BMC Managed Care

BMC-Innovationspanel

Chartbook | 2020

BMC Managed Care

Inhalt

1. **Das BMC-Innovationspanel**
2. **Potenziale**

   Qualität | Kosten | Mehrwert
3. **Akteure**

   Treiber | Profiteure
4. **Aktuelle Herausforderungen und politische Gestaltung**

   Entwicklungsstand | Herausforderungen | Politik
5. **Akzeptanz und Nutzung**

   Videosprechstunde | Online-Terminvereinbarung | Elektronische Patientenakte | Gesundheits-Apps | Digitale Kommunikation
6. **Über das Panel**
7. **Über den BMC**

BMC Managed Care

Das BMC Innovationspanel

Mit dem BMC-Innovationspanel befragt der BMC künftig regelmäßig Experten aus dem Gesundheitswesen zu aktuellen Entwicklungen, politischem Handlungsbedarf und Innovationen für die Versorgung. In diesem Jahr steht der **Digitalisierungsfortschritt im Gesundheitswesen** im Fokus um Herausforderungen zu identifiziert, die adressiert werden müssen, um die Digitalisierung des Gesundheitswesens zu beschleunigen und sinnvoll zu gestalten. In das Panel flossen 578 Fragebögen aus 711 Rückläufern von verschiedenen Akteuren des Gesundheitswesens sowie Tiefeninterviews mit Experten ein. Damit bildet das Panel die Perspektive der Gesundheitswirtschaft ab und ist nicht repräsentativ für die deutsche Bevölkerung. Das folgende Chartbook gibt einen Einblick in die Ergebnisse der quantitativen Befragung sowie einen Überblick über die Erhebung.

Die Erkenntnisse auf einen Blick:

Digital Health wird zu einer Verbesserung der Versorgungsqualität und langfristig zu einer Senkung der Gesundheitskosten führen.

Die größten Profiteure werden kaum als Treiber von Digital Health wahrgenommen und die tatsächlichen Treiber sehen gleichzeitig den Nutzen von Digital Health in erster Linie bei anderen Akteuren als bei sich selbst.

Je nach Tätigkeitsbereich bewerten die Akteure Herausforderungen im Zusammenhang mit Digital Health unterschiedlich. Über alle Akteure hinweg wird die Akzeptanz der LeistungserbringerInnen als größte Herausforderung gewertet.

Selbst bei einem geringen monatlichen Betrag ist die persönliche Zahlungsbereitschaft für Gesundheits-Apps eher gering. Demgegenüber genügt eine geringe Beitragsrückerstattung um die Akzeptanz für digitale Kommunikationswege mit der Krankenkasse zu fördern.

Die AutorInnen des BMC: Dr. Patricia Ex, Melina Ledeganck, Malte Behmer, Prof. Dr. Volker E. Amelung

Kapitel 1 – Potenziale

In der öffentlichen Diskussion wird Digital Health teilweise als Allheilmittel zur Verbesserung der Gesundheitsversorgung angepriesen. Realistisch ist ein Mehrwert durch potenziell verbesserte Dokumentation und örtlich und zeitlich flexibel vorhandene Daten. So können Behandlungsfehler vermieden und die Behandlungsqualität erhöht werden. Gleichzeitig kann Digital Health dazu beitragen, die Kosten der Gesundheitsversorgung zu reduzieren. Den zunächst notwendigen Investitionen kann demnach zukünftig eine effizientere und damit letztendlich kostengünstigere Versorgungssteuerung folgen. Digital Health kann außerdem dazu beitragen, dass sich Gesundheitsberufe durch die Automatisierung von Routineaufgaben auf ihre jeweiligen Kernkompetenzen fokussieren können. Um zu erfahren, wie realistisch diese Mehrwerte sind, haben wir ExpertInnen gefragt, welche Auswirkungen auf Qualität und Kosten sie von Digital Health erwarten und in welchen Bereichen durch Digitalisierung der größte Mehrwert geschaffen werden kann.

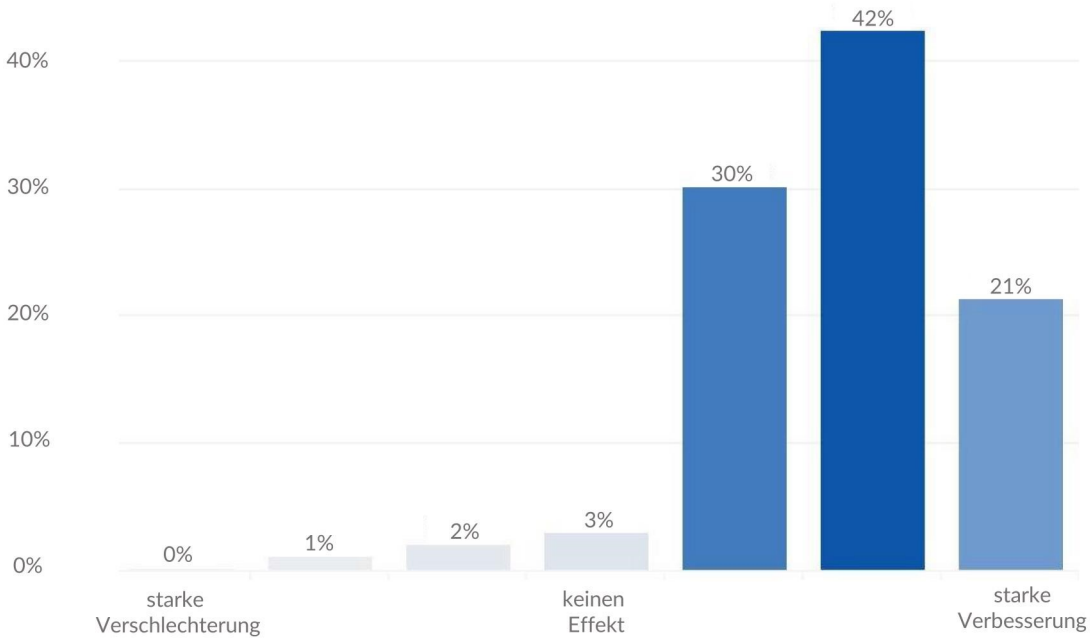
93%

der Befragten erwarten eine Verbesserung der Versorgungsqualität durch Digital Health.

BMC Managed Care

Eindeutige Erwartungen zur Verbesserung der Versorgungsqualität

Abbildung: Einfluss von Digital Health auf die Versorgungsqualität (n=559)



Fast einstimmig erwarten die ExpertInnen, dass die Qualität der Gesundheitsversorgung durch Digital Health verbessert wird – 93% teilen diese Auffassung. Allein der Umfang der Qualitätsverbesserung wird unterschiedlich eingeschätzt.

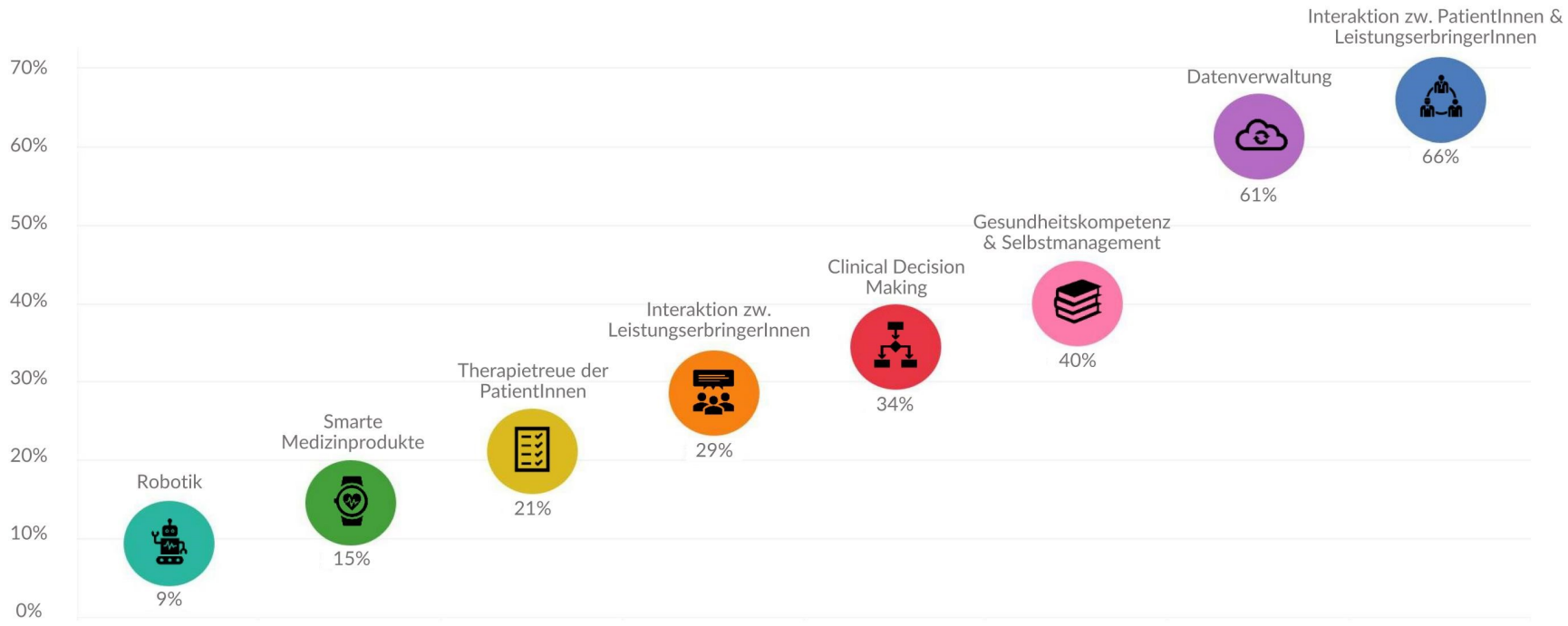
© BMC e.V. 2020

Frage: Welchen Effekt hat Digital Health auf die Qualität der Gesundheitsversorgung?
Hinweis: Rundungsdifferenzen möglich.

