

03.07.2019 - 08:40 Uhr

## Strategy&-Studie: Digitalisierung verschiebt globale Healthcare-Ausgaben bis 2030 um bis zu 4,4 Brd. US-Dollar

### Strategy&-Studie: Digitalisierung verschiebt globale Healthcare-Ausgaben bis 2030 um bis zu 4,4 Brd. US-Dollar

- Pharmamanager erwarten Zuwächse in den Bereichen Prävention, Diagnostik und digitale Gesundheit
- 27,5% niedrigere Ausgaben pro Patient erfordern Effizienzsteigerungen und neue Geschäftsmodelle für Pharmaunternehmen
- Schnell wachsende Konkurrenz durch Technologiefirmen treibt den Wandel des Gesundheitssektors voran

Der Einzug digitaler Technologien in den Healthcare-Bereich birgt enorme finanzielle Potentiale, stellt die Pharmabranche jedoch auch vor grosse Herausforderungen: Zwar prognostiziert eine aktuelle Umfrage unter 120 Managern der weltweit grössten Pharmaunternehmen einen Zuwachs des globalen Healthcare-Marktvolumens um 10%, von 10,6 Brd. US-Dollar 2018 auf 11,6 Brd. US-Dollar bis 2030. Allerdings wird auf Grund des künftig stark wachsenden Anteils der Bevölkerung mit Zugang zur Gesundheitsversorgung ein Rückgang der Ausgaben pro Patient um 27,5% erwartet. Auf dieser Basis könnten innerhalb der nächsten Dekade die operativen Nettomargen in der Pharmaindustrie von aktuell 25% signifikant abfallen. Das zeigt die **"Future of Health"**-Studie von Strategy&, der Strategieberatung von PwC. Hinsichtlich des Wachstums im gesamten Gesundheitsmarkt erwarten die befragten Pharmaführungskräfte im Vergleich zu 2018 vor allem in den Bereichen Diagnostik (+524%), Prävention (+244%) und digitale Gesundheit (+205%) bis 2030 massive Ausgabenverschiebungen. Der Anteil der medizinischen Versorgung an den Gesamtausgaben im Healthcare-Sektor wird dagegen um fast 16% schrumpfen. Dies entspricht einem Rückgang von rund 1,2 Brd. US-Dollar auf der globalen Ebene bis 2030.

"Im Rahmen unserer Befragung erwarten die Gesundheitsmanager unsichere Zeiten für ihr derzeitiges Geschäftsmodell. Die traditionellen Pharmakonzerne müssen entweder sehr viel effizienter werden, um ihre Margen zu halten, oder sie investieren gezielt in Wachstumsfelder wie Diagnostik, Prävention und Digital Health-Lösungen. Hierfür sind schnelle strategische Entscheidungen gefragt, nachdem Tech-Unternehmen bereits seit einigen Jahren stark in den Markt drängen und an digitalen Angeboten arbeiten. Allein die Zahl der Partnerschaften, Zukäufe und Ventures grosser Player wie Amazon, Alphabet, Apple, Alibaba und Tencent hat sich im Healthcare-Sektor zwischen 2014 und heute verzehnfacht. Zudem halten diese Unternehmen mittlerweile mehr als 6000 gesundheitsbezogene Patente", kommentiert Dr. Thomas Solbach, Partner bei Strategy& Deutschland und Hauptautor der Studie.

Unter den befragten Pharmamanagern ist sich die grosse Mehrheit sicher, dass der Wandel für die eigene Branche unmittelbar bevorsteht. 96% stimmen der Aussage zu, dass das Gesundheitswesen künftig den informierten und selbstbestimmten Menschen in den Mittelpunkt stellt sowie auf präventive, personalisierte und in den Alltag integrierte digitale Angebote setzen wird. Krankheiten werden damit nur noch teilweise behandelt, weil sie durch den Fokus auf Präventionsmassnahmen gar nicht oder erst weitaus später entstehen. Dieses neue Ökosystem wird sich nach Ansicht der Manager auf Basis innovativer Organisations- und Geschäftsmodelle und veränderten regulatorischen Anforderungen entwickeln. 68% der Teilnehmer an der Umfrage erwarten, dass diese Zukunftsvision bis spätestens 2030 zur neuen Normalität wird. 75% erkennen darin eine Chance für ihre Unternehmen, sofern die Pharmabranche dazu bereit ist, den Umbruch aktiv und umfassend zu gestalten. Bislang verfolgen allerdings erst 25% einen ganzheitlichen strategischen Ansatz, um sich diesen Herausforderungen zu stellen.

