



DIGITAL HEALTH – CHANCEN FÜR DIE PKV UND DIE GKV IM DEUTSCHEN MARKT

VIDEO TRANSKRIPT

Christopher Böhnke (CB): Ganz herzlich willkommen an alle hier in unserem Webinar zu Digital Health für Krankenversicherungen in Deutschland. Ich freue mich sehr, sehr heute hier begrüßen zu dürfen. Mein Name ist Chris, bei Chris kann's auch bleiben. Ich darf mich um die 120 Leute in Deutschland und Österreich kümmern und ich darf vor allen Dingen relativ oft zusammenarbeiten mit drei Kolleginnen und Kollegen, die ich gleich vorstelle. Kurz das "Housekeeping", wie immer bei digitalen Events. Es wäre fantastisch, wenn Sie alle Ihre Videos, während wir die Diskussion führen, ausschalten, damit wir den Fokus auf die Sprecher halten können, das ist bei (MS) Teams ja doch nicht so zu easy möglich. Wir werden das Ganze aufnehmen, das heißt, Sie können im Nachgang nochmal alles Gesagte auch nachvollziehen und nachhören. Was auch wichtig ist zum Verständnis ist, dass wir erstmal das Gespräch führen wollen würden, alle Ihre Fragen aber an der Seite mitgesehen und mitgedacht werden und hier hinten raus gute 15 Minuten Zeit lassen wollen dafür, dass wir tatsächlich Fragen zusammen durchgehen können. Das heißt, keine Sorge, wenn sie eine Frage haben, gerne einfach in den Chat posten und für das Ende nutzen, wunderbar. Das ist der der nächste Tipp und die Bitte, neben den Videos auch gerne den Ton für das Gespräch erstmal ausschalten. Später wenn wir diskutieren, gerne anschalten.

Und damit bleibt mir eigentlich nur noch mal die 3 Menschen vorzustellen, die heute das spannende Gespräch führen, fangen wir mal mit Shadi.

Shadi kenn ich schon ziemlich lange, Shadi ist bei uns für alles zuständig, was mit gesetzlichen, Krankenversicherungen und Krankenhäusern zu tun hat, das heißt, wir werden gleich ganz viel lernen dazu. Wie funktioniert Digital Health in diesem Bereich? Dann haben wir die Chance, Johannes zuzuhören. Johannes ist bei uns maßgeblich beteiligt in dem Thema Gesundheit für Private Krankenversicherungen? Und dann haben wir hohe Prominenz im Raum Marcel Thom, der unser ganzes Thema Digital Health, übergreifend, also auch industrieübergreifend für uns in Deutschland, Österreich, von der Schweiz leitet.

Ich glaube, wir haben alle viel gesehen und gehört zu Gesundheit in den letzten 2 Jahren, nicht ganz freiwillig an dieser Stelle. Ich glaube es hat sich auch viel geändert in dieser Zeit dazu, wie wir Gesundheit verstehen und die verschiedenen Dienstleistungen in Richtung Gesundheit von Versicherten damit aber auch einfach von Menschen da draußen genutzt werden und meine erste Frage wird jetzt mal in Deine Richtung gehen, Johannes. Ich glaube, wir haben da ein bisschen Research gemacht. Wie sieht es denn aus mit der Akzeptanz? Wie sieht es denn aus mit Gesundheitsdienstleistungen bei uns in Deutschland?

Johannes Neumeyer (JN): Super spannendes Thema. Wir haben uns zudem in einer Studie dem Ende des letzten Jahres gewidmet mit zirka 1000 Teilnehmern. Bevor wir allerdings in die Studie eintauchen, wollen wir noch die Chance nutzen und ein kleines interaktives Element auch in die Diskussion bringen. Ich hätte zu eben im Chat gerade einen Link auf eine Menti-Umfrage gepostet, in der uns zum Start, auch mal um zu verstehen, wie die Stimmung hier im Raum ist, interessieren würde, wie möchten denn sie eigentlich im Haus das Thema Digitale oder Digital Health angehen und auf welche Ressourcen möchten Sie zugreifen? Möchten Sie das eher selber tun oder möchten Sie das in einer Art und Weise tun, indem sie Dinge auch vom Markt zu kaufen? Die Bitte wäre dazu, wenn sie unter www.menti.com beziehungsweise auf den Link gehen und auf der Menti-Seite, wenn sie nur menti.com. Eingeben den Code 5540 6236 eingeben. Dann hätten wir eine kleine Frage zum Start vorbereitet, mit der wir auch gerne verstehen würden, wie planen sie sich denn, dem Thema Digital Health in ihrem Unternehmen beziehungsweise nähere Organisationen zu nähern?

CB: Wieviel Zeit geben wir, Johannes? Gute 25 Sekunden würde ich schätzen.

JN: Genau, also die ersten Antworten kommen schon rein. Und damit man auch schon gleich live sieht, wie sich das Stimmungsbild entwickelt, würde ich auch schon mal "sharen". Ja, spannend ausgeglichenes Bild. (...).

CB: Ich würde sagen, die Idee ist hier zu teasern, wo wir stehen wie sieht s denn aus? Ja, jetzt eine leichte Tendenz ... steht noch nicht fest. Und ja, wir wollen uns gerne differenzieren. Differenzierung funktioniert ja immer vor allen Dingen auf Kundenverhalten. Ich glaube Johannes Du müsstest da nochmal zurückkommen zu meiner Frage und danke für die coole Menti-Abfrage. Was muss man denn beachten, wenn man sich differenzieren will? Oder wenn man sich überlegen möchte, welche Lösungen man selber oder woanders einkaufen möchte, jetzt mal auf das Kundenverhalten schauen was brauchen die Menschen da draußen?

JN: Also, was wir in unserer Studie insbesondere festgestellt haben, ist, dass digitale Services relevant sind für die Kunden. Wir hatten uns in dem Studiendesign eigentlich die Frage genähert. Sind in digitale Services in Zukunft für Krankenversicherung/Krankenkasse ein Grund, mit dem sie Neukunden gewinnen können, beziehungsweise in dem sie auch insbesondere es schaffen können, Kunden vielleicht für einen Wechsel der Krankenkasse, der Krankenversicherung zu bewegen? Und wir haben festgestellt ja, das ist ein relevantes Feld also 50% der Versicherten sagen, es ist bei der Auswahl der Krankenkasse für uns wichtig, dass es digitale Services gibt und wie gut die digitalen Services sind und 40% der Befragten sagen sogar, ich würde für gute digitale Services die Krankenversicherung/Krankenkasse wechseln. Das sind schon starke Zahlen.

Man muss allerdings natürlich im Nachgang noch nachschieben, bei den Stärke der Zahlen das große Momentum bei vielen der Versicherten des insbesondere heute noch ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis. Wir waren uns in der Auswertung nicht so ganz sicher, ob das auch zum Teil natürlich eine lange Zeit antrainiertes Verhalten ist? Wir haben Deutschland sind ja durchaus sehr preissensitiv, das sehen wir in vielen Bereichen, das sehen wir auch zum Beispiel im Bereich Lebensmittel-Retail, wo die Deutschen sehr preissensitiv sind. Aber wir sehen insbesondere auch die Chance nach vorne raus, dass es die Chance gibt, sich über digitale Services zu differenzieren und da auch in Zukunft echte Möglichkeiten für Krankenversicherung/Krankenkassen liegen. Ein zweiter Punkt nach vorne raus – und den wir auch sicherlich noch mal Corona bedingt in einer Verstärkung gesehen haben – welche Services sind den Leuten denn besonders wichtig als digitale Services? Und da sehen wir die Services, die während der Corona-Zeit, in der man nicht mehr persönlich zum Arzt gehen konnte.