BMC Managed Care

Größter Mehrwert in digitaler Interaktion und Datenverwaltung erwartet

Abbildung: Versorgungsbereiche mit dem größten Mehrwert (n=578)



© BMC e.V. 2020

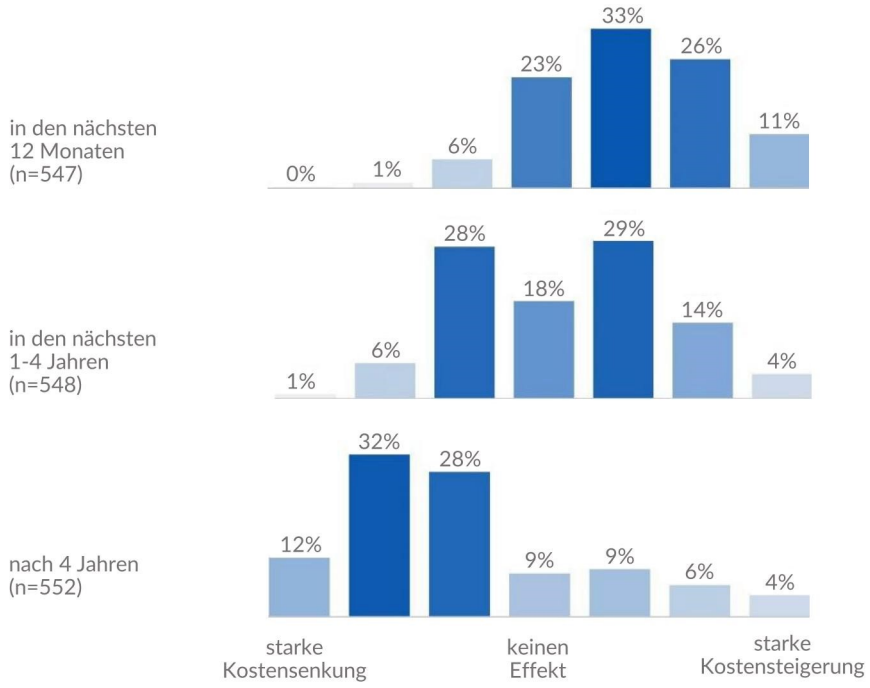
Die größten Mehrwerte von Digital Health erwarten die Befragten in (1) der digitalen Interaktion zwischen LeistungserbringerInnen und Patient Innen, (2) der digitalen Datenverwaltung und – mit deutlichem Abstand – (3) in der Stärkung der Gesundheitskompetenz. Am seltensten werden positive Effekte bei Robotik, smarten Medizinprodukten und der Therapietreue der PatientInnen gesehen.

Frage: In welchen Teilbereichen der Gesundheitsversorgung sehen Sie den größten Mehrwert von Digital Health? Bitte wählen Sie drei Teilbereiche mit größtem Mehrwert (Mehrfachnennung möglich).
Hinweis: Rundungsdifferenzen möglich.

BMC Managed Care

72% erwarten langfristige Kostensenkung durch Digital Health

Abbildung: Einfluss von Digital Health auf die Kostenentwicklung im Gesundheitswesen



Nach anfänglichem Investitionsaufwand erwarten die ExpertInnen mit zunehmender Dauer einen Kostenrückgang durch Digital Health: Für die kommenden 12 Monate rechnen 70% der Befragten mit einer Kostensteigerung. In den Folgejahren halten sich die Erwartungen hinsichtlich zusätzlicher Kosten und Einsparungen die Waage. Langfristig gehen 72% von einer Kostensenkung aus.

© BMC e.V. 2020

Frage: Welche Kostenentwicklung im Gesundheitssystem erwarten Sie durch den Einsatz von Digital Health: 1. kurzfristig (in den nächsten 12 Monaten)?, 2. mittelfristig (1-4 Jahre)?, 3. langfristig (mehr als 4 Jahre)?
Hinweis: Rundungsdifferenzen möglich.

Kapitel 2 – Akteure

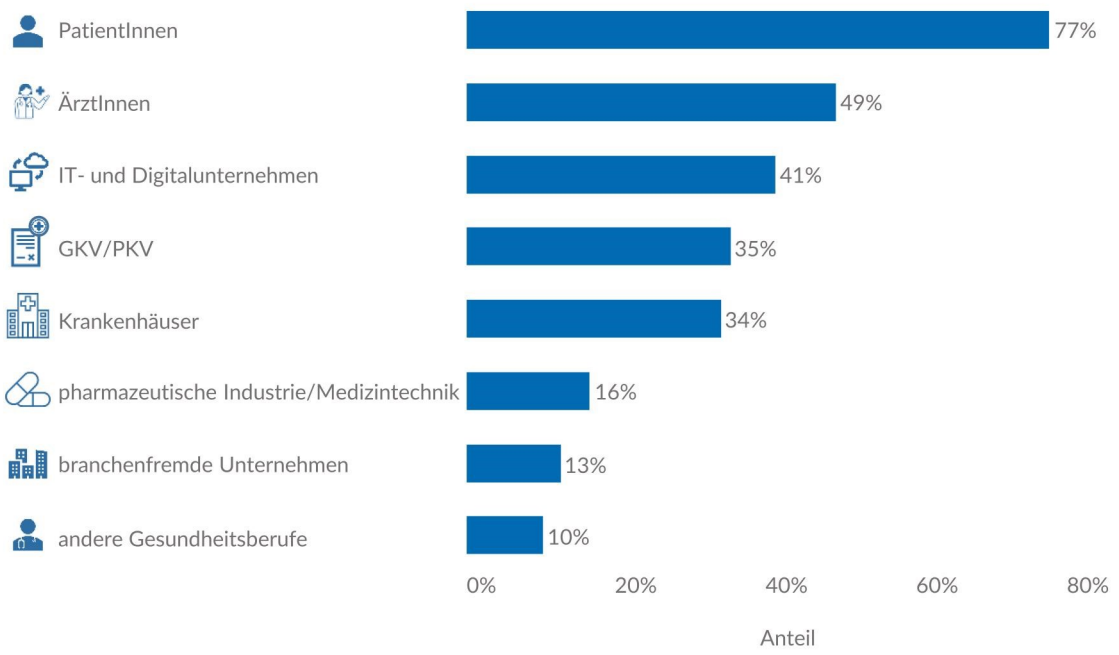
Um die Digitalisierung im Gesundheitswesen voranzubringen und die damit verbundenen Potenziale heben zu können, benötigt es die Unterstützung aller Akteure. Es erscheint naheliegend, dass jene Stakeholder die Entwicklung vorantreiben, die sich von einer solchen Veränderung den größten Mehrwert versprechen. Die digitale Transformation belastet jedoch jede Akteursgruppe mit individuellen Startinvestitionen in Technologie, Weiterbildung oder die Veränderung der Arbeitsprozesse. Dies kann dazu führen, dass die zu tätigenden Aufwendungen den gefühlten Nutzen übersteigen, sodass die Eigen- und Fremdwahrnehmung der Stakeholder hinsichtlich ihrer Rolle in der digitalen Transformation auseinandergehen. Aus diesem Grund haben wir unsere ExpertInnen gefragt, wen sie als die größten Profiteure wahrnehmen, wer die digitale Transformation bereits heute unterstützt und wer zukünftig noch überzeugt werden muss.

„Überall da, wo Menschen gelernt haben, dass ein digitaler Service ihnen hilft, ist der auch angewandt und beibehalten und verbreitet sich. Das heißt, da, wo wir es schaffen, eine Technologie bereitzustellen, die benutzbar ist, werden wir auch die Akzeptanz dafür kriegen.“

Digitalvorstand eines Maximalversorgers

PatientInnen profitieren am meisten von Digital Health

Abbildung: Die stärksten Profiteure von Digital Health (n=578)



© BMC e.V. 2020

Als Profiteure gelten jene Akteure, denen der größte Mehrwert durch Digital Health zugesprochen wird. Der Großteil der Befragten sieht PatientInnen als die größten Profiteure digitaler Lösungen (77%). Mit einigem Abstand folgen ÄrztInnen (49%) und IT–/Digitalunternehmen (41%). Krankenversicherungen (GKV/PKV) sowie Krankenhäuser liegen mit 35% bzw. 34% auf Rang vier und fünf. Als Profiteure von Digital Health eher weniger wahrgenommen, belegen die pharmazeutische Industrie und Medizintechnik, die branchenfremden Unternehmen und andere Gesundheitsberufe die hinteren Ränge.