"Für die Pharmaunternehmen in der Schweiz sind diese Herausforderungen gleichzeitig auch eine Chance. Doch nur wer früh genug handelt, wird den Wandel für sich nutzen können. Denn die in den Healthcare-Markt drängenden Technologiefirmen haben mit Blick auf die neuen Wachstumsfelder mehrfache Startvorteile. Durch ihren dezidierten Kundenfokus, den Zugang zu Daten und deren Verarbeitung sowie ihr agiles Innovationsdenken sind ihre Geschäftsmodelle heute in vielerlei Hinsicht näher an der sich schnell entwickelnden digitalen Medizin als Pharmaunternehmen. Die traditionellen Player mit ihrem Vorsprung bei der medizinischen Expertise sowie der Vermarktung von Medizinprodukten müssen völlig neue Arbeitsweisen abseits von jahrzehntelangen Entwicklungsphasen finden und dringend neue Kompetenzen im Digitalbereich aufbauen, um sich ihre Marktanteile zu sichern", erläutert Dominik Hotz, Leiter Health Industries bei PwC Schweiz.

Die befragten Pharmamanager sehen Technologieunternehmen als Treiber des Wandels, wohingegen Regulatoren eindeutig als Bremser bewertet werden. Von ihren eigenen Organisationen zeichnen die Befragten ein zwiespältiges Bild: So betrachten sie vor allem den Aufbau eines digitalen Bewusstseins sowie einer entsprechenden Unternehmenskultur als grösste interne Herausforderung (70%), gefolgt von der Entwicklung aktuell noch fehlender Kompetenzen (47%) und der Überwindung struktureller Hemmnisse (35%). Extern bereiten vor allem regulatorische und gesetzliche Hürden die grössten Sorgen (71%), noch vor der Frage nach der Verfügbarkeit und den Zugriffsrechten auf notwendige Datensets (37%) sowie ethischen Belangen (22%).

Die vollständigen Ergebnisse der "Future of Health"-Studie finden Sie unter: [www.strategyand.pwc.com/de/studie/futureofhealth](http://www.strategyand.pwc.com/de/studie/futureofhealth)

\*\*\*

## Methodik

Im Rahmen der Studie wurden 120 Manager führender globaler Pharmaunternehmen aus allen wesentlichen Organisationsfunktionen und Therapiegebieten befragt. Zwei Drittel der Teilnehmer kamen aus Organisationen mit mehr als 10 Mrd. US-Dollar Umsatz. Die Studienergebnisse wurden in selektiven Interviews mit weltweit führenden Ärzten und Wissenschaftlern ergänzt.

## Über Strategy&

Strategy& ist die globale Strategieberatung von PwC. Wir entwickeln individuelle Geschäftsstrategien für weltweit führende Unternehmen, basierend auf differenzierenden Wettbewerbsfähigkeiten. Wir sind die einzige Strategieberatung als Teil eines globalen Professional Services Netzwerks. Unsere Expertise kombinieren wir mit Technologie und erarbeiten daraus eine passende Strategie, die effizient umsetzbar ist. "Strategy, made real" heisst für uns, den digitalen Wandel voranzutreiben, die Zukunft mitzugestalten und Visionen Wirklichkeit werden zu lassen. 3.000 Strategieberater und mehr als 250.000 PwC-Mitarbeiter in 158 Ländern tragen hierzu mit hochwertigen, branchenspezifischen Dienstleistungen in den Bereichen Wirtschaftsprüfung, Steuer- und Unternehmensberatung bei. Weitere Informationen unter [www.strategyand.pwc.com/ch](http://www.strategyand.pwc.com/ch).

\*\*\*

Konradin Krieger  
PwC | Manager | Team Leader External Communications  
Mobile: +41 79 362 10 87  
Email: [konradin.krieger@ch.pwc.com](mailto:konradin.krieger@ch.pwc.com)

PricewaterhouseCoopers AG  
Birchstrasse 160 | Postfach | CH-8050 Zürich  
<http://www.pwc.ch>

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100008191/100829904> abgerufen werden.