrierter Konzern

— Akutstationäre Versorgung (MVZ, IV)

(1+x) Regionale Versorgungsgebiete

Überregional viele Versorgungseinheiten

- Regionale medizinische und nicht-medizinische Synergien
- Weitere Synergien überregional mögl.

- **Vergleichbare sichere Rahmenbedingungen**
- **Vertikale Integration möglich**

- **Hoher Wettbewerb**
- Kartellrecht

- Nichtmedizinische Synergien

- Synergien geringer

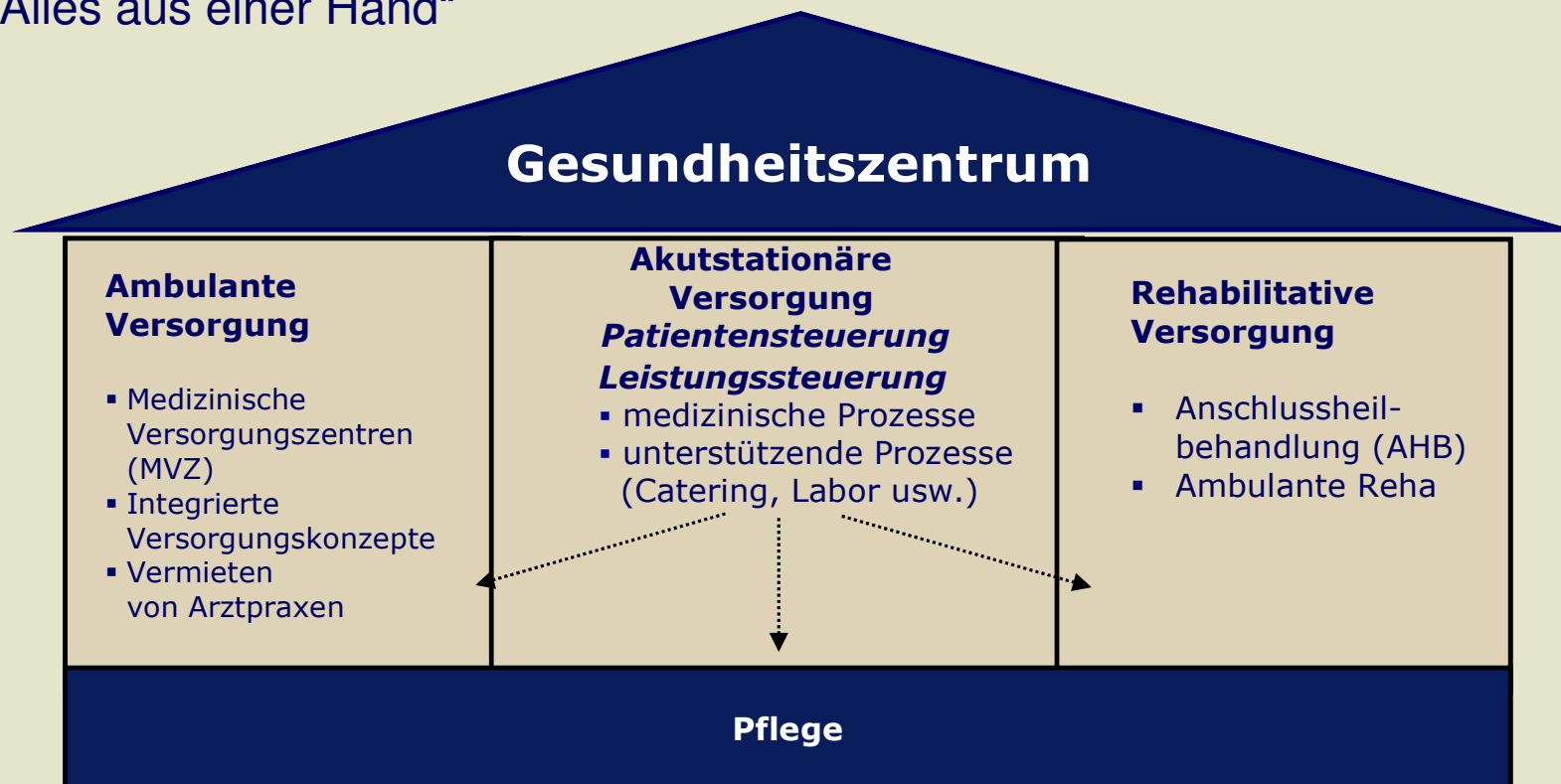
PRO

CONTRA

# Krankenhaus im Wandel

## Das Gesundheitszentrenkonzept

- Steuerung durch die akutstationäre Einrichtung
- Zentrale Anlaufstelle für den Patienten
- „Alles aus einer Hand“



# Krankenhaus im Wandel

## Ansprüche an integrierte Versorgungssysteme

Aufgaben des Versorgungssystems	Erwartungen des Patienten an das System
Verantwortung für die Gesundheit der Bevölkerung in der Region	Leichte Zugänglichkeit
Koordination der Versorgung entlang des notwendigen Interventions- und Versorgungskontinuums	Ärzte, die individuelle und biografische Daten der Patienten kennen
Kooperation als Organisationsprinzip fach- und berufsgruppenübergreifender Teamarbeit	Verständliche Aufklärung über Diagnostik und Therapieoptionen
Gemeinsame Informationssysteme aller Versorgungseinrichtungen für alle Nutzer des Versorgungssystems bei Gewährleistung der Privatsphäre	Aktuelle Wissensvermittlung und -anwendung für Prävention, Vorsorge und Behandlung
Informationsveröffentlichung über Qualität und Verteilung von Leistungen, Kosten und Patientenzufriedenheit	Strukturelle, organisatorische und kulturelle Voraussetzungen für persönlichen und aufmerksamen Umgang mit Patienten
Zusammenführung und Unterstützung der Leistungserbringer durch Management und Finanzierungsformen	Kontinuierliche Qualitätskontrolle im Vergleich mit anderen Organisationen
Kontinuierliche Qualitätsbeobachtung und -verbesserung	Aus Fehlern lernendes System

Quelle: Wischer/Riethmüller, 2007

# Krankenhaus im Wandel

## Vorteile zunehmender Vernetzung

### Synergieeffekte aus der Verzahnung ambulanter und stationärer Angebote innerhalb einer „Gesundheitsimmobilie“

#### Synergieeffekte

##### Für den Patienten

- Konzentration des medizinischen Angebotes an einem Ort
- Einbindung des Hausarztes und des Krankenhauses vermeidet Doppeluntersuchungen und forciert den Therapieerfolg
- Sicherheit durch die Nähe des Krankenhauses im Notfall

##### Für den Arzt

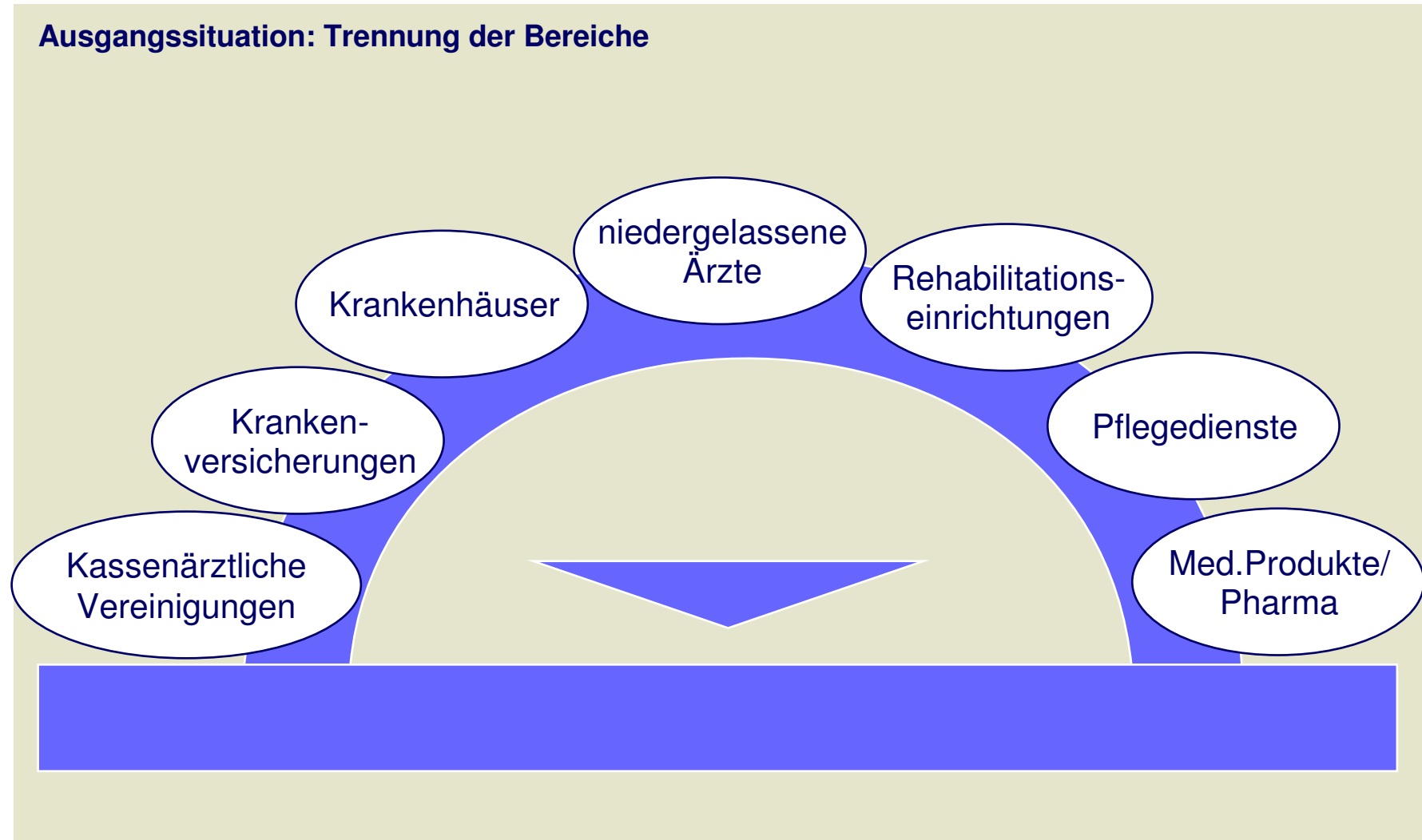
- Einsparungen durch die Nutzung der Infrastruktur des Krankenhauses (z.B. CT, MRT, Labor)
- Nutzung ambulanter OP-Kapazitäten
- Partizipation an Beschaffungsverträgen des Krankenhauses
- Gemeinsamer Marketingauftritt am Gesundheitsmarkt

##### Für das Krankenhaus

- Erweiterung des medizinischen Spektrums
- Optimierung der Auslastung medizinischer Geräte und Raumressourcen
- Patientenbindung an das Krankenhaus (Zuweiserfunktion)

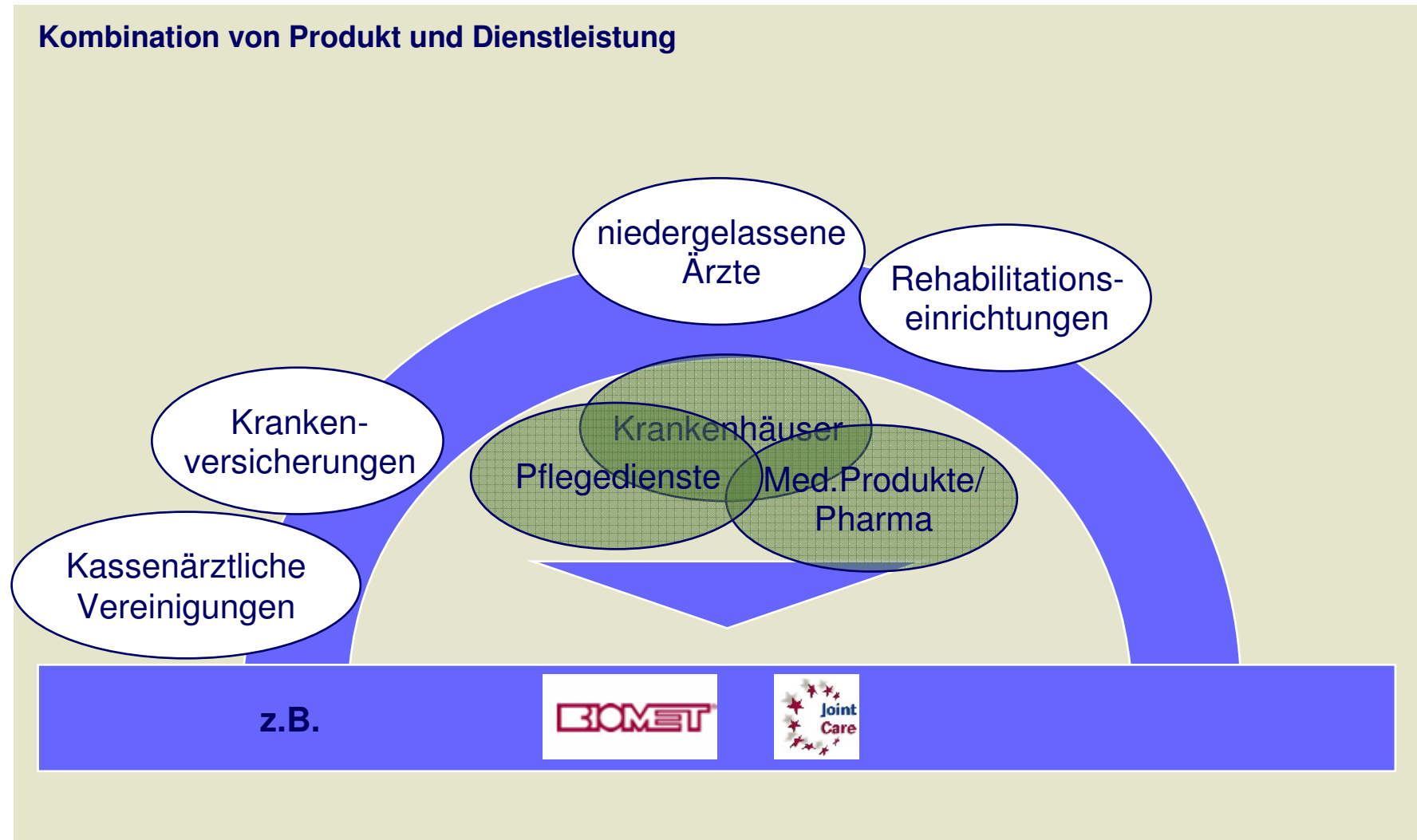
# Zunahme sektorübergreifender Versorgungsmodelle

## Aktuelle Beispiele



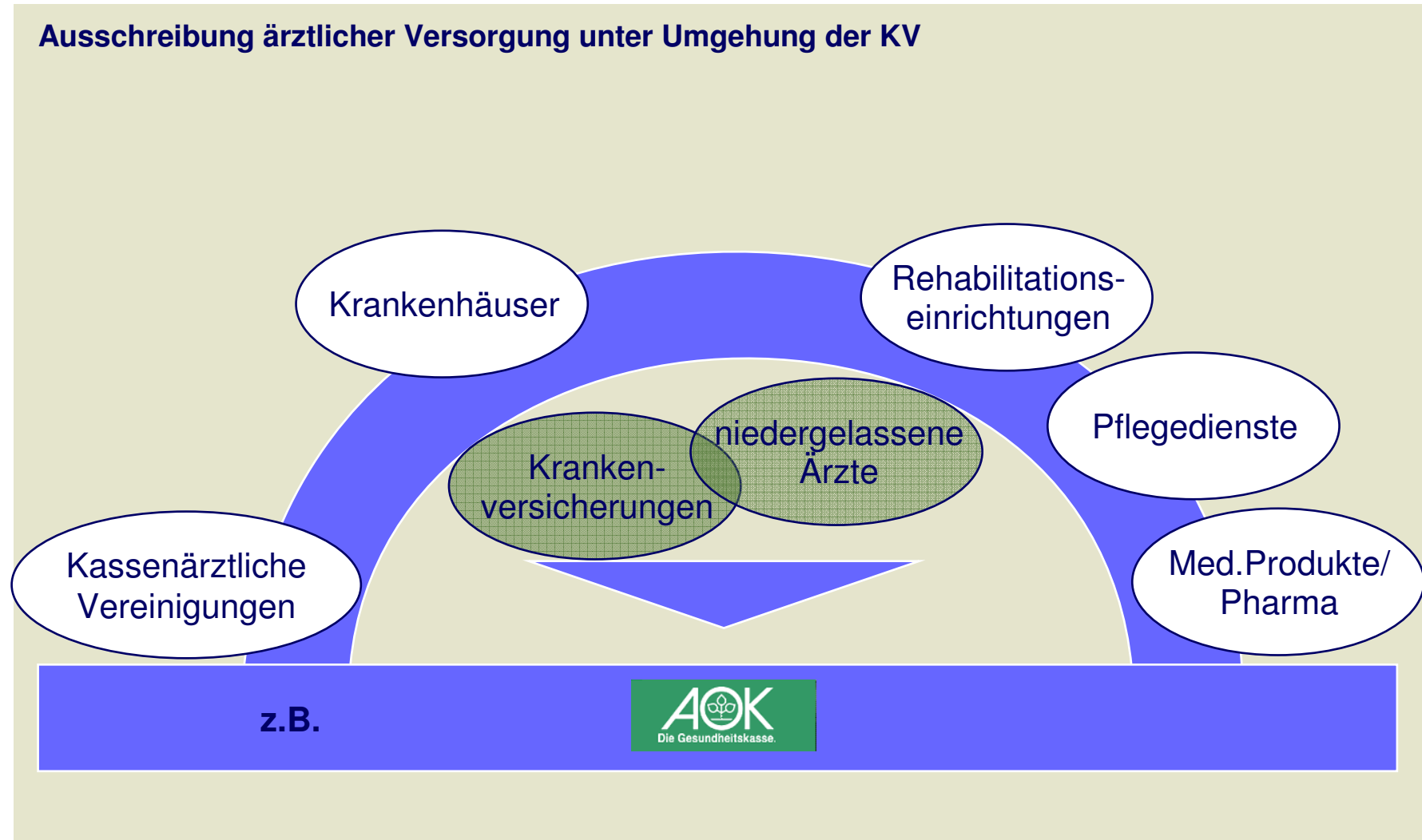
# Zunahme sektorübergreifender Versorgungsmodelle

## Aktuelle Beispiele



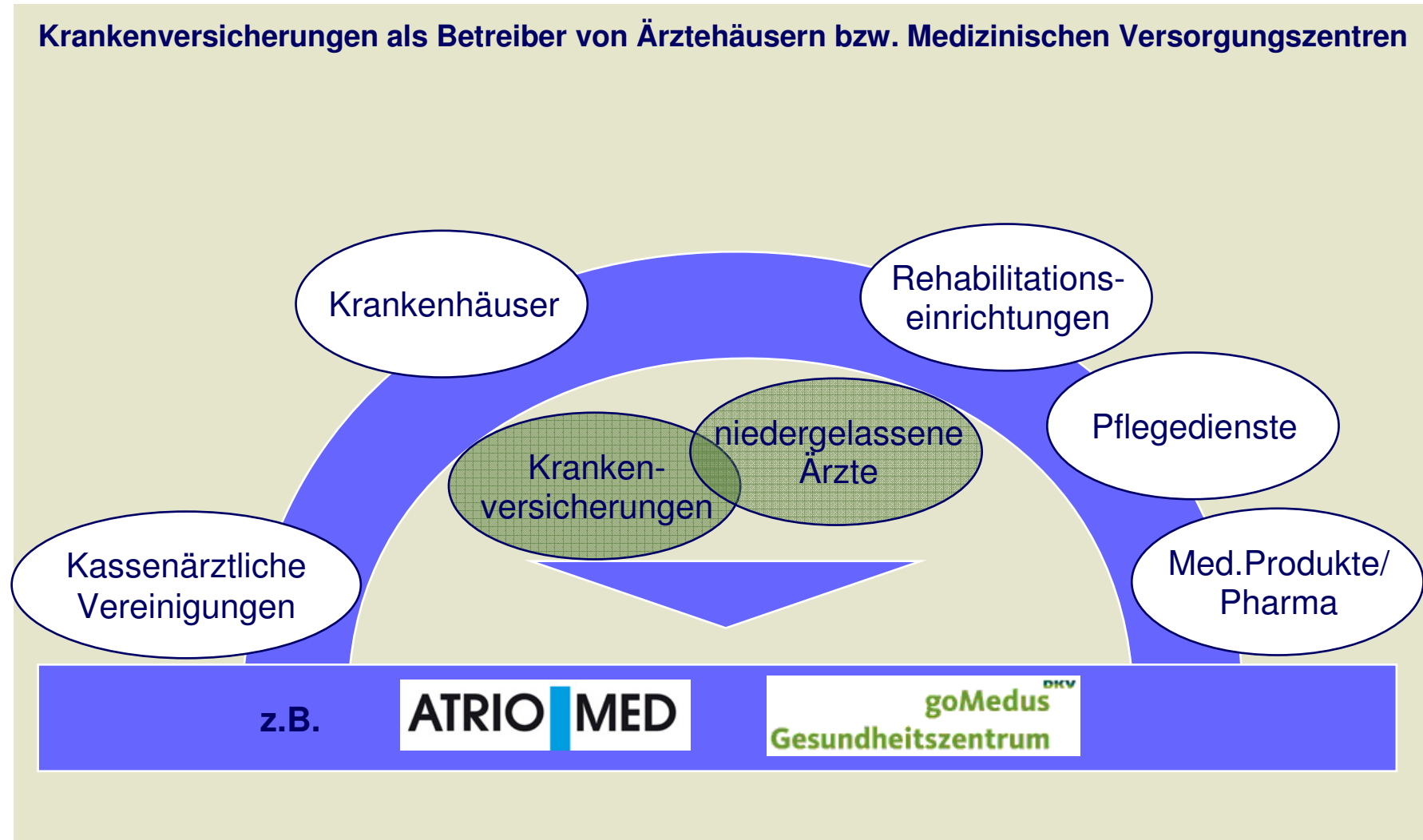
# Zunahme sektorübergreifender Versorgungsmodelle

## Aktuelle Beispiele



# Zunahme sektorübergreifender Versorgungsmodelle

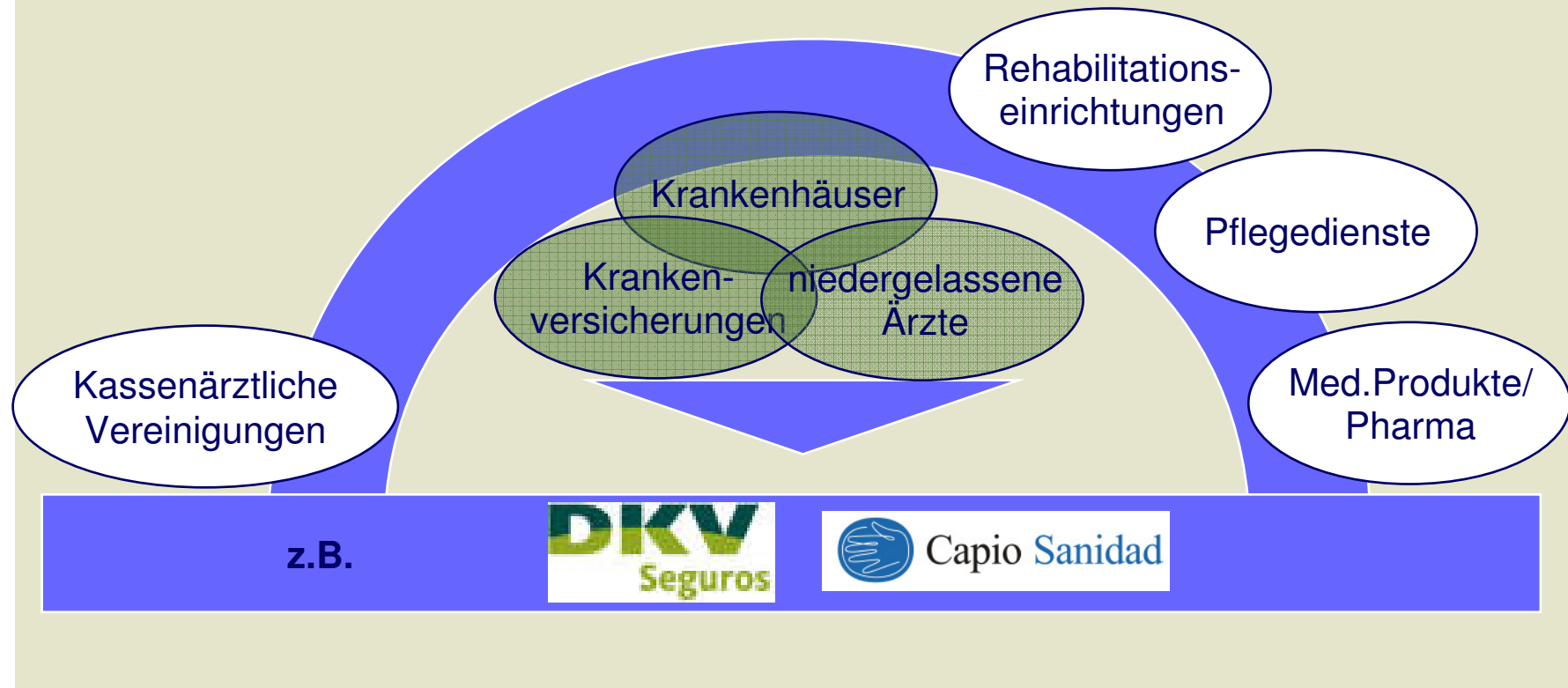
## Aktuelle Beispiele



# Zunahme sektorübergreifender Versorgungsmodelle

## Aktuelle Beispiele

Der Blick „über den Tellerrand“:  
Krankenversicherungen und Klinikbetreiber als Leistungsanbieter  
regionaler Gesundheitsversorgung



# Was wünscht sich der Patient / Konsument? **Auszüge aus der GEBERA-Wahlleistungsstudie\***



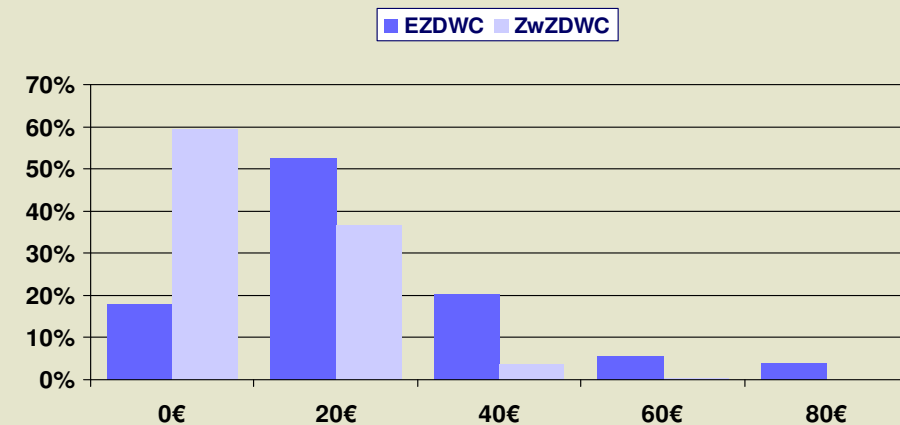
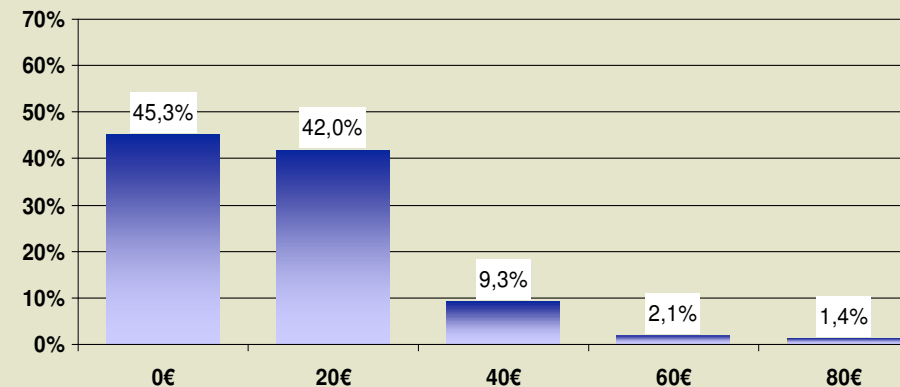
\*Studie aus dem Jahr 2002

# Was wünscht sich der Patient / Konsument?

## Beispiele aus der GEBERA-Wahlleistungsstudie

### Unterkunft:

- Nahezu 55% der Patienten würden für die Wahlleistung Unterkunft zusätzlich bezahlen.
- Dabei wünschen sich die meisten Patienten ein Zweibettzimmer mit Dusche und WC (ZwZDWC)
  - Die Zahlungsbereitschaft hierfür ist jedoch sehr gering
  - Viele Patienten sehen dies bereits als Standard an
- Für ein Einbettzimmer mit Dusche und WC (EZDWC) würden dagegen 82% der Patienten zusätzlich zahlen

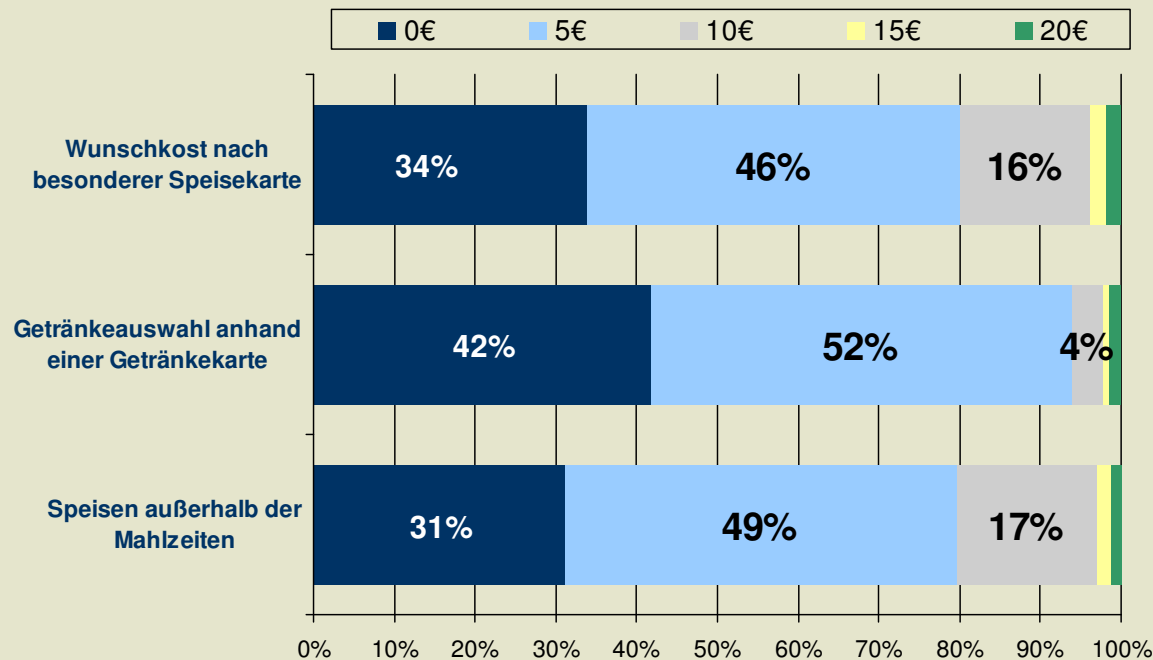


# Was wünscht sich der Patient / Konsument?

## Beispiele aus der GEBERA-Wahlleistungsstudie

### Verpflegung:

- Zusatzleistungen Wunschkost nach besonderer Speisekarte und die Getränkeauswahl anhand einer Getränkekarte werden von den antwortenden Patienten am meisten favorisiert
- Ca. 50% der Patienten würden diese Leistungen jeden Tag in Anspruch nehmen
- Über die Hälfte der Patienten würde pro Tag zusätzlich dafür bezahlen

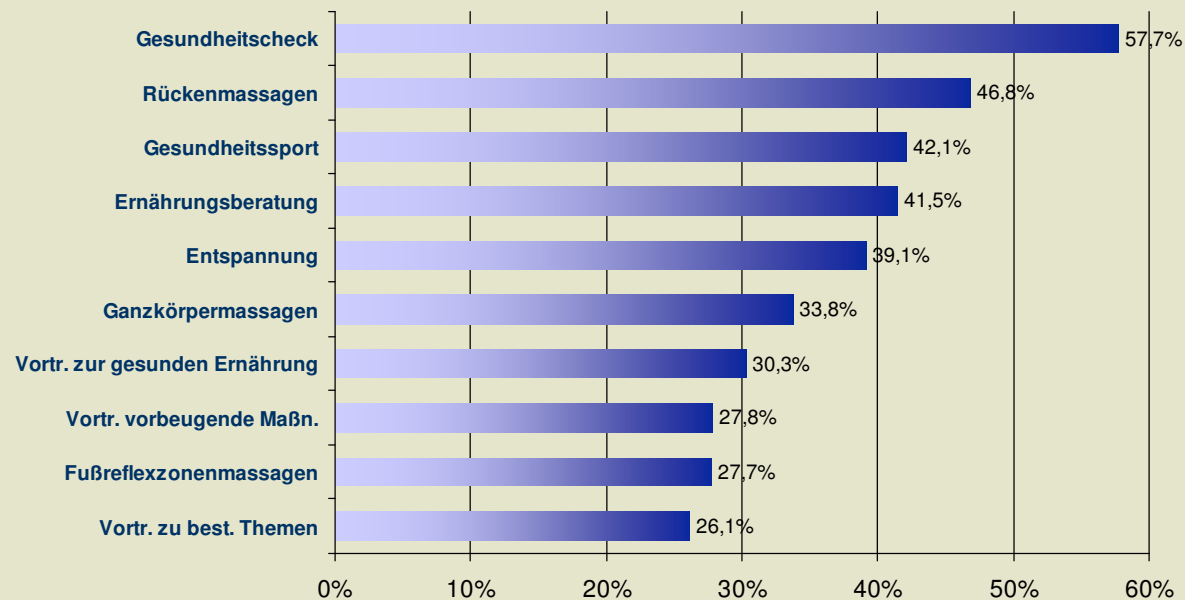


# Was wünscht sich der Patient / Konsument?

## Beispiele aus der GEBERA-Wahlleistungsstudie

### Gesundheitsleistungen:

- Das Angebot eines Gesundheitschecks findet bei den Patienten besonderen Anklang
  - 71% der Patienten würden hierfür zusätzlich bezahlen (im Schnitt 34 EUR)
- Auch Gesundheitsleistungen wie Massage oder Sportangebote werden gewünscht
  - Hierfür würden über 80% der Patienten zusätzlich zahlen
- Knapp 65% der Patienten würden diese Leistungen auch nach ihrem Krankenhausaufenthalt weiter in Anspruch nehmen



# Was bedeutet diese Entwicklung?

## Zusammenfassung und Fazit

- Nachfrage nach Produkten, die einen Gesundheitsnutzen haben steigt
  - Es entsteht über den traditionellen Markt für die Behandlung von Krankheiten hinaus ein neuer Gesundheitsmarkt
  - Enormes Wachstumspotenzial auch für traditionelle Anbieter von med. Produkten und Dienstleistungen
- Neben dem Markt zur Heilung von Krankheiten entsteht ein neuer Markt, der die Erhaltung von Gesundheit und Prävention ins Zentrum stellt
  - Angesprochen wird nicht mehr nur der Kranke sondern auch der Gesunde
- Nachfrage und das Angebot an Produkten und Dienstleistungen, die auf den persönlichen Lebensstil zugeschnitten sind, wächst

**Patienten**

**Krankenhaus**

- Steigender Einsatz von Technologie und Verkürzung der Innovationszyklen
- Abnahme der starken sektoralen Trennung
- Flexibilisierung der Funktionsaufteilung mit ambulanten Einrichtungen
- Bauliche und betriebliche Umsetzung der Offenheit für Kooperationskontakte
- Anpassungsmöglichkeiten im Gebäude schaffen
  - Verlängerung der Lebensdauer der Anlage und Verbesserung des Investitionsschutzes

**Deloitte.**



GEBERA – Gesellschaft  
für betriebswirtschaftliche  
Beratung mbH

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.

Kontakt:

Prof. Dr. Harald Schmitz

[Schmitz@gebera.de](mailto:Schmitz@gebera.de)

Tel: 0211 - 8772 3671