Frage: Welche Gruppen haben den größten Mehrwert vom Einsatz von Digital Health? Bitte wählen Sie die drei größten Profiteure (Mehrfachnennung möglich).
Hinweis: Rundungsdifferenzen möglich.

BMC Managed Care

Die eigene Berufsgruppe wird seltener als größter Profiteur von Digital Health eingestuft

Abbildung: Bewertung der stärksten Profiteure differenziert nach Tätigkeitsbereichen

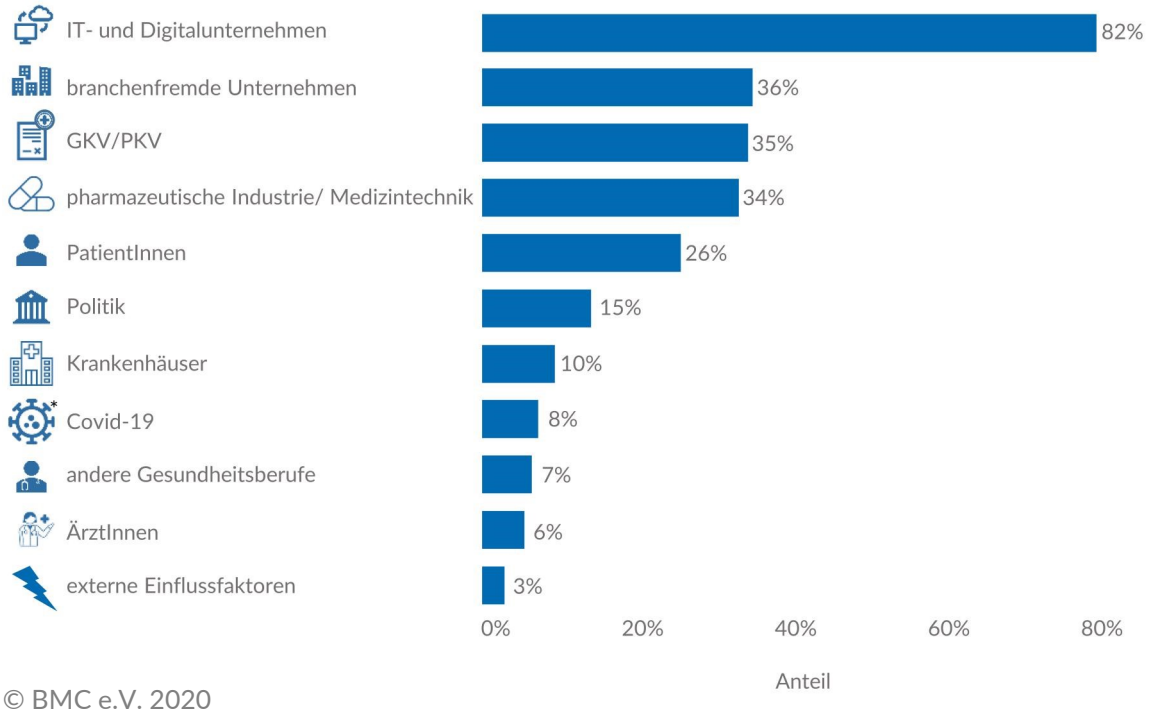
Tätigkeitsbereich \ Profiteure	PatientInnen	ÄrztInnen	IT- und Digital-unternehmen	GKV/PKV	Krankenhäuser	pharmazeutische Industrie/ Medizintechnik	branchenfremde Unternehmen	andere Gesundheitsberufe
Pharmazeutische Industrie/ Medizintechnik (n=98)	32,1%	24,5%	7,9%	14,1%	13,0%	2,5%	2,9%	2,2%
IT- und Digital-unternehmen (n=38)	31,1%	17,9%	12,3%	11,3%	13,2%	5,7%	4,7%	3,8%
GKV/ PKV (n=117)	29,7%	18,7%	15,7%	13,1%	10,2%	7,0%	3,5%	1,5%
Wissenschaft (n=66)	28,0%	18,7%	14,0%	6,2%	15,0%	7,3%	5,2%	4,1%
Unternehmensberatung (n=43)	27,8%	15,1%	15,1%	15,1%	15,1%	4,0%	4,8%	2,4%
LeistungserbringerInnen (n=74)	26,5%	14,0%	20,9%	13,5%	8,8%	5,1%	5,6%	4,7%
Selbstverwaltung/Politik (n=28)	22,2%	9,9%	21,0%	13,6%	9,9%	11,1%	4,9%	7,4%
Summe	28%	18%	15%	13%	12%	6%	5%	4%

© BMC e.V. 2020

Die Einschätzung, welche Gruppen am stärksten von Digital Health profitieren, ist unter anderem vom eigenen Tätigkeitsbereich abhängig: PatientInnen sind nach Einschätzung aller Branchen die mit Abstand größten Profiteure. Die Befragten aus Selbstverwaltung und Politik sehen die IT-Unternehmen nahezu gleichauf mit den PatientInnen. Auffällig ist, dass die Befragten den größten Mehrwert seltener in ihrer eigenen Berufsgruppe erkennen. Pharma- und Medizintechnikindustrie sehen überdurchschnittlich große Vorteile bei ÄrztInnen (25%) und LeistungserbringerInnen eher in der IT-Branche (28%).

82% sehen IT- und Digitalunternehmen als die stärksten Treiber an

Abbildung: Die stärksten Förderer von Digital Health (n=578)



© BMC e.V. 2020

Als größte Treiber gelten jene Akteure, die die Verbreitung von Digital Health gegenwärtig am stärksten fördern. IT– und Digitalunternehmen gehören für 82% der Befragten zu den drei größten Treibern—damit sind sie mit Abstand die am häufigsten gewählte Gruppe. Ihnen folgen die branchenfremden Unternehmen (36%), die Krankenversicherungen (35%) sowie die pharmazeutischen Unternehmen und Medizinproduktehersteller (34%). PatientInnen liegen mit 26% auf Platz fünf. Die Politik nimmt als häufigste Antwort in der Kategorie „Sonstige“ mit 15% Rang sechs ein.

Frage: Welche Akteure fördern aus Ihrer Sicht gegenwärtig am stärksten die Verbreitung von Digital Health? Bitte wählen Sie die drei stärksten Treiber (Mehrfachnennung möglich).
Hinweis: Rundungsdifferenzen möglich.

BMC Managed Care

Förderung von Digital Health durch die eigene Branche wird überbewertet

Abbildung: Bewertung der stärksten Förderer in Abhängigkeit zum Tätigkeitsbereich

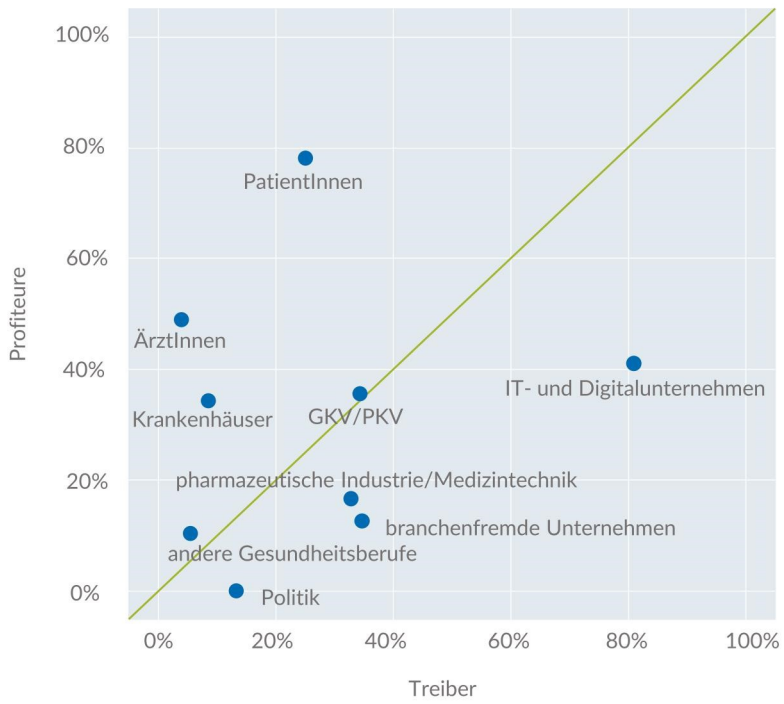
Tätigkeitsbereich \ Treiber	IT- und Digital-unternehmen	branchenfremde Unternehmen	GKV/PKV	pharmazeutische Industrie/ Medizintechnik	PatientInnen	Politik	Krankenhäuser	Covid-19	andere Gesundheitsberufe	ÄrztInnen	externe Einflussfaktoren
IT- und Digital-unternehmen (n=38)	34,7%	10,9%	8,9%	11,9%	14,9%	6,9%	6,9%	2,0%	2,0%	1,0%	
Wissenschaft (n=66)	31,7%	15,0%	11,1%	15,6%	6,7%	5,6%	3,9%	2,2%	2,8%	2,8%	1,7%
Pharmazeutische Industrie/ Medizintechnik (n=98)	31,5%	13,7%	9,6%	18,5%	11,9%	5,6%	2,6%	1,5%	1,1%	0,7%	2,2%
LeistungserbringerInnen (n=74)	31,4%	14,0%	13,0%	8,7%	8,2%	6,3%	4,8%	1,9%	5,3%	4,3%	1,0%
GKV/ PKV (n=117)	30,0%	13,9%	19,6%	11,6%	9,8%	4,2%	3,0%	3,6%	1,2%	2,1%	0,3%
Unternehmensberatung (n=43)	29,8%	14,9%	14,9%	7,9%	11,4%	7,0%	6,1%	5,3%		0,9%	1,8%
Selbstverwaltung/Politik (n=28)	26,9%	12,8%	14,1%	14,1%	10,3%	5,1%	2,6%	6,4%	2,6%	1,3%	1,3%
Summe	31%	14%	14%	13%	10%	6%	4%	3%	2%	2%	1%

© BMC e.V. 2020

Die Förderung von Digital Health wird vorrangig der Wirtschaft zugeschrieben. Über alle Branchen hinweg werden die IT- und Digitalunternehmen als stärkste Treiber für Digital Health wahrgenommen. PatientInnen werden mit 15% von den IT– und Digitalunternehmen an zweiter Stelle genannt. Die Versicherungen sowie die pharmazeutische und Medizintechnik-Industrie sehen hingegen sich jeweils selbst als zweitgrößten Treiber.

Dilemma: Die größten Profiteure agieren kaum als Treiber

Abbildung: Treiber und Profiteure von Digital Health (n=578)



Die Gegenüberstellung von Treibern und Profiteuren verdeutlicht, dass Aufwand und Nutzen von Digital Health nicht bei denselben Akteuren liegen. PatientInnen gelten primär als Profiteure und weniger ausgeprägt als Treiber. ÄrztInnen als die zweitstärksten Profiteure werden von nur 6% der Befragten als treibende Kraft wahrgenommen. Auf der anderen Seite wird IT- und Digitalunternehmen als stärkste Treiber weniger Mehrwert zugeschrieben. Allein die Krankenkassen werden gleichermaßen als Treiber und Profiteur wahrgenommen.

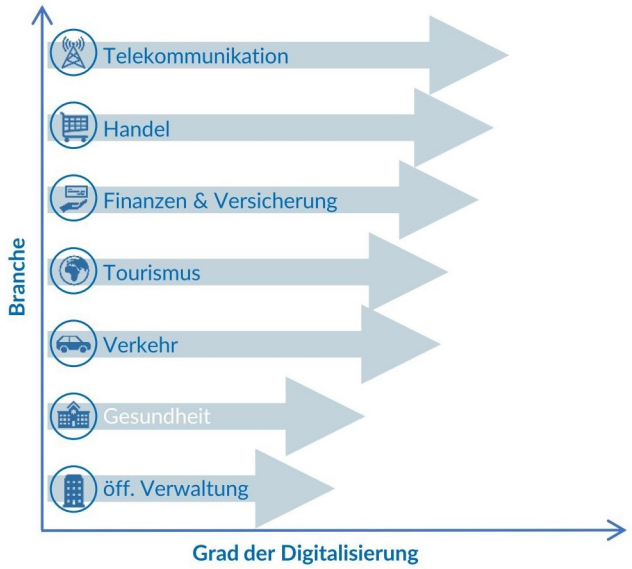
© BMC e.V. 2020

Gegenüberstellung der Fragen nach den größten Treibern und den größten Profiteuren von Digital Health (s. vorausgegangene Darstellungen).

Kapitel 3 – Aktuelle Herausforderungen

Die Digitalisierung des Gesundheitswesens geht langsam voran. Sowohl im internationalen als auch im branchenübergreifenden Vergleich zeigt sich der Nachholbedarf sehr deutlich. Um Digital Health erfolgreich zu machen, braucht es neben der Unterstützung der Akteure auch einen geeigneten politischen Rahmen. Nach jahrelangem Zuschauen steht die Digitalisierung nun weit oben auf der gesundheitspolitischen Agenda. Doch trotz aller politischen Bemühungen kämpfen die Stakeholder mit individuellen Herausforderungen der digitalen Transformation. Um herauszufinden, was die Akteure beschäftigt, haben wir die ExpertInnen gefragt, welche die aktuell größten Herausforderungen im Zusammenhang mit Digital Health darstellen und inwieweit die politischen Maßnahmen geeignet sind, die digitale Transformation voranzubringen.

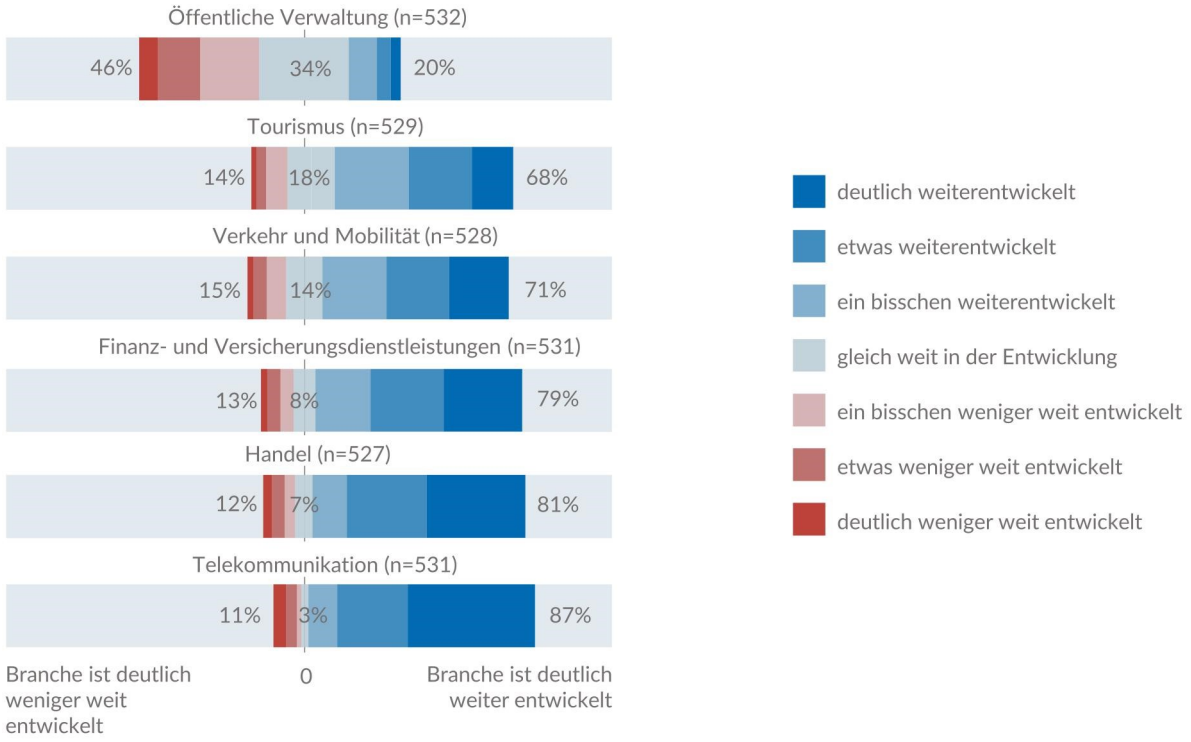
Abbildung: Digitalisierungsgrad verschiedener Branchen im Vergleich



© BMC e.V. 2020

Das Gesundheitswesen ist ein Nachzügler bei der Digitalisierung

Abbildung: Die Digitalisierung anderer Branchen im Vergleich zum Gesundheitswesen



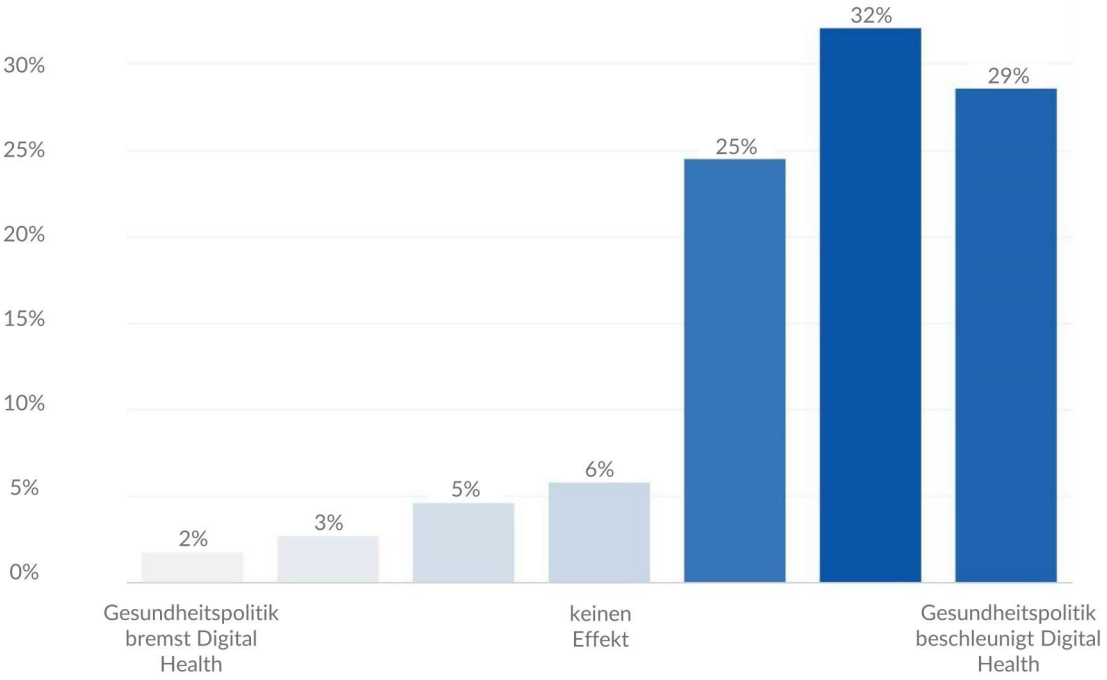
© BMC e.V. 2020

Verglichen mit anderen Branchen liegt das Gesundheitswesen bei der Digitalisierung weit zurück. Telekommunikation, Handel sowie Versicherungs- und Finanzdienstleistungen sind deutlich weiter digitalisiert, gefolgt von der Tourismus- und der Mobilitätsbranche. Einzig gegenüber der öffentlichen Verwaltung wird das Gesundheitswesen als fortschrittlicher eingestuft.

Frage: Wie bewerten Sie den Stand von Digital Health im Vergleich zum Stand der Digitalisierung in folgenden anderen Branchen? Handel, Tourismus, Verkehr und Mobilität, Finanz- und Versicherungsdienstleistungen, Telekommunikation, Öffentliche Verwaltung.
Hinweis: Rundungsdifferenzen möglich.

86% sehen aktuelle Gesundheitspolitik als Beschleuniger für Digital Health

Abbildung: Gesundheitspolitik als Beschleuniger für Digital Health (n=526)



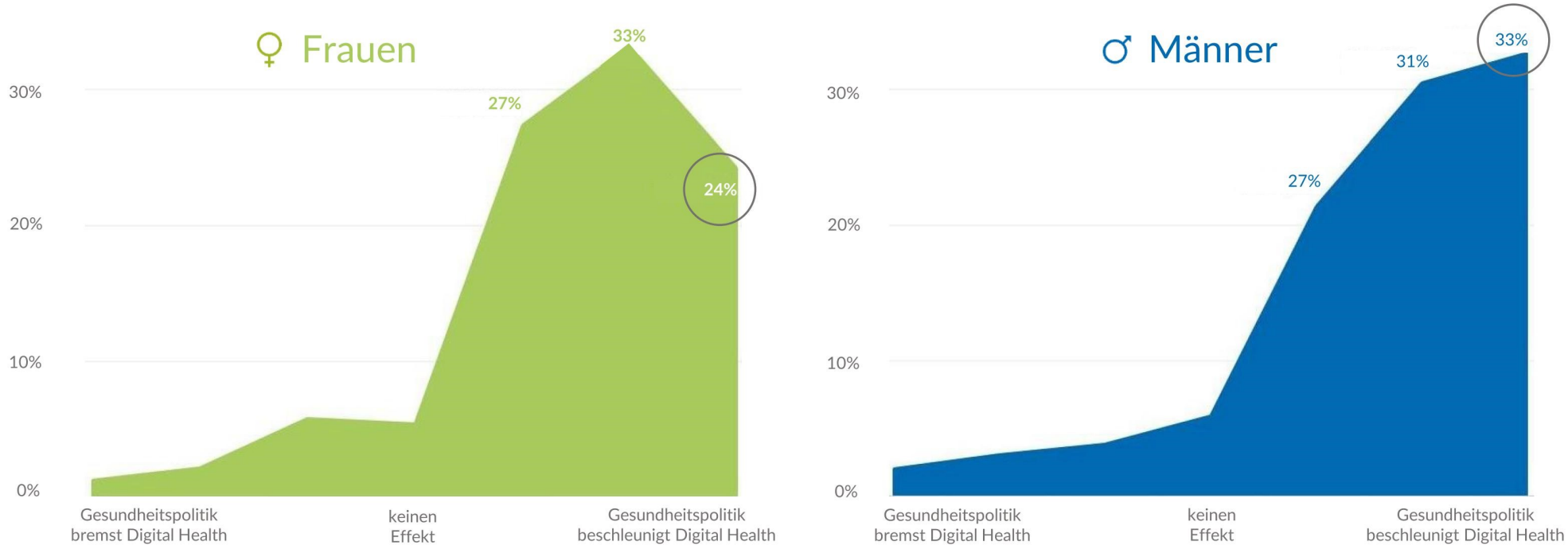
86% der Befragten geben an, dass die aktuelle Gesundheitspolitik Digital Health ein wenig, stark oder sehr stark beschleunigt. Nur 10% der Befragten sind der Ansicht, dass die Gesundheitspolitik die Entwicklung von Digital Health bremst.

© BMC e.V. 2020

Frage: Bremst oder beschleunigt die aktuelle Gesundheitspolitik die Umsetzung von Digital Health?
Hinweis: Rundungsdifferenzen möglich.

Befragte bewerten Gesundheitspolitik positiv: Männer stärker als Frauen

Abbildung: Bewertung der gesundheitspolitischen Wirkung in Abhängigkeit zum Geschlecht (n=222/284)



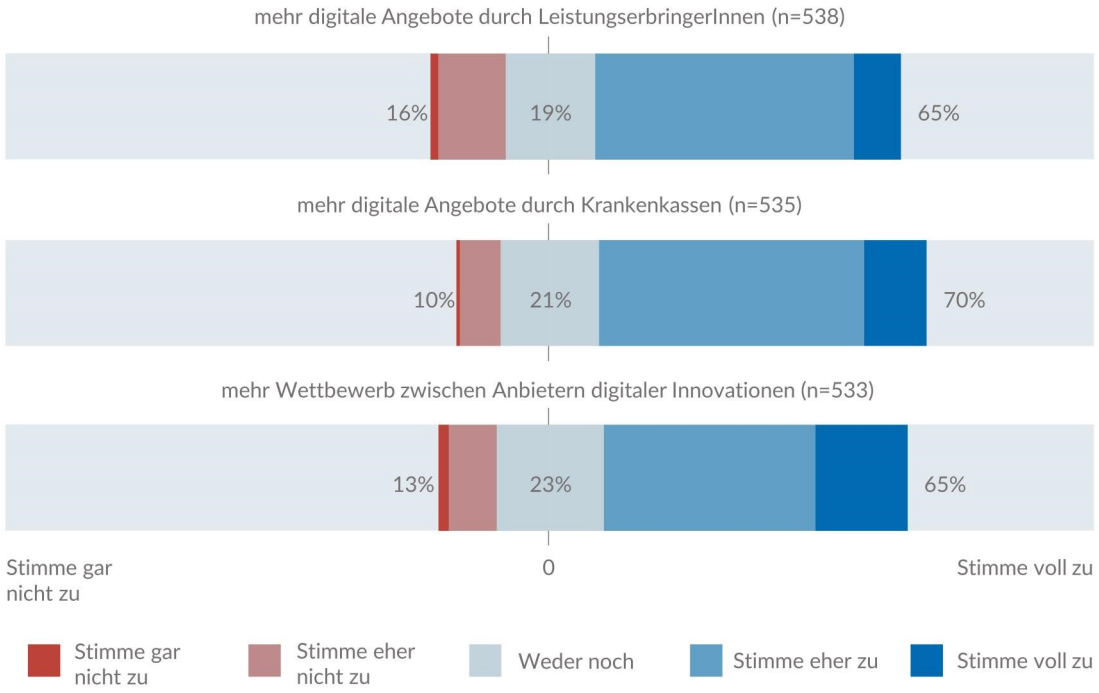
© BMC e.V. 2020

Männer und Frauen bewerten die Wirkung der aktuellen gesundheitspolitischen Reformen auf Digital Health sehr positiv. Mit 33% liegt der Anteil der Männer, die eine sehr starke Beschleunigung von Digital Health durch die Politik sehen, allerdings deutlich über jenem der Frauen (24%).

Frage: Bremst oder beschleunigt die aktuelle Gesundheitspolitik die Umsetzung von Digital Health? (Differenziert nach Geschlecht)
Hinweis: Rundungsdifferenzen möglich.

Mehr digitale Angebote und Wettbewerb durch Reformen erwartet

Abbildung: Entwicklungen infolge gesundheitspolitischer Gesetzgebung



© BMC e.V. 2020

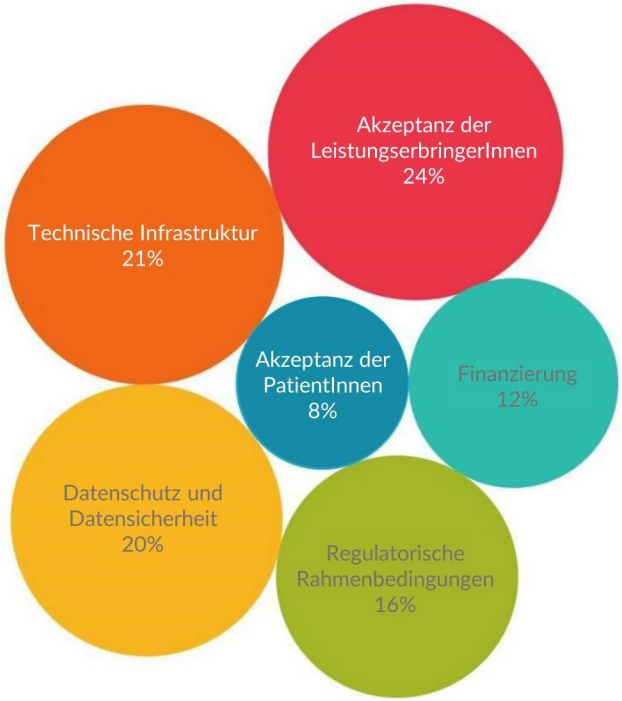
Ein Großteil der Befragten beobachtet einen Zuwachs an digitalen Angeboten von LeistungserbringerInnen (65%), digitalen Angeboten von Krankenkassen (70%) und einen verstärkten Wettbewerb zwischen Anbietern digitaler Innovationen (65%) aufgrund der gesundheitspolitischen Gesetzgebung. Die Aussage, dass die Gesetzgebung digitale Angebote von LeistungserbringerInnen fördere, wird mit 16% dagegen am stärksten verneint.

Frage: Inwiefern stimmen Sie den Aussagen zu? Die gesundheitspolitische Gesetzgebung der letzten 12 Monate
- führte dazu, dass mehr LeistungserbringerInnen digitale Versorgungsangebote anbieten.
- führte dazu, dass mehr Krankenkassen digitale Versorgungsangebote anbieten.
- führte zu einem verstärkten Wettbewerb zwischen Anbietern digitaler Innovationen.

Hinweis: Rundungsdifferenzen möglich.

24% sehen Akzeptanz der LeistungserbringerInnen als größte Herausforderung

Abbildung: Die größten Herausforderungen von Digital Health (n=567)



Mit 24% der Antworten wählten die ExpertInnen die Akzeptanz der LeistungserbringerInnen als die größte Herausforderung. Dahinter folgen die technische Infrastruktur sowie Datenschutz und Datensicherheit, die mit 21% bzw. 20% als größte Herausforderung genannt wurden. Die Themen der Finanzierung (12%) sowie die Akzeptanz der PatientInnen (8%) werden als weniger problematisch wahrgenommen.

© BMC e.V. 2020

Frage: Welches sind aus Ihrer Sicht gegenwärtig die größten Herausforderungen von Digital Health? Sortieren Sie die Herausforderungen nach Relevanz. Ordnen Sie von der größten Herausforderung zur kleinsten.
Hinweis: Rundungsdifferenzen möglich.

Akteure stehen unterschiedlichen Herausforderungen gegenüber

Abbildung: Herausforderungen von Digital Health in Abhängigkeit zum Tätigkeitsfeld

Je nach Tätigkeitsfeld bewerten die Befragten die derzeitigen Herausforderungen z. T. sehr unterschiedlich. Wissenschaft (71%), Unternehmensberatungen (67%) und Industrie (64%) sehen die Akzeptanz der LeistungserbringerInnen als größte Herausforderung an. Bei Selbstverwaltung und Politik (39%) spielt diese eine untergeordnete Rolle. Demgegenüber werden Datenschutz und Datensicherheit von Unternehmensberatungen (28%) eher als marginales Problem gesehen, während sie bei Selbstverwaltung und Politik (68%) sowie bei Krankenversicherungen (63%) dagegen im Fokus stehen.

© BMC e.V. 2020

Frage: Welche sind aus Ihrer Sicht gegenwärtig die größten Herausforderungen von Digital Health?
Sortieren Sie die Herausforderungen nach Relevanz. Ordnen Sie von der größten Herausforderung zur kleinsten (differenziert nach Tätigkeitsfeld).

Kapitel 4 – Akzeptanz und Nutzung

Aus dem Alltag ist das Smartphone nicht mehr wegzudenken und auch Shopping und Banking werden heute ganz selbstverständlich online erledigt. Digitale Gesundheitsangebote finden hingegen nur langsam Anklang. Die Gründe hierfür sind vielfältig: ein geringer Mehrwert für die NutzerInnen, eine schlechte Benutzerfreundlichkeit der Lösungen, ein erschwerter Zugang oder eine skeptische Haltung. Doch wie gestalten sich Nutzungsverhalten und Akzeptanz gegenüber digitalen Angeboten gerade bei den in der Branche aktiven Akteuren? Um hierzu eine Einschätzung zu erhalten, haben wir die ExpertInnen nach ihrem persönlichen Nutzungsverhalten mit digitalen Angeboten von LeistungserbringerInnen, Krankenkassen und Gesundheits-Apps gefragt. Zusätzlich wollten wir wissen, ob monetäre Anreize und digitale Affinität einen Einfluss auf die Akzeptanz und die Nutzung digitaler Angebote haben.

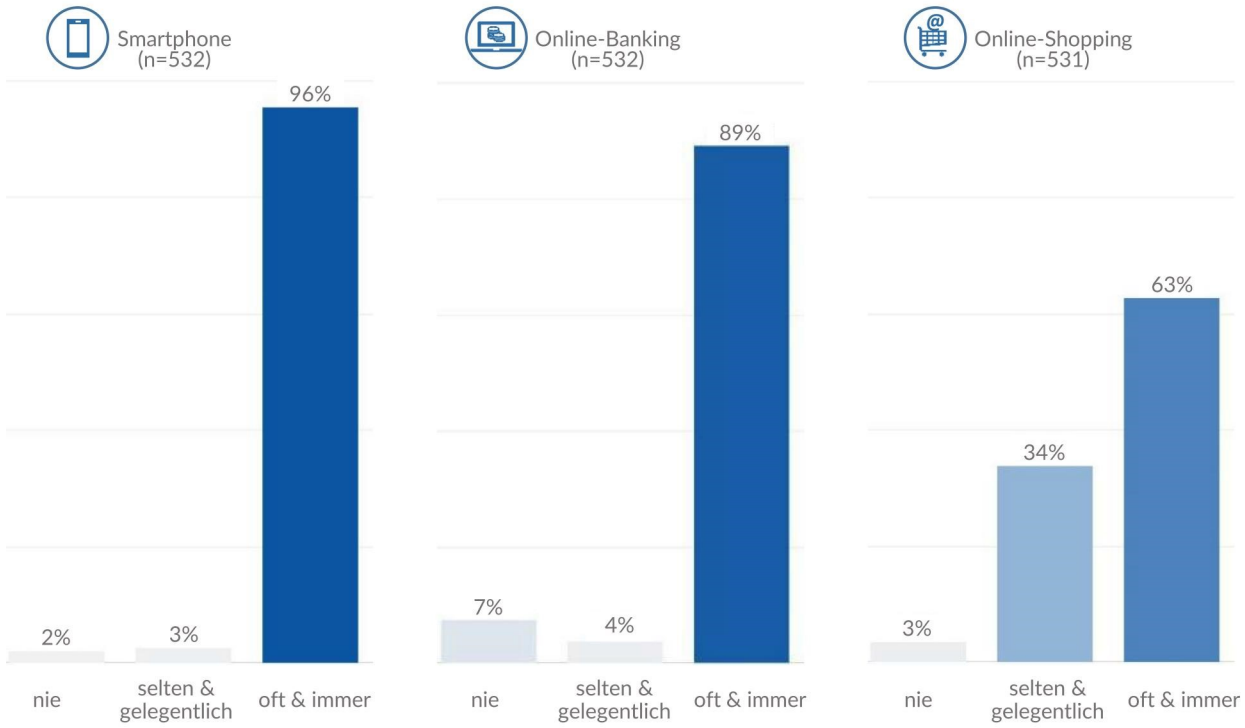
76%

der Befragten haben bisher keine Erfahrungen mit der Videosprechstunde gemacht.

BMC Managed Care

Digitale Lösungen in anderen Branchen bereits selbstverständlich

Abbildung: Nutzung digitaler Produkte im Alltag



Der Alltag wird digitaler. In anderen Branchen sind digitale Lösungen bereits zum Standard geworden – 96% der Befragten nutzen mindestens oft ein Smartphone, 89% Online-Banking und 63% kaufen online ein.

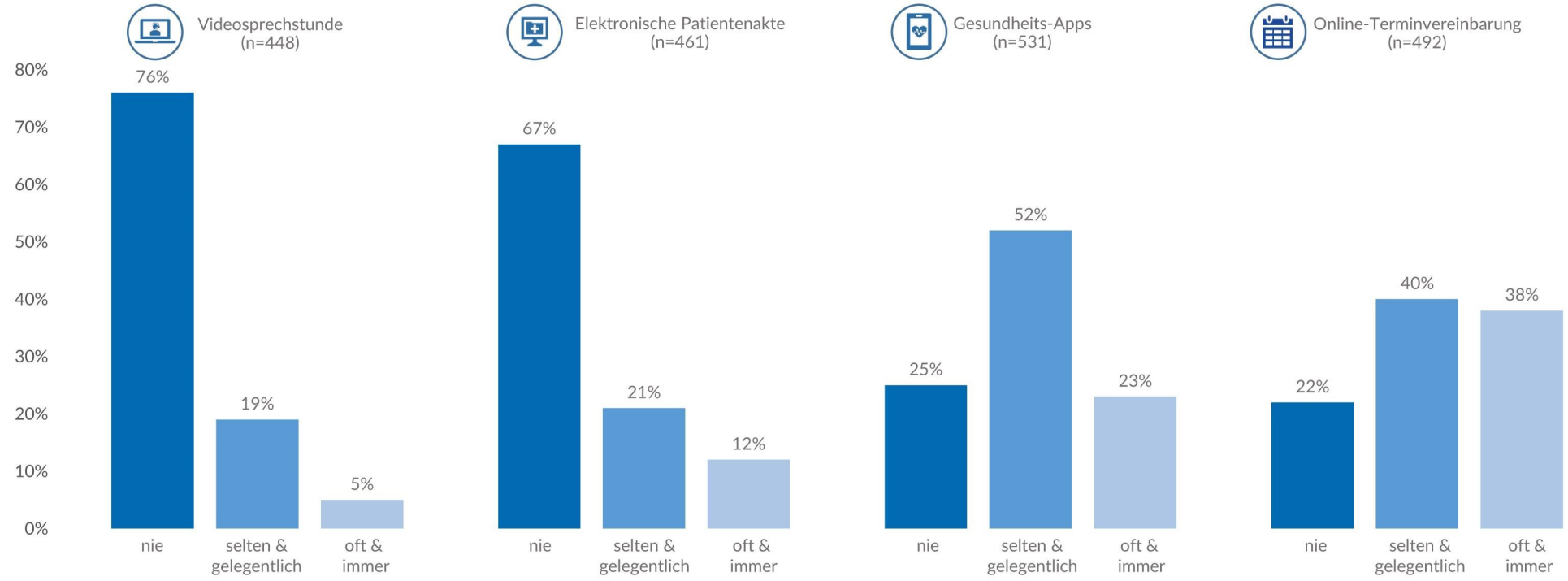
© BMC e.V. 2020

Teile der Frage: Wie intensiv nutzen Sie privat folgende Produkte und Dienste? 1. Smartphone, 2. Online-Banking, 3. Elektronische Patientenakte, 4. Gesundheits-Apps, 5. Online-Shopping.
Hinweis: Rundungsdifferenzen möglich.

BMC Managed Care

Digitale Lösungen im Gesundheitswesen bislang kaum verbreitet

Abbildung: Nutzung digitaler Produkte im Gesundheitswesen



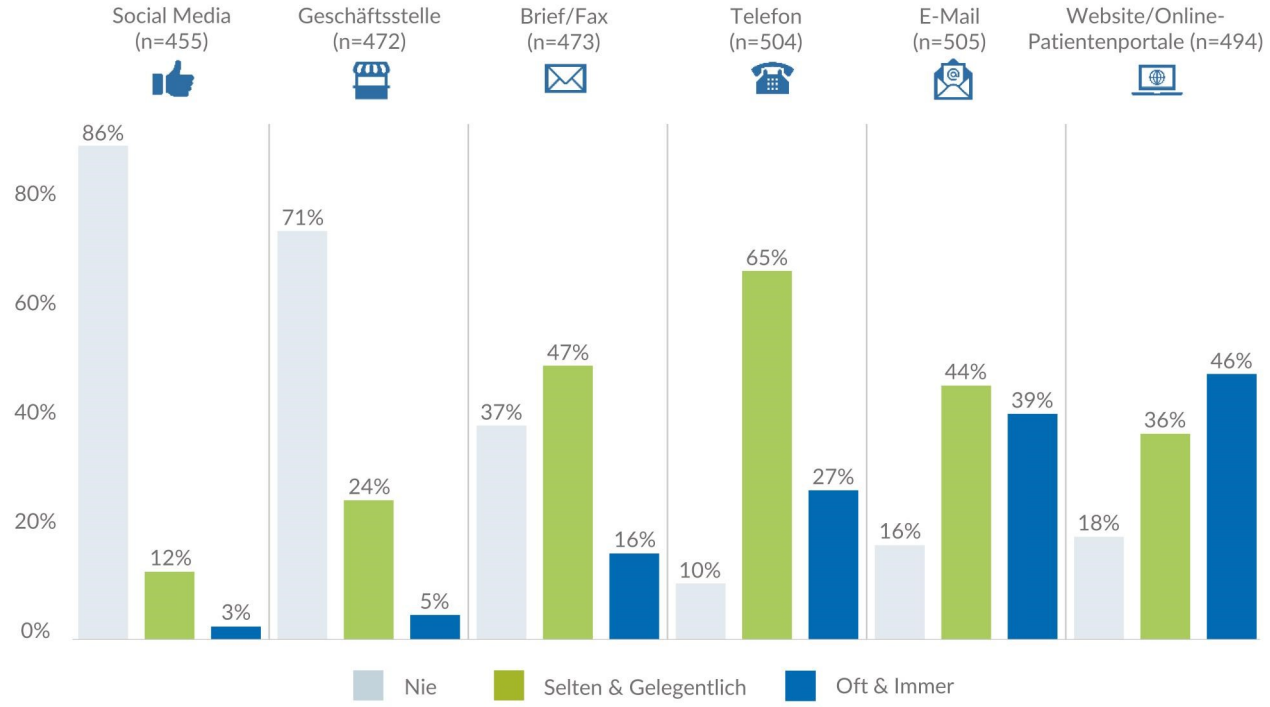
© BMC e.V. 2020

Digitale Lösungen im Gesundheitswesen sind bisher weniger verbreitet. 76% der Befragten haben noch keine Erfahrungen mit der Videosprechstunde gesammelt. Online-Terminvereinbarungen sind schon etablierter. Zudem haben 75% schon einmal Erfahrungen mit Gesundheits-Apps gesammelt. Eine elektronische Patientenakte nutzen dagegen nur 33% der Befragten.

Teile der Frage: Wie intensiv nutzen Sie privat folgende Produkte und Dienste? 1. Smartphone , 2. Online-Banking , 3. Elektronische Patientenakte , 4. Gesundheits-Apps, 5. Online-Shopping, kombiniert mit: Wie intensiv nutzen Sie persönlich folgende digitale Leistungsangebote Ihrer Ärztin oder Ihres Arztes? 1. Online-Terminvereinbarung 2. Videosprechstunde.
Hinweis: Rundungsdifferenzen möglich.

Kommunikation mit der Krankenkasse erfolgt mittlerweile größtenteils online

Abbildung: Nutzung der Kommunikationskanäle von Krankenkassen



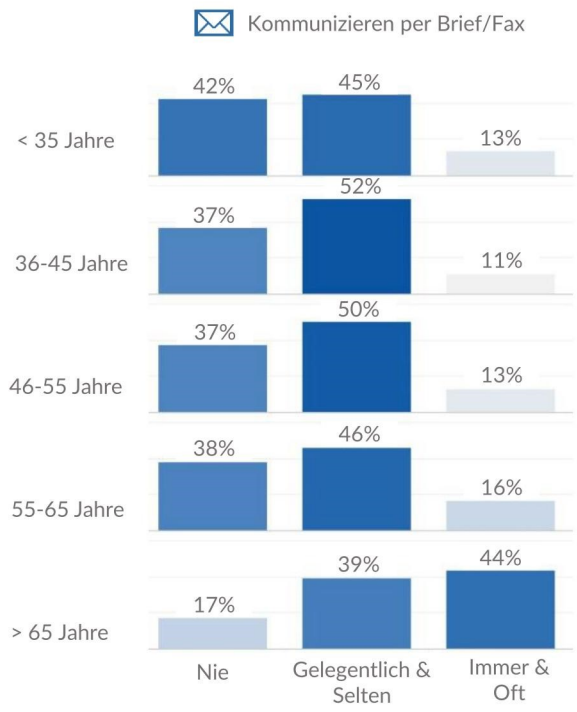
Für den Kontakt mit ihrer Krankenkasse nutzen Versicherte bereits vornehmlich digitale Angebote. Über die Website (46%) oder per E-Mail (39%) wird regelmäßig kommuniziert. Telefongespräche und Schriftverkehr werden überwiegend nur gelegentlich genutzt, der Gang in die Geschäftsstelle bleibt die Ausnahme: 71% nutzen diese Möglichkeit überhaupt nicht.

© BMC e.V. 2020

Frage: Wie kommunizieren Sie als Versicherte/r mit Ihrer Krankenversicherung?
Hinweis: Rundungsdifferenzen möglich.

Brief und Fax bei 44% der über 65-Jährigen noch vorrangiges Kommunikationsmittel

Abbildung: Kommunikation mit der Krankenkasse per Brief/Fax nach Altersgruppen (n=473)



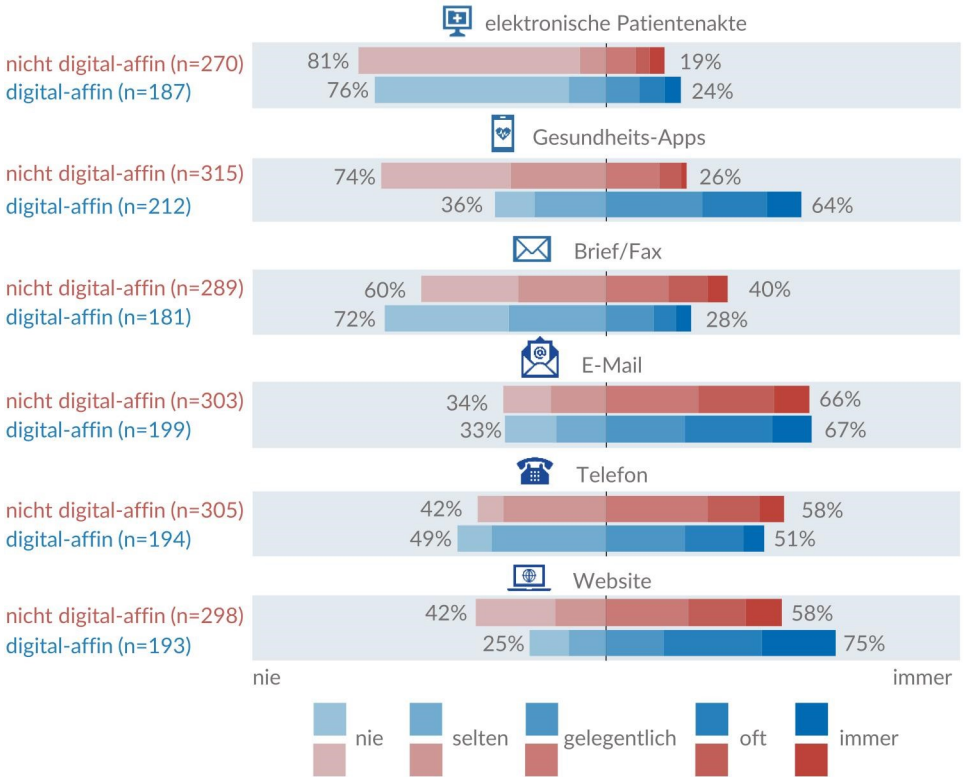
Die Befragten, die zumindest selten per Brief oder Fax mit ihrer Krankenversicherung kommunizieren, befinden sich in der höchsten Altersklasse: Die Kommunikation per Brief und Fax ist allein in der Altersgruppe der über 65-Jährigen noch weit verbreitet. 44% der älteren Befragten nutzen dies noch regelmäßig. In allen anderen Altersgruppen kommt Schriftverkehr auf diesen Wegen allenfalls noch selten oder gelegentlich vor. Mehr als ein Drittel verzichtet ganz darauf.

© BMC e.V. 2020

Frage: Wie kommunizieren Sie als Versicherte/r mit Ihrer Krankenversicherung? Differenziert nach der Altersgruppe.
Hinweis: Rundungsdifferenzen möglich.

Gesundheits-Apps bei digital affinen Personen bereits stark verbreitet

Abbildung: Nutzung digitaler Produkte und Kommunikationswege in Abhängigkeit zur digitalen Affinität



digital-affin: Selbstauskunft zur Nutzungsintensität von Online-Banking, Online-Shopping und Smartphone wurde mit „oft“ oder „immer“ beantwortet.
nicht digital-affin: alle Anderen.

© BMC e.V. 2020

Frage: Kombination der Fragen nach der Nutzung digitaler Produkte und den Kommunikationskanälen der Krankenkassen, differenziert nach der digitalen Affinität.

Die grundsätzliche Affinität zu digitalen Lösungen hat ebenfalls Einfluss auf die Nutzung digitaler Angebote im Gesundheitswesen. Wer häufig digitale Lösungen in anderen Branchen nutzt, ist auch gegenüber digitalen Gesundheitsleistungen aufgeschlossener. Vorallem Gesundheits-Apps werden deutlich öfter verwendet (64% vs. 26%), bei der elektronischen Patientenakte beträgt der Unterschied immerhin fünf Prozentpunkte (24% vs. 19%). Auch bei der Kommunikation mit der Krankenkasse nutzen digital-affine Befragte eher die Website und seltener Telefon oder Fax.

BMC Managed Care

Zahlungsbereitschaft für Gesundheits-Apps ist eher gering

Abbildung: Akzeptanz für Digitale Gesundheitsanwendungen (n=527)

Zahlungsbereitschaft	sehr unwahrscheinlich				sehr wahrscheinlich
50€	22.2%	36.6%	22.2%	15.0%	3.9%
30€	16.7%	26.7%	32.5%	15.8%	8.3%
15€	12.9%	25.0%	25.0%	29.5%	7.6%
5€	15.6%	16.4%	19.7%	27.9%	20.5%

Selbst bei akutem Versorgungsbedarf haben PatientInnen nur eine geringe Zahlungsbereitschaft für Gesundheits-Apps. Bei einem Preis von 5€ monatlich geben zwar noch 48% der Befragten an, eine von ÄrztInnen empfohlene App wahrscheinlich zu kaufen, bei 15€ sinkt der Anteil jedoch bereits auf 37%. Höhere Preise werden nur noch von wenigen Befragten akzeptiert – nur 19% sind bereit, monatlich 50€ selbst zu zahlen.

© BMC e.V. 2020

Frage: Bitte stellen Sie sich vor, Sie leiden seit geraumer Zeit unter Rückenschmerzen und Ihre Ärztin/Ihr Arzt empfiehlt Ihnen eine App zur Therapieunterstützung gegen Rückenschmerz. Die App bietet einen individuellen Trainingsplan, ein Schmerztagebuch, Videos zu Rücken- und Entspannungsübungen, medizinisches Informationsmaterial sowie Check-ups durch einen Gesundheitscoach. Die App kostet monatlich 5€/15€/30€/50€. Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie die App für diesen monatlichen Betrag nutzen?
Hinweis: Rundungsdifferenzen möglich.

BMC Managed Care

Interesse an Videosprechstunde hoch: unabhängig von Höhe eines monetären Anreizes

Abbildung: Akzeptanz für Videosprechstunde als Erstkontakt (n=528)

Beitragsrückerstattung	sehr unwahrscheinlich				sehr wahrscheinlich
200€	6.1%	6.1%	18.2%	30.3%	39.4%
150€	10.4%	11.1%	11.8%	27.8%	38.9%
100€	9.1%	9.8%	14.4%	28.0%	38.6%
50€	11.1%	11.1%	16.2%	23.1%	38.5%

Finanzielle Vorteile könnten der Videosprechstunde zu größerer Akzeptanz verhelfen. Bei einer Beitragsrückerstattung von 50€ jährlich würden 62% der Befragten den ausschließlich digitalen Erstkontakt zum Arzt oder zur Ärztin wahrscheinlich akzeptieren. Höhere Erstattungsbeträge würden den Anteil nur geringfügig steigern: Selbst bei 200€ jährlicher Rückzahlung würden 12% der Befragten einen persönlichen Erstkontakt in der Praxis bevorzugen.

© BMC e.V. 2020

Frage: Angenommen die Videosprechstunde wäre unter niedergelassenen ÄrztInnen weit verbreitet: Ihre Krankenkasse bietet Ihnen nun einen Wahltarif an, bei dem Sie für den medizinischen Erstkontakt zuerst die Videosprechstunde nutzen (lebensbedrohliche Notfälle ausgenommen) und dafür am Ende des Jahres eine Beitragsrückerstattung von 50 €/100€/150€/200€ erhalten. Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie dieses Angebot annehmen?
Hinweis: Rundungsdifferenzen möglich.

Beitragsrückerstattung kann Akzeptanz für digitale Kommunikation mit der Krankenkasse fördern

Abbildung: Akzeptanz für ausschließlich digitale Kommunikation mit der Krankenkasse (n=525)

Beitragsrückerstattung	sehr unwahrscheinlich				sehr wahrscheinlich
200€	5.8%	7.1%	14.7%	18.6%	53.8%
150€	8.1%	7.3%	12.2%	20.3%	52.0%
100€	8.3%	6.8%	14.4%	26.5%	43.9%
50€	8.5%	14.5%	17.1%	21.4%	38.5%

Bei einer Beitragsrückerstattung von 50€ jährlich würden 60% der Befragten sehr wahrscheinlich oder wahrscheinlich ausschließlich digital mit ihrer Krankenversicherung kommunizieren. Bei einem höheren Betrag steigt der Anteil auf über 70% der Befragten. 13% würden jedoch auch bei hohen Rückzahlungen eher nicht auf eine rein digitale Kommunikation umsteigen.

© BMC e.V. 2020

Frage: Für die ausschließlich digitale Kommunikation mit Ihrer Krankenversicherung (Online-Versichertenportal, E-Mail etc.) bietet diese Ihnen eine Beitragsrückerstattung von jährlich 50€/100€/150€/200€ an. Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie dieses Angebot annehmen?
Hinweis: Rundungsdifferenzen möglich.

Über das Panel

Erhebung: Quantitative Befragung mithilfe eines Online Fragebogen-Tools (Juni-Juli 2020)
Qualitative, leitfadengestützