

Zu Chancen und Risiken von Gesundheits-Apps fragen Sie nicht Ihren Arzt oder Apotheker



Bevor im Jahre 2007 Apple sein iPhone auf den Markt brachte, gab es die Abkürzung „Applikation“ noch gar nicht; heute weiß schon jedes Kind, was mit einer App gemeint ist.

Auch im Gesundheitswesen haben Smartphones und die auf ihnen laufenden Programme, also Apps Einzug gehalten. Allerdings sind die Anwendungen vor allem im sekundären Gesundheitsmarkt zu finden. Die Zielgruppe sind Privatanwender, die Initiatoren dahinter IT-Unternehmen, die Inhalte aus dem Life-Science Bereich nutzen, um Apps zu verkaufen.

60% aller heruntergeladenen Gesundheits-Apps betreffen die Bereiche Gewichtsverlust und Fitness/Bewegung.

Die klassischen Player im Gesundheitsmarkt sind in diesem Bereich so gut wie gar nicht vertreten, sehen sie zum einen keinen Nutzen bei ihren – meist älteren, multimorbiden – Zielgruppen, zum anderen scheuen Sie den Aufwand, den eine App an Serviceleistungen mit sich bringen kann.

Zwei Gruppen von Apps: informative und funktionelle Anwendungen

Die Programme kann man in zwei Gruppen teilen. Zum einen gibt es rein informative Apps, die oft als eine Art „multimedi-

ale Gebrauchsanweisung“ genutzt werden, oder sie dienen als Ergänzung einer Webseite um deren Inhalte auf das Smartphone zu transportieren. Alternativ werden hier auch QR-Codes eingesetzt. Die weitaus größere Gruppe sind funktionelle Apps, die sich in weitere Untergruppen unterteilen lassen: in diagnostisch-therapeutische Apps, Apps für individuelle Gesundheitsanwendungen, Service Apps und Community Apps.

Nur wenige Apps haben medizinischen Sachverstand eingebunden

Zu der ersten Gruppe gehören alle Apps, die einen „echten“ medizinischen Nutzen haben, z.B. die Erhebung von Messwerten verschiedener Körperfunktionen, wie Puls, Blutdruck oder Blutzucker. Darunter fällt bspw. „goderma“, dass für 29 Euro eine medizinische Beurteilung einer zuvor mit dem Smartphone aufgenommenen Hautveränderung ermöglicht.

Diese steht allerdings im Widerspruch zu dem telemedizinischen Behandlungsverbot in § 7 (4) der ärztlichen Berufsordnung. Folglich wird deshalb selten medizinischer oder pharmazeutischer Sachverstand an die Programme angebunden.

Die Apps für individuelle Gesundheitsleistungen stellen die

„Interaktive“ Studie über Apps im Gesundheitswesen erscheint Ende Mai



Nutzen Sie die Chance auf ein Exemplar einer neuen Studie der FAQ Consulting.

Die Studie zu „Chancen und Risiken von Gesundheits-Apps“ erscheint Ende Mai und wird 449,- € (zzgl. MwSt.) kosten.

Alle Vorbesteller, die bis zum 15. Mai 2014 ein Exemplar bestellen, bekommen 100,- € Rabatt und können eine Frage stellen, die in der Studie beantwortet werden soll. Somit wird die Studie mit Ihrer Hilfe „interaktiv“ erstellt.

Die folgenden Fragestellungen deckt die Studie bereits ab:

- ▶ Daten zum Markt der Gesundheits-Apps
- ▶ Angebot und Nutzen von Apps im Gesundheitswesen
- ▶ Einteilung von Apps nach Technik und Funktionen
- ▶ Beispiele von Apps

größte Gruppe dar, hier stehen vor allem die Gewichtsabnahme und die persönliche Fitness und Bewegung im Vordergrund.

Service-Apps bieten die Suche in Verzeichnissen nach Ärzten, Krankenhäusern, etc., erinnern an eine Pilleneinnahme oder als Kalender-Apps an einen Termin beim Arzt.

Community-App bilden einen Zugang zu im Internet befindlichen Websites und Foren in denen man sich über medizinische Themen, wie z.B. die Symptome und die Behandlung von Krankheiten austauscht.

Chancen für Unternehmen aus der Pharmazie, Medizintechnik und dem Hilfsmittelmarkt

Fast ausschließlich werden Gesundheits-Apps von Unternehmen aus dem IT-Bereich und dem Consumermarkt initiiert, Unternehmen aus den klassischen Gesundheitsmärkten finden sich aber nur selten. Für diese Unternehmen scheidet die Entwicklung von Gesundheits-Apps oft an der Frage des Nutzens.

Dabei bieten Apps die Chance auf einfache Art und Weise Zielgruppen wie Patienten und vor allem deren Angehörige direkt anzusprechen. Damit können Marken aufgebaut werden und das Profil des eigenen Unternehmens geschärft werden.

Eine weitere Anwendungsmöglichkeit ist die Erhebung von Daten von oder am Patienten. Unternehmen können mit Apps direkt Zugang zu Patientendaten bekommen. Diese können zur Therapiedokumentation (z.B. bei chronischen Wunden) dienen, oder zwischen verschiedenen Playern (z.B. Fachhändler, Unternehmen, Arzt, Pflegedienst oder Apotheke) ausgetauscht werden. Viele Informationen über den Patienten, die wichtig für die ambulanten Nachversorger sind, wie z.B. ein Krankenhausaufenthalt, veränderter Versorgungsrhythmus, etc. können so erhoben werden.

Apps als Kundenbindungsinstrument zwischen dem Versorger und dem Patienten bzw. dessen Angehörigen ist eine weitere Alternative.

Ob die Chancen der Apps überwiegen und wie sie sich zur Steigerung des Um- und Absatzes einsetzen lassen, beantwortet eine Studie der FAQ Consulting. Neben der Analyse des Marktes für Gesundheit - Apps enthält sie Handlungsempfehlungen und zeigt Ihnen mögliche Strategien für Ihre Zielgruppen auf.

- ▶ Angebote im sekundären Gesundheitsmarkt
- ▶ Bisher existierende Geschäftsmodelle
- ▶ Chancen und Grenzen von Apps im primären Gesundheitsmarkt
- ▶ Nutzen von Apps für die Unternehmen im Gesundheitswesen mit Fokus auf Hilfsmittel und Medizintechnik
- ▶ Wirtschaftlich tragbare Geschäftsmodelle für diese Unternehmensgruppe mit Beispielrechnungen zu Kosten und Erlösen
- ▶ Schnittmengen und Synergien mit dem Bereich eHealth
- ▶ Apps zur Kundenbindung und für Fachhandelskonzepte
- ▶ Apps als Zugang zum Consumermarkt

Außerdem enthält die Studie strategische Empfehlungen für die Entwicklung und den Einsatz von Apps für unterschiedliche Zielgruppen, wie Patienten, Angehörige, und Fachhandel.



Gesundheits-Apps können als direkter Weg zum Patienten bzw. deren Angehörigen genutzt werden. © Tony Hegewald / pixelio.de