Das heißt, das elektronische Rezept, eine "AU", eine Krankschreibung, eine digitale Videokonsultation, der digitale Arztbesuch, das sind die Themen, die den Menschen wirklich wichtig sind und die sich in einer guten Qualität und dann auch in einer guten Usability wünschen. Und das sind sicherlich nach vorne raus so die Themen, die spannend und wichtig sind. Schwachpunkt, und das haben wir auch festgestellt in der Studie ist das ja noch ein sehr großer Anteil, also fast 50% der Befragten gar nicht genau wissen, was hat denn eigentlich ihre heutige Versicherung für digitale Services im Angebot? Und das ist wahrscheinlich schon der größte Hemmschuh für die meisten Versicherungen, sich dem Thema oder für die Versicherten das wirklich zu akzeptieren und zu nutzen, und das wird eine der großen Herausforderungen sein im Sinne von nicht nur digitale Services anzubieten, sondern die auch so dem Kunden zu kommunizieren, die Vorteile zu erklären, dass die Nutzung da ist und dann noch die Kunden von diesen Angeboten, die heute bei vielen Anbietern auch im Markt schon da sind auch wirklich ordentlich nutzen können. Und da sicherlich auch die Frage: Sind es nur die Kunden, die man dafür braucht oder müsste man auch vielleicht noch ein bisschen in der in der Promotion oder in der Werbung zu diesen Angeboten die Ärzteschaft miteinbeziehen, so dass da auch wirklich der Push, wir sehen uns ja auch an der EPA, die heute bei guten 300.000 Nutzern noch weit unter dem Potenzial liegt, was eigentlich im Markt da ist, aber wo wahrscheinlich auch natürlich eine Bereitschaft der Ärzte gefordert ist, die Themen und die Services so zu promoten, dass sie von den Nutzern auch genutzt werden.

CB: Also, das ist schon interessant. Du sagst im Prinzip, ja Willigkeit und unser Verhalten sind schon davon beeinflusst. Gleichzeitig ist aber sag ich jetzt mal der Interaktionsmodus noch nicht so wie man es sich wirklich wünschen würde, hängt auch immer damit zusammen, was ist die eigene Ambitionen. Ich habe öfter mal von Johannes, Shadi, Marcel, euch allen dreien in verschiedenen Projekten gehört, ok "Versicherungen – vom Bezahler zum Gesundheitsdienstleister", fühlt sich für mich so an, als gäbe es hier mal so eine Bestandsaufnahme zu machen. Wo sind wir denn da eigentlich aktuell?

Marcel magst du vielleicht zu sagen, wo Du heute stehst?

Marcel Thom (MT): Sehr gerne, also das ist genau wie du sagst, das ist ja dieser klassische klassisch englische Ausdruck vom Payer zum Player und das ist ja da von dieser eher passiven Haltung hin zu der aktiven Haltung auch der Mitgestaltung des Gesundheitspartners, der eingenommen werden soll. Jetzt werden wir gucken. Ich glaube, man muss das in 2 Richtungen beleuchten. Einerseits sieht man das durchaus bei den Verbrauchern oder bei den Versicherten, da auch noch unterschiedliche Erwartungen sind. Es gibt sicherlich einige, die möchten, dass Ihre Kasse, ihr Versicherer diese Rolle einnimmt und da gestalterisch tätig ist. Es gibt aber auch viele, die die klassische Rolle weiter bevorzugen. Also das ist sicherlich ein gespaltenes Bild, was man sieht und ich glaube die zweite Dimension, die wichtig ist, in diesem Zusammenhang auch zu sehen ist, dass es durchaus einen Unterschied gibt, auch im Verständnis von dem, was die Kassen über die Versicherer haben, wo ihre Reise hingehen soll und was dann auch bei den Versicherten angekommen ist. Also diese beiden Spannungsfelder sind sicherlich vorhanden.

CB: Was ich in diesem Zusammenhang interessant finde, ist und deswegen, Shadi, auch mal eine Frage in Deine Richtung. Für den Allgemeinfall war der Unterschied zwischen dem, was die PKV sich vor allem anguckt, die privaten und gesetzlichen Krankenversicherungen, da habe ich von Dir mal verstanden, da gibt es natürlich auch einen Unterschied, wo siehst denn Du da die Unterschiede?

Shadi Mohadessi (SM): Ja die Unterschiede sind erstens also, dass die gesetzlichen Krankenversicherungen so sehr früh schon vor Jahren angefangen (haben), kleine oder größere Pilotprojekte im Bereich Prävention auf den Weg zu bringen, zum Beispiel das Gesundheitscoaching schon im Jahr 2007/8, aber der Return on Investment war halt zu langjährig zu zu, zu gering, so dass man dann auch vieles gestoppt hat.

Nichtsdestotrotz wurde im Laufe der Jahre auch sehr viel das Bewusstsein bei den GKV in klar, dass man nicht mehr die Krankenkasse heißen möchte, sondern in Richtung Gesundheitskasse sich entwickeln will und im Jahr 2016 dann entsprechend auch die rechtlichen Rahmenbedingungen auf den Weg gebracht wurden und verabschiedet wurden, dass man in die Prävention mit ähm mit äh, entwickeln muss und fördern muss und entsprechende Fördermaßnahmen auch auf den Weg gebracht wurden und gerade mit der neuen Regierung und im Koalitionsvertrag wird Prävention sehr... ist sehr stark im Fokus und es wird weiterentwickelt, das Gesetz. Damit ist auch ein Malus-Prinzip mit rangehängt, das heißt, die Kassen müssen, die gesetzlichen Krankenversicherungen müssen jetzt auch Präventionsmaßnahmen anbieten, ihren Versicherten, und es muss ein nationales Präventionsplan aufgesetzt werden, Maßnahmen-Pakete für Diabetes, Zahn, psychische Erkrankungen, um die Kosten entsprechend zu senken. Und man darf, das ist auch recht neu, ein Boni an seine Versicherten austeilen, wenn halt diese Maßnahmen akzeptiert werden und daran teilgenommen werden und diese Kombination verstärkt, die Prävention, das Präventionsbewusstsein bei den Versicherten. Und auch wichtig ist natürlich die Aufklärung. Ein Bericht der WHO sagt, dass in Deutschland 54% der Bevölkerung nicht in der Lage ist, mit ihren Gesundheitsinformationen und Daten umzugehen. Und was mache ich jetzt, wenn ich eine Krankheit habe? Und das müssen wir angehen.

CB: Was ist das dann? Also, Du sagst im Prinzip, der Markt bewegt sich in Richtung Prävention, der Markt... das heißt auch ich greife ein, bevor irgendwas passiert, das heißt das Eingreifen selbst steht mehr im Vordergrund. Jetzt hat Marcel vorher gesagt, OK und Du hast ja auch erwähnt, auch im GKV-Bereich das ist nicht immer alles in der Pilotierung so durchschlagend, dass man gesagt hat, wir können das wirklich und wir wollen das auch wirklich so pushen.

Ähm, ich glaube, wenn man mal einen Level raus zoomt heißt das im Prinzip, es gibt da ein Ökosystem von Dienstleistern und auch vor allen Dingen von Tech-Firmen, die diese Nischen besetzen, weil ihre Geschäftsmodelle wahrscheinlich irgendwie bei einem ersten Blick genauer darauf ausgerichtet sind. Also wenn du sagst, die WHO erklärt, dass die meisten Leute gar nicht richtig verstehen, wo sie gerade stehen, wäre jetzt meiner Annahme, die Googles, die Amazons, die großen Tech-Firmen, das Problem haben die auf andere Weise schon lange gelöst. Die werden sich sicher positionieren. Heißt das jetzt dann aus eurer Sicht, Versicherungen sind irgendwie möglicherweise bald irrelevant in der Wahrnehmung der Menschen in ihrer Gesundheit? Johannes, was denkst Du?

JN: Also die, die die Frage haben wir uns auch in der Studie gestellt und haben versucht, Datenpunkte dazu zu finden und einen Datenpunkt, den wir gesucht haben, ist die Frage wo sind denn zum Beispiel Zusatzversicherung, das ist ein großes Wachstumsthema für die PKV. Aber wo suchen denn heute eigentlich GKV-Versicherte eigentlich ihren Zusatzversicherungsschutz? Und in der Studie haben die Hälfte der Befragten gesagt, uns ist gar nicht wichtig, ob der Zusatzversicherungsschutz, ob wir den bei der Versicherung kaufen, bei der wir heute unseren Vollversicherungsschutz haben, oder ob wir den von anderen Playern kaufen, und das zeigt uns, wie offen die Kunden eigentlich für andere Angebote sind und wie bereit Sie sind, von anderen Anbietern der Angebote anzunehmen und die spannende Frage wird eigentlich sein, was sind denn in Zukunft die relevanten Touchpoints auch für die PKV, an denen sie diese Angebote vielleicht auch ne gar nicht für den Verbraucher so sichtbar als klassisches Versicherungsangebot, sondern eingebettet in andere Servicekombinationen aber wir sprechen ja gerne von Embedded Insurance. Inwieweit sie dort die richtigen Partner finden, um solche Angebote anzubieten, inwieweit sie dort die richtigen Servicekombinationen finden, um das Interesse der Nutzer zu finden und eben dann auch über so eine Kombination von Versicherungsschutz und Services.

Und meistens kann man viel besser den Kunden über attraktive Services ansprechen als über das Versicherungsprodukt, indem sie ihm dort ihre Chance suchen, auch Versicherungsschutz den Menschen anzubieten auch wenn das vielleicht im ersten Moment gar nicht so aussieht, als ob wir es dann Versicherung ist, und es ist sicherlich ein Mentalitätswechsel auch für die Art und Weise, wie Krankenversicherungsschutz angeboten wird, hat aber den Vorteil, dass man die Menschen teilweise an sehr relevanten, ja wir sprechen ja sehr gerne "Moments of Truth" abholen kann und dann auch wirklich echt positive Erlebnisse kreieren kann, was den Versicherungen ja durchaus noch schwer fällt in vielen Momenten.

CB: Das heißt also schon die Institution Versicherung, da kommen jetzt andere mit ins Spiel. Shadi, wen siehst du denn aus denen, ich glaub, ich vermute, das sind bekannte Namen mit auf der Liste was machen denn diese ganzen bekannten Namen?

SM: Erst einmal will ich ergänzen, dass man das überhaupt nicht aufhalten kann diese Entwicklung, weil nun mal so ein hohes Investitionsvolumen hinter diesen Tech-Giganten steht und natürlich hat jeder den Gesundheitsmarkt auf dem Radar. Es ist ein sehr attraktiver Markt und jeder möchte dort mitmischen. Und was wir beobachten und auch in den Gesprächen mit den Konzernen ist so, dass sie halt vor allem jetzt aktuell im Bereich der Älteren, der älteren Menschen halt sehr viele Investitionen tätigen, ganz klassisch. Wir haben ja auch tagtäglich mit den Produkten dieser Konzerne zu tun und wir wachsen schon als Kind mit den Produkten auf. Und gerade jetzt, bei den älteren Menschen wird jetzt zum Beispiel von Amazon Tele-Doc angeboten, das ist ein Service, wo halt man über Sprachbefehle des Amazon Echo Dot halt Rückrufe von einem Arzt sich initiieren lassen kann. Oder Fragen zu Erkrankungen, Allergien aber leichte, grippaler Infekte usw. stellen kann. Es gibt noch einen weiteren Service, der dann auch noch die Notfallsituation mit abdeckt.

Da ist zum Beispiel ein kompletter Call Center, aber das ist jetzt noch in den USA... Call Center dahinter, dass man rund um die Uhr drauf Zugang hat und entsprechende Agenten, geschulte Agenten dahinter stehen und Fragen beantworten können, Angehörige informieren, dass man zum Beispiel Sturzerkennungsreaktion durch die Wearables und Teppiche und alle diese IoT's, die in diesen Räumen dann bei den älteren Menschen sind, Daten übertragen werden können und entsprechende Aktionen daraus abgeleitet werden.

Erinnerungsfunktion, habe ich mein Medikament genommen oder nicht? Und Amazon versucht halt dadurch, diese Kundenbindung und langjährige Produktnutzung dann sicherzustellen. Und das ist nicht aufzuhalten, meiner Meinung nach. Neben alle Tech-Giganten usw. kommen auch andere Industrien. Wir haben, Du hattest es mit Marcel eben gerade. Auch die Pharmaindustrie war schon langjährig in dem Markt unterwegs, aber jetzt kommt sogar jetzt Automotive, dass man halt sich... wenn die bestehende Systeme im Auto jetzt auch noch auf "Health" Gesundheitsdaten ausgerichtet wird. Wenn ich mich dann in ein Auto setze und meine Hand ans Lenkrad halte, schon mein Blutdruck usw. mit gemessen wird, habe ich einen Stresslevel-Faktor, kann ich überhaupt Autofahren und so weiter. Und da sind jetzt schon sehr viele Fortschritte gemacht worden und auch da wird das in naher Zukunft neue Neuigkeiten geben.

CB: Sehr gut, das macht Sinn. Es kommen jetzt auch schon ein paar Fragen rein und ich glaube, das ist doch ne gute Überleitung zu dem, was ich Dich, Marcel, fragen wollte zu dem Thema also sowohl der Michael als auch Kai-Nicolas fragen: O.k., Amazon macht gerade noch andere Sachen, wie realistisch ist es denn, dass die jetzt kommen? Und sie fragen sich, wie kann man überhaupt mitspielen als Krankenversicherer in dem Teich BigTech und Daten? Ich würde es gern nochmal einen Schritt zurück nehmen und Kai-Nicolas haltet uns da ehrlich, ob wir es am Ende beantworten können.

Ich glaube, da gibt es einfach ganz viele Themen, die abgedeckt werden müssen, von strategischen Entscheidungen bis hin zu Fähigkeiten, kannst du uns vielleicht sagen, Marcel und das so ein bisschen aufgreifen mit Amazon was muss man sich denn angucken und das Leistungsspektrum Gesundheit überhaupt bedienen zu können, wo ja offensichtlich so große Namen auch quasi vor der Tür stehen?

MT: Ja, also sehr gerne und das ist ich glaube Shadi hat das gerade sehr, sehr gut dargelegt. Im Sinne ist es wirklich eine riesige Spielwiese, riesige Möglichkeiten, die da vorhanden sind und ich glaube, auch wenn wir das jetzt mal anschauen, aus der sie Strategie und sie jetzt auch recht die Rolle von Strategieberater annehmen, dann ist es wirklich essentiell, dass man eine Fokussierung vornimmt, weil es ist so, du wirst nicht überall mitspielen können, kannst dich jetzt glaub ich fokussieren, dass du sagst wir konzentrieren uns jetzt eher auf leichtere Leiden im Sinne auch von Prävention, wo du relativ schnell auch coole Apps sag ich jetzt mal auf den Markt bringen kannst, da erste Schritte zu machen. Oder du gehst an die andere Seite des Spektrums und konzentrierst dich eher zum Beispiel jetzt auf die Volkskrankheiten, auf chronische Krankheiten. Können sagen das sind die beiden Eckpunkte in der Mitte sind wahrscheinlich dann die akutmedizinischen Behandlungen.

Jetzt alleine machen ist wirklich sehr, sehr schwer und da wird es Partnerschaft brauchen, es wird Partnerschaften brauchen, damit du einerseits diese Servicebreite, die du dann auch für den fokussierten Bereich brauchst, haben kannst. Andererseits aber auch die Spezifizierung oder die Spezialisierung, in die Tiefe zu gehen. Und es ist so, dass für beides wahrscheinlich notwendig ist, dass es einerseits Plattformen geben wird, andererseits aber auch Zusammenschlüsse. Ich glaube wenn wir jetzt die Fragen angucken, auch Amazon beschäftigt sich mit dem Thema. Es ist sicherlich etwas, die sich damit beschäftigt ich glaub bei Amazon und Shadi hat das ja auch gerade angesprochen es ist natürlich schon noch das Thema, wie die Gesetzgebung, Datengesetzgebung, ist natürlich in Europa schon noch etwas anderes als in Amerika, wo viele dieser Services genutzt werden.

Es ist auch so, wenn ich jetzt zum Beispiel auch in unseren verschiedenen Länder, die wir ja hier im Call haben, sehe, in der Schweiz ist zum Beispiel Amazon noch extrem benachteiligt, weil sie noch nicht Datencenter haben AWS wird jetzt 2 Datencenter hier bauen und vorher ist mit Gesundheitsdaten nicht zu machen. Also ich glaube, es ist auch eine Frage der Infrastruktur, die vorhanden ist, dass Amazon und die anderen Player diese Schritte machen werden, die wir jetzt sehen in Amerika und auch in China, das wird sicherlich kommen. Es sind allerdings in Europa kleinere Märkte und es sind geregeltere Märkte, die das etwas noch verzögern werden.

CB: ... ich wollte heute dich dazu auch was fragen, vielleicht kannst du auch von Marcel dann einfach antworten. Das hört sich für mich aber auch so an es geht nicht so, der sehr darum, wie Michaels Frage, die kommen und nehmen uns was weg, sondern haben wir die richtigen Skills im Haus, um unsere Strategie zu definieren. Wie man vielleicht zusammen diese Markteintritte gestalten kann und dann vielleicht doch Dinge liefern lassen kann vom Partner, dann Johannes, weil Du gerade schon anfangen wolltest, was glaubst Du denn sind Skills, die man bräuchte, um das zu machen und haben sie Versicherung aktuell?

JN: Also, ganz sicher gibt es eine ganze breite Palette von digitalen Skills, die man dafür braucht, juristische Skills, Marcel, Du hattest eben das Thema Amazon Datencenter auch (...) rund um die Daten, extrem wichtiger Punkt bei den Kunden, beziehungsweise natürlich auch von der Gesetzgebung, der Umgang mit Gesundheitsdaten, da wird ein sehr hohes Augenmerk drauf gelegt und insbesondere bei Versicherungen sehr genau hingeguckt vielleicht etwas genauer auch als einem anderen Med Tech Startup, was sich da im Markt tummelt. Aber insbesondere die Frage, inwieweit habe ich denn digitale Fähigkeiten, die auch Gesundheit können im Haus und wie weit kann ich die denn auch in Zukunft gewinnen?

Also neben der Frage des Wollens und vielleicht auch der Erkenntnis, dass da eine Lücke besteht, ist wie in anderen Bereichen der Digitalisierung – und da waren ja die Versicherung im Krankenversicherungsbereich in der Vergangenheit tendenziell noch weniger aktiv als vielleicht in anderen Bereichen – weil ja auch die Komplexität des Versicherungsprodukts doch sehr oft auch im Abschluss einen persönlichen Vertrieb mit einem hohen Anteil an Beratung noch vorausgesetzt wird und auch die Leistungsbearbeitung sehr stark individualisiert war, aber die Frage ist, inwieweit selbst wenn ich es wollte, kann ich denn diese Skills bekommen und muss sich nicht rein aus, ich sag in Anführungsstrichen pragmatischen Gründen, damit ich eine Chance habe, in diesen Ökosystemen auch in Zukunft noch eine Rolle zu spielen, muss ich denn eigentlich in den Zeitraum, in der das relevant sein wird, und es werden sicherlich die nächsten 2 - 5 Jahre sein werden da spannend sein, bis der Markt auch eine gewisse Reife hat, wo auch bestimmte Felder sich aufgeteilt haben, habe ich dann die Möglichkeit, auch mit Kooperationen und Partnerschaften den Zugriff auf Ressourcen insbesondere im digitalen Bereich UI/UX zu finden, die auch ein gewisses Grundverständnis für Gesundheit beziehungsweise auch Gesundheitsreisen haben, um den Kunden zu verstehen, was er denn im Bereich Gesundheit braucht, wünscht und wie man ihn da abholen will.

Auch das vielleicht noch eine spannende andere Referenz auf eine globale Studie, die wir durchgeführt haben. Das Thema Empathie ist im Gesundheitsbereich eine extrem wichtiges, das heißt, es wird vielleicht, wenn ich einen Hausratschaden im Sinne von mir hat, eine vielleicht einen Vandalismus-Schaden an meinem Haus durch eine Spray-Aktion durchgeführt, das ist ein deutlich weniger emotionales Ereignis als ein gesundheitliches Thema. Die Frage wird sein, wie kann ich mit digitalen Technologien empathische Erlebnisse in Zukunft schaffen? Und das in dieser Kombination wird herausfordernd sein und dazu braucht man insbesondere die richtigen Skills an Bord.

CB: Das ist interessant, also Du sagst im Prinzip auch, das finde ich später in der Diskussion interessant mal von unseren Versicherern im Raum zu hören, dass man eigentlich Life-Science- und Pharma-Erfahrung in Richtung "was ist denn eigentlich eine Patientenreise" auch am Tisch braucht, um da glaubhaft das entscheiden zu können, und andererseits dann auch die richtige, Du hast Empathie genannt, ich glaube, das richtige Feingefühl für diese Innovation, aber auch wie diese Situation sich in Daten ausdrückt, Shadi, ich glaub zu Daten, Gesundheitsdaten und wie Versicherte dazu stehen, dazu hast du eine Meinung, kannst Du uns mal mitgeben wie wir das sehen?

SM: Ja, auch wir haben eine globale Studie gemacht. Und viele auch aus Deutschland befragt und erstaunliche Ergebnisse bekommen und zwar durch die Pandemie ist das Bewusstsein und die Bereitschaft, Gesundheitsdaten zu teilen, höher geworden und ist höher als früher und 40% haben angegeben, dass sie bereit sind, ihre Daten zu teilen, wenn Sie wissen, wofür und sie Mehrwert und sogar eine Gegenleistung dafür bekommen. Also es ist schon ein Mind Shift, dass man eher bereit ist, jetzt Daten zu teilen, aber es muss ganz klar sein, für was und an wen und das ist dann natürlich anonymisiert ist, dann entsprechend dafür, besonders für Forschungszwecke ist die Bereitschaft hoch. Und auch jetzt mit der Einführung der elektronischen Patientenakte ist es ja und der Funktionalität, die dieses Jahr kommen wird, nämlich der Datenspende auch mehr in den Medien parat, dass man halt mit Daten umgehen muss, dass das da viel Forschung betrieben werden kann. Aktuell in Deutschland ist es ja so, dass wir ein Opt-in-Verfahren haben, das heißt, ich muss freiwillig das angeben, ob ich meine Daten hochladen will und spenden will oder nicht. In anderen Ländern ist es so und Dänemark klassisches Beispiel oder auch Österreich ist es so, dass das ein Opt-out-Verfahren ist, das heißt, ich muss widerrufen, dass ich meine Daten zur Verfügung stelle. Und auch die Diskussion ist jetzt auch hier in Deutschland da, und das ist absolut die richtige, weil je mehr Daten wir haben, das haben wir in der Pandemie ja mitbekommen, desto besser können wir agieren, schneller reagieren und Behandlungspfade, verbessern, optimieren.

CB: Absolut. Also darf ich da noch eine Frage zu stellen in Richtung Marcel, weil Shadi spricht ja für die Gesetzlichen. Ja und ich hab jetzt mitgenommen aus der ganzen Diskussion um die Telematikinfrastruktur, entscheidend ist hier natürlich auch dass im GKV schon ganz viel passiert ist, weil er auch ganz viel passieren musste, ne? Heißt das denn jetzt Marcel, das ist das schwieriger wird für die PKVs, sich in Zukunft zu differenzieren, wenn die Datenseite, Du hattest das ja vorher schon mal angesprochen, die Datenseite eigentlich an anderer Stelle gerade ein bisschen weiter ist durch die TI.

MT: Ja, ich glaub, man muss man muss zwei Sachen sehen. Du kannst grundsätzlich einerseits sagen, dass sowohl die GKV die PKV, die müssen natürlich noch ein bisschen lernen, auch umzugehen mit den Daten, die sind jetzt am Anfang aber natürlich der Prozess, Daten richtig zu sammeln, die dann auch zu kombinieren und dann Mehrwert rauszukriegen für die Patienten, die Versicherten das ist natürlich noch ein Prozess oder eine Reise, die jetzt gerade erst begonnen hat, das muss man sagen, das ist natürlich eine Reise, die wichtig ist, auch vor dem Hintergrund, dass du dann wirklich eine höhere Versorgung kriegst und natürlich dann auch sagen wir mal, ein Case Management machen kannst, Patientensteuerung machen kannst, und und und wie das ja auch gerade ausgeführt wurde. Da braucht es sicherlich noch was. Jetzt aber auf deine Frage für die PKV ist wird das jetzt dann schwieriger, sich zu differenzieren? Die Antwort ist ja, es wird schwieriger, das ist sicherlich was, was wir sehen. Allerdings muss man sagen, dass die PKVs immer auch noch verschiedene Möglichkeiten haben und sagen wir, auch Freiheiten und Vorteile haben, die sie ausspielen können. Konkret ist das sicherlich im Beispiel von der Telemedizin, wo wir sehen, dass natürlich die Möglichkeiten da für eine flexiblere Abrechnung auch von Ärzten besteht, was natürlich dann auch zu einer höheren Verfügbarkeit führt. Wir sehen allerdings auch Möglichkeiten, die sie natürlich haben im Gestaltungsspielraum, wie sie jetzt zum Beispiel Vorteilleistungen bringen und insbesondere in... jetzt in unserer Diskussionen rund um die digitale Welt, sind diese Vorteilleistungen durchaus zu sehen.

Wenn dann der Absprung aus der digitalen Welt wieder in die physische Welt rein soll und man dann auch, sagen wir mal Untersuchungen oder Leistungen vor Ort haben will, also da gibt es Vorteile aber ja, es wird schwieriger für die PKV.

CB: Und umgekehrt provokant angefragt, Shadi: EPA, ist das wirklich cool?

SM: In der letzten Ausbaustufe also, wir haben sehr gute Fortschritte gemacht, dass die EPA überhaupt umgesetzt ist, dass es da auch eine wieder einen Malus-Prinzip gab, sobald jeder an einem Strang zieht, aber es ist Luft nach oben. Dass, dass vor allem die Einschreibungsquote und die Nutzungsquote sich immens erhöhen muss und entsprechende Marketing-Maßnahmen eingeleitet werden müssen, dass es überhaupt deutlich wird, dass es gibt die EPA und insbesondere das hatten wir auch in den vorherigen Antworten: Die Vernetzung, dass auch die Ärzte die Leistungserbringer alle mitmachen, alle angeschlossen sind, um eben diesen Datenaustausch zu ermöglichen. Und ich würde sagen, also weiterhin kann sich die PKV differenzieren, weil es ist noch ein langer Weg bei den GKVen, dass das jetzt richtig umgesetzt wird aber jetzt gerade jeder am mit Hochdruck drauf und dann werden wir in ein paar Jahren wissen, wie das dann sich entwickelt.

CB: Prima. Lena Pütz schreibt, leider ist die EPA in der Praxis noch nicht wirklich nutzbar. Lena ich würde das gerne aufgreifen und Johannes fragen. Neben, "die EPA ist noch nicht so richtig nutzbar", aber was haben wir denn sonst für Hürden in Richtung Digitalisierung vom Gesundheitswesen? Also Shadi hatte ja gerade davon gesprochen. Da passiert was, der Versorgungsstandard geht hoch, was hält uns denn ab davon, dass das schneller geht?

JN: Also, ich glaub, wichtiger Punkt anschließend an das was du gesagt hast, Shadi, ist das Thema, alle müssen mitmachen und dann müssen wir insbesondere auch die Frage gestellt werden, wie können denn eigentlich die Ärzteschaft, also die Leistungserbringer, wie können die eigentlich mit in die Prozesse einbezogen werden.

Und Stichwort Telematik auch hier im Chat ist das, vielleicht auch in der Vergangenheit noch, oder kann man das in Zukunft raus besser machen, um die damit zunehmen, wird... Bzw. insbesondere, um die Praxisprozesse um die Klinikprozesse so zu verstehen, dass die Leistungserbringer auch bei ihren Patienten zum Beispiel die Nutzung von denen des Services auch wirklich promoten und die damit zu nehmen, dass sie sagen, ja, ein digitaler Service oder digitaler Prozess ist auch für uns ein Vorteil. Und auf der Versicherungsseite, glaube ich, ist das Thema DSGVO ein Buch mit 7 Siegeln, hat auch noch glaube ich noch keiner so den richtigen Umgang mit gefunden und daher viele Dinge dann strafrechtlich relevant sind, ist dann die Diskussion um auch proaktiv vielleicht ein paar Dinge zu wagen, es gibt überall Hürden, aber wir haben neulich mit Kollegen diskutiert und Onlinebanking, da gibt es ja auch große Unterschiede, wie einfach oder wie komplexe einige Apps sind, das schaffen immer wieder Anbieter, da spannende Lösungen zu finden und die Frage wird sein, inwieweit schaffen es denn Versicherungen, sich im Umgang mit diesen rechtlichen Hürden so auseinanderzusetzen, dass sie coole Nutzer... coole Lösungen für die Nutzer schaffen, mit einer hohen Convenience, mit einem hohen nahtlosen Datenfluss über verschiedene Anwendungen hinweg und dann wird auch die Nutzungsrate steigen. Die Ärzte müssen mitmachen, die Anwendungen müssen cool und einfach und nutzerfreundlich werden und wir brauchen wahrscheinlich kreative Lösungen, um auch mit den rechtlichen Hürden umzugehen.

CB: Das sind ja ganz schöne, viele Punkte. Rechtliches, Ärzte, Patientendaten, die EPA, das hört sich alles nach viel Investment an. Marcel magst Du mal sagen, wie gehen wir denn dann mit diesem Investment um? Können das alle stemmen im Markt, alle Versicherer und was empfehlst du denn, dieses Thema zu bewerten?

MT: Also, das ist eben der Investitionsbedarf, der ist enorm und wenn ich jetzt mal vielleicht anfangen, von den PKVs das aus zu betrachten. Wir sehen, wir haben in Deutschland 46 PKVs. Wir haben 12 von denen, die es jetzt wirklich auf den Prämien-Volumen von über einer Milliarde schaffen, also das heißt, für den Großteil ist es einfach, der Großteil aus mittleren und kleineren Playern besteht, wird es einfach sehr große Herausforderung, um so etwas zu stemmen und wir sind daher ja auch überzeugt, dass es da in dem Zusammenhang Zusammenschlüsse geben wird. Es wird Käufe geben und es wird natürlich auch auf Plattform Lösungen geben müssen, oder Branchenlösungen geben müssen, um sowas zu stemmen, weil das einfach für viele aus eigener Hand nicht möglich sein wird. Ich glaube, was daraus aber wichtig ist, jetzt dann, ist es auch für viele, sich zu fragen, wie kann ich denn jetzt mein Unternehmen auch vorbereiten in Bezug auf die Systeme wie aber auch auf die Prozesse, um dann attraktiv zu sein, oder um dann auch mitspielen zu können? Das würde ich mal aus der PKV-Perspektive sagen, ist sicherlich essentiell.

CB: Scheint die GKV wieder was zu ergänzen?

SM: Ja, also die Frage ist schwierig für die GKV und zu beantworten aktuell, weil Investitionen bei der Finanzierungslage der GKV, die haben ein Defizit von 17 Milliarden Euro. Es ist nicht klar, wie diese Lücke geschlossen sind. Wir warten auf Herrn ... vom Bundesministerium Entscheidungen und um die Corona Ausgaben sind immens gewesen, die jetzt auch noch zu Lasten der GKV aktuell liegen. Daher da jetzt da ist wenig Raum halt für Investition und trotzdem muss man wettbewerbsfähig sein. Wir haben zirka hundert GKV, also ist es ein Spagat. Es ist eine schwierige Situation, wir müssen weiter beobachten und schauen.

CB: Ok das ist fair, danke für das Bild. Ich würde jetzt gerne folgendes machen. Johannes ich glaube, du hast was vorbereitet. Wir würden mal in die Zukunft gucken wollen mit allen hier im Raum. Der Johannes teilt, ist gleich nochmal so ein Menti-Link und ich glaube, die Frage ist, wo sehen Sie denn die größten Chancen als Teilnehmer hier im Webinar für PKV und GKV?

JN: Der Menti-Link ist der gleiche und sie müssten jetzt die Chance, wenn sie nochmal drauf gehen müssten jetzt die Möglichkeit haben und wir würden in der Bot Cloud abfragen, was sind denn eigentlich für die die größten Themen in die Zukunft raus? Gerne dann Stimmungsbild hier aus dem Raum. Ich hoffe, man kann den Menti-Link schon einsehen?

CB: ... Anklicken. Ich schalte es auf, ich würde sagen, wir würden wieder so 30 Sekunden nehmen, so 3-4 große Themen würden vollkommen reichen für die Diskussion.

Da sehen wir schon Ökosysteme. Steuerung der Menschen durch diese Ökosysteme? Prävention, das hatten wir ja vorher auch schon mal erwähnt. Angebotsanpassung, ja. Ich bin gespannt während Sie schreiben... personalisierte Medizin... outcome oriented medication das sind alles Life Science Begriffe, also nochmal mein persönliches Take-away, jetzt schon mal dies wird wichtig das in der Versicherung in Zukunft zu haben. Life-Time-Partner. Kompetenz ...genau.

SM: Life-Time-Partner bezieht sich auch wieder auf die Tech-Giganten, die halt schon sehr früh mit Handys usw uns in die Bahn geschoben und ...

CB: Cool ganz lieben Dank dafür und vielleicht mal vor dem Hintergrund dieses Bildes. Johannes, on-the-spot, was denkst du denn, was die Zukunftsthemen PKV/GKV sind?

JN: Also wahrscheinlich deutlich wichtiger als die Vollversicherung ist natürlich für die PKV das große Thema, aber die Wachstumsdynamik kommt klar aus der Zusatzversicherung. Und wenn ich jetzt mir auch insbesondere die Themen angucke, Ökosysteme, Plattformen, Patientensteuerung ist ja bisher herausgekommen, die Frage wird sein, in wieweit kann man in der Zusatzversicherung insbesondere in den modernen digitalen Angeboten dort punkten, personalisierte Angebote, wirklich die Lifetime-Partnerschaft kann man ja auch über den Zugang zu Ökosystemen, ist dann vielleicht nicht zwingend eines, in dem der Versicherer die Rolle des Lead oder das Orchestrator übernimmt.

Aber wenn eine Versicherung in einem anderen Ökosystem dabei ist, in der man vielleicht auch gegenüber dem Kunden so eine Lifetime-Partnerrolle spielen kann, ist das sicherlich interessant. Jetzt auf dem Bild nicht aufgetaucht, ich guck jetzt grad nochmal, aber auf dem Bild nicht aufgetaucht ist das Thema rund um Pflege. Da glauben wir persönlich noch dran, dass da extrem viel viele Chancen für Versicherungen drin liegen, weil Krankenversicherung haben da Kompetenzen im Haus, die auch bei aller Liebe zur Technologie, die wir als Firma selber mitbringen, die aber nicht ganz einfach kopierbar sein werden und die Kompetenz, die bei Krankenversicherungen dort besteht, die muss erstmal aufgeholt werden, das ist das, das ist möglich, und das ist sicherlich auch eine latente Gefahr für die Branche, aber mit der Stärke zu spielen und das zu verknüpfen mit coolen digitalen Angeboten in Ökosystemen, mit Plattformen, mit einer Patientensteuerung beziehungsweise jetzt auch eine Steuerung von den Pflegebedürftigen oder auch der Angehörigen. Da liegen super Chancen in Zukunft. Und dann glaube ich daran, dass da noch viel passieren kann.

CB: Was denkst du zu PKV, Marcel? Spezifisch?

MT: Also ich, ich glaub grundsätzlich die Situation rund um Ökosysteme, das ist sicherlich was, was sehr interessant ist, dass das werden wir sehen und ich glaub auch das jetzt Assistenzlösungen, ganz heißes Thema, ist auch was jetzt gerade Johannes gesagt hat, aber was auch Shadi ausgeführt hat. Ich glaub, da gibt es was, insbesondere auch als Aufbau zu bestehenden Lösungen, da ist wirklich Potential dahinter. Da bin ich überzeugt. Provokativ, wenn du mich jetzt fragst, wie sich das mit der PKV entwickelt, ich weiß nicht, vielleicht kann man auch mal ein Bild sagen, dass im jetzt auch mal über Landesgrenzen gucken, vielleicht auch in Deutschland irgendwann ein Bild sehen werden, dass du eine GKV hast, die wirklich eine Abdeckung hat in der Schweiz nennen wir das die Grundversicherung, die wirklich für jeden Bürger da ist, und die PKV dann im Sinne einer Zusatzversicherung obendrauf mit Leistungen kommt. Etwas provokativ, aber durchaus mal ein Szenario, was man sich überlegen könnte.

CB: Shadi, was denkst Du für die GKV?

SM: Erst einmal ist halt einfach die Digitalisierung und dieses Ende zu Ende und alle Initiativen, die jetzt gestartet sind einfach durchzieht, bis in die Kernsysteme automatisieren und dann entsprechend vor allem auch stabilisieren an. Das ist erstmal die erste Hürde, die wir übernehmen, also, die wir machen müssen. Ähm, für die nächsten Jahre und dann halt das Thema Prävention, wie es jetzt auch im Koalitionsvertrag steht, dort einzusteigen und die Gesundheitskosten dadurch zu reduzieren. Die zwei Punkte sehe ich.

CB: Super. Jetzt kommt der fiese Moment wo wir fast fertig sind oder ich nochmal sagen würde: Marcel ganz prägnant, jetzt, nicht morgen, nicht wenn wir dann ist alles ausgelotet haben, oder was die Schweiz will, müssen die Entscheider in den Versicherern jetzt anschauen und Schwerpunkte legen.

MT: Ich glaub was, was ganz wichtig ist ich glaub jetzt, oder, es war schon aber jetzt umso dringender ist der Punkt, dass man sich wirklich auseinandersetzt, was sind die Kompetenzen, die ich aufbauen muss, um in diesem digitalen Gesundheitsumfeld gerecht zu sein? Und ich glaube, wir müssen da eine Spannweite gesehen. Es gibt, da glaube ich einerseits Themen, die rund um die rechtlichen Kompetenzen kommen. Ich wurde ja auch ein paar mal gesagt, dass das rechtliche eben insbesondere in unserer DACH Region durchaus noch einschreitend ist oder einschneidend ist. Ich glaube, da muss man ein Verständnis haben. Man muss aber auch, das haben wir jetzt ja mehrfach gehört, um wirklich auch mit diesen Daten umgehen zu können, sich eine Analytics Fähigkeit aufbauen, das ist ganz wichtig und ich glaube wenn du das dann auch weiter führst, ist es natürlich auch so ein, da bist du ja der Experte, es braucht natürlich auch eine Kunden also eine UX/UI, braucht wirklich attraktive Schnittstellen, Interfaces, auf die Kunden, die auf Gewalt, das wirklich auch eine Begeisterung, schlussendlich mündet das natürlich auch in der technischen Infrastruktur, die aufgebaut werden muss, um so etwas dann wirklich auch aufbauen zu können, um mitspielen zu können, sagen wir auch mal, einen Mehrwert zu bringen.

Ich glaube, neben diesen Herausforderungen und diesen 4 Themen benannt, sind jetzt, um den Aufbau von Kompetenzen ist es aber auch wichtig, in einem zweiten Schritt einen Schritt zurück zu machen und sich dann als Unternehmen zu fragen, wie kann ich denn dann wirklich auch einen Mehrwert generieren für meine Kunden? Und ich glaube diesbezüglich zwei Punkte, die wichtig sind: Man muss sehr nah, glaub ich an den Bedürfnissen seiner Kunden dran sein, da ein Verständnis haben, gleichzeitig aber auch verstehen, was die heutigen Nichtkunden eigentlich wollen und die dann auch versuchen, mit einzubeziehen. Zweitens natürlich grundsätzlich überlegen wie kann man sich differenzieren gegenüber anderen Mitbewerbern, das würde ich sagen, sicherlich Punkte, die heute schon auf der Agenda stehen müsste.

CB: Perfekt. Shadi, Deine 3-4 "Jetzt, hier, heute, das muss angesehen werden".

SM: Ja, absolut erstmal ganz kundenzentriert den Versicherten begleiten. In seiner Journey in seiner Reise also ein Versorgungsprozess aus einer Hand liefern durch Gesundheitsplattformen, Ökosystem, Plattform usw. von dass ich mich informieren kann über ein Symptom, das ich habe, bis hin zur Art Suche, Terminfindung und wenn es dann und jetzt kommt mein zweiter Punkt dann eine Krankheit auftritt Eintritt der Fokus auf die Fallsteuerung mit zu integrieren und umzusetzen und optimal steuern und entsprechend so interdisziplinäre Ansätze für Hilfsmittel, Krankenhaus, Pflege usw. zu etablieren, um halt auch die Wartezeiten, Durchlaufzeiten vermeiden. Also Fokus auf Fallsteuerung, zweites Thema und drittes Thema ist und das wurde auch jetzt mehrfach erwähnt: Automatisierung, künstliche Intelligenz stärken, Use Cases darauf aufbauen und einsetzen.

CB: Super interessant! Also ganz lieben Dank Ihr drei für eure Einblicke. Wir kommen jetzt in den Teil, wo es um offene Fragen geht. Ich würde alle im Raum, die eine Frage haben, bitten, einmal ihre Hand zu heben digital und sich per Video hinzu zu schalten. Während Ihr / Sie das tut, vielleicht so kleines Resümee von meiner Seite.

Ich finde sehr interessant, dass ihr 3 gesagt habt, ja, das ist hier keine Produktfrage, das ist eigentlich eine Frage der Rolle, wer möchte ich sein? Und das ist nicht nur intellektuell zu besetzen, sondern durch menschliche Talente. Das ist wahrscheinlich die Frage nach, hab ich die richtigen Menschen, die Medizin verstehen und effizient leben können? Im Haus habe ich Entscheidungen getroffen zu Investitionen, die helfen, ein Business Case fliegen zu lassen und nicht einfach nur auch Teil von dem großen Free for all zu sein und damit meine ich auch die Frage dann wie wollen wir wahrgenommen werden, also Visual, welchen Teil der Journey wollen wir besetzen? Es geht nicht darum, ob Amazon gewinnt oder wir gewinnen, sondern eher wie wollen wir im Zusammenspiel für die Menschen Mehrwert leisten? Megainteressant. Liebes Plenum, liebe Teilnehmer, gerne die Hand heben und eine Frage stellen. Keine Scheu bitte an der Stelle.

Noch hat sich keine Hand gehoben, dann stelle ich eine fiese Frage, weil man geht ja immer aus dem Webinar wie diesen raus und sagt ja ok, das hört sich alles sehr gut an, aber mach das nicht schon jemand richtig? Marcel: Wer macht das denn richtig?

MT: Das ist eine schwierige Frage, also ich glaub voll umgesetzt hat das... ich glaube, da gibt es noch Luft nach oben für viele Player, aber ich glaube, es gibt viele Vorstöße, wie man auch sieht und glaub ich bin immer etwas allergisch, wenn man zuviel die Beispiele jetzt aus Asien oder aus Nordamerika holt. Ich glaub lassen sie jetzt mal gucken in unserer DACH-Region. Und ich finde die Vorstöße, es gibt verschiedene Vorstöße, ich finde zum Beispiel auch die Vorstöße, die wir gesehen haben in Deutschland im Fall von Ottonova finde ich jetzt wirklich sehr attraktiv. Ich glaub, das sind auch innovative Vorstöße, um da etwas zu bewegen und kann noch sagen glaub ich, in der Schweiz und da vielleicht ein Beispiel, zu dem wir auch als Firma, das dürfen wir auch erwähnen ein Aufbau eines Ökosystems unterstützt und es geht um die die Gesundheitsplattform Well, die sich auch so versteht, als ein Navigator durch das Gesundheitssystem, durch digitale Lösungen, aber auch durch physische Lösungen.

Ich glaube, was interessant ist, ist, dass dieses Setup, diese Plattform nicht von einem einzelnen Player gebaut wurde, sondern von einem Zusammenschluss von verschiedenen Playern, weil es hat sich auch in vielen Gesprächen gezeigt, dass einfach alleine schaffst du es nicht, wie du gesagt hast, auf diese Kompetenzen aufzubauen. Du schaffst es auch nicht, diese Akzeptanz aufzubauen und du hast einfach auch alleine nicht die Spannweite all... oder die Möglichkeit, all deine Ressourcen so einzusetzen jetzt. Ich glaube, diesen Schulterschluss, den gibt es. Es gibt verschiedene Beispiele davon, aber da hat sicherlich die DACH Region und die verschiedenen Akteure noch einzelnes einiges zu tun. Um sich darauf vorzubereiten, um das noch stärker auszubauen und um auch auf die Frage, die Michael ja vorhin im Chat gestellt hat, Amazon und die die große Player, die werden irgendwann kommen, die haben noch ein paar Hürden, aber es gilt sicherlich, sich jetzt auch als einheimischer Player oder als Player jetzt aus dieser Region auch wirklich darauf vorzubereiten.

CB: Kai-Nicolas, dann schieß mal los, Du hast eine Frage.

Kai-Nicolas: Meine Frage geht genau das letzte Thema, man spricht seit 10 Jahren, dass nächstes Jahr die Welt sich verändert. Wie dringend ist das ganze oder wie viel Zeit hat man, als Krankenversicherung und muss man jetzt wirklich Gas geben oder ist es jetzt ein schönes Seminar gewesen? Und Na ja, und wir sehen uns nächstes Jahr wieder?

CB: Fangen wir mal an mit Shadi. Was glaubst du?

SM: Also was machen wir meine Kunden, wie ich sie erlebe und auch durch Informationen anderer Kunden. Jeder ist schon dran, also jeder arbeitet schon an diesen Health Services, an Ökosystemen Plattformen, um sich vorzubereiten eben auf die Tech-Giganten. Meine Meinung ist halt, dass man als Partner mit denen zusammen das machen muss. Man würde weniger investieren müssen, wenn man nicht Individuellösung baut als auch auf die Erfahrung dann halt aufbauen.

MT: Und ja, ich kann vielleicht was ergänzen, ich hatte in dem Zusammenhang auch jetzt Diskussionen mit Kunden und ich glaub, was man sehen muss. Es ist sicherlich so und da stimme ich dir zu, Kai, ist wahrscheinlich nicht so, dass morgen sich jetzt die Welt total verändert wird, aber man muss auch sehen, jetzt die Akteure oder was wir jetzt ja auch sprechen hier, die Krankenversicherer, die Krankenkassen, die die sind natürlich jetzt auch in ihrem heutigen Zustand noch nicht vollkommen vorbereitet, und ich glaub eine interessante Diskussion, die ich hatte, war wo mich jetzt ein Kunde erwähnt hat und gesagt hat ja, was heißt das denn alles? Was heißt denn das Metaverse wir glauben nicht, dass das jetzt morgen da ist, aber es ist einfach so, aus unserer Erfahrung sind wir nicht die, die ruckartig reagieren können und sich dann darauf einstellen können. Das heißt, wir brauchen eine gewisse Vorlaufzeit, und wir müssen jetzt wissen, ob es etwas ist, mit dem wir uns auseinandersetzen müssen, um dann für den Punkt, der irgendwann in der Zukunft kommen wird, parat zu sein, da wir einfach nicht diese Geschwindigkeit der ruckartigen Umstellung mitbringen können. Ich glaub, das ist wahrscheinlich so der Mindset, den ich auch unterstützen würde. Es passiert nicht morgen, es geht nicht morgen die Welt unter. Wegen dieser technischen oder digitalen Revolution, aber sie ist unaufhaltsam. Sie wird sich auch in unserer DACH Regierung kontinuierlich ausbreiten und es ist, glaube ich, die Frage wie bereite ich mich vor, da wahrscheinlich nicht jeder Akteur die finanziellen wie technischen wie personellen Ressourcen hat, das zu machen.

CB: Vielleicht, wenn ich das mitgeben darf. Ich habe es ja vorhin schon gesagt ich bin, beschäftige ich mich mit Kundenverhalten. Es gibt eine Tendenz in unserer Region, gerade in Deutschland. Ich sitze hier in München, wir sagen ja, wir müssen da in der Gänze verstehen und dann müssen wir vielleicht mal strategische Entscheidungen treffen und dann erst fangen wir an, Leute einzustellen, die da wirklich in der Umsetzung was mitmachen könnten. Das ist schon mal passiert in Deutschland mit online gar nicht so lange her, dass man sich bei verschiedenen Telekommunikationsriesen und anderen Banken überlegt hat.

Das wäre doch, was wir machen könnten ganz, ganz lange nachgedacht und jetzt zahlen wir alle damit Google Pay, Apple Pay und paypal. Insofern glaube ich ist vielleicht ein wichtiges Take-away. Durch die strategische Entscheidung nicht vor die Brust zu spannen, ohne zu fragen, wo sind denn die Talente, die wir brauchen, um wirklich was machen zu können, dann verliert man eine ganze Menge Zeit. Ich würde gerne eine andere provokante Frage stellen. Johannes, ich würde das gerne in Deine Richtung spielen. Ich hab in der Zeitung gelesen, dass ein großes Technologie Unternehmen namens Microsoft mit einer großen Versicherung aus Frankreich einen dreistelligen Millionenbetrag ausgegeben hat, um Cloud Dinge zu tun. Ist das Lösung riesige Infrastruktur und funktioniert das oder sagst du das muss man vielleicht anders angehen?

JN: Auch wieder spannende Frage. Ich glaube, man braucht die technische Infrastruktur, um bestimmte Lösungen anzubieten, um sie auch in einer gewissen ökonomischen Art und Weise betreiben zu können beziehungsweise ich nehme ja nicht nur an, dass der Deal nicht nur rein auf Technologie ist, sondern auch mit dem Deal, auch eben der Zugriff auf technologische Kompetenz einher gegangen ist und das ist eigentlich genau die gleiche Geschichte wie eben wo wir eher so in Richtung UI/UX rechtlich und so wenig von Verständnis von Gesundheit gesprochen haben. Aber auch die Frage inwieweit kann ich denn Technologie technologisch das denn eigentlich überhaupt liefern und in der gewissen... in der entsprechenden Zeit liefern und da bieten die eben Cloud Services auch einen Vorteil, wo man einfach schneller sein kann und Schnelligkeit wird ein Wert sein, der an für sich in der in der in der Branche da ist, wenn man sich so anguckt, wer da jetzt alles mitmisch, die Start-ups, die warten weniger als das vielleicht die etablierten Player tun und Schnelligkeit wird ein Punkt sein. Und wenn man sich überlegt, was wird denn passieren, wenn wir mehr in Ökosystemen denken? Die große Stärke von Versicherungen war ja auch in der Vergangenheit in Deutschland, dass sie über einen starken Vertrieb auch erklärungsbedürftige Produkte auch noch sehr gut in den Markt bringen konnten, weil sie eben einen guten Vertrieb hatten.



In einem Ökosystem und dann eher B2B Ansatz und der dann durch das Ökosystem B2B2C wird, da wird es sicherlich spannender werden, wer hat denn eigentlich die technologisch beste Lösung auch für das Ökosystem, dass ich mich dort schnell an dieses Ökosystem anbinden kann und ich... Das Ökosystem wählt sich den Partner dann auch nach technologischen Fähigkeiten aus. Und vor dem Hintergrund glaube ich, ist das ein spannender Move. Ob das alleine die Lösung ist, glaube ich jetzt nicht, aber Technologie wird weiter einen wichtigen und bedeutenden Beitrag dazu spielen, Technologie und Ständigkeit.

CB: Also ich freue mich auf diese Zukunft, wenn Du sagst, es soll schnell gehen und da soll ein Fokus drauf liegen. Ich möchte mich ganz, ganz herzlich bei euch Dreien bedanken für all die Einblicke, Diskussionen ich möchte mich bei euch allen, die gekommen sind, bedanken kann ich leider nicht sehen, aber seid begrüßt wo ihr seid. Wichtigster Punkt, wenn ihr Fragen habt an die Drei, Don't be a Stranger! Man kann Marcel, Shadi, Johannes auf verschiedenen Kanälen direkt per E-Mail oder bei LinkedIn erreichen und die Diskussion weiterführen und wahrscheinlich auch noch mal auf euer spezifisches Haus und eure spezifischen Fragen angelegt weiter diskutieren. In diesem Sinne wünsche ich einen wunderschönen, sonnigen Tag, wo auch immer ihr seid. Hat mir eine Menge Spaß gemacht, mit Euch zu reden. Das Recording ist erhältlich im Nachgang und bis dahin und auf bald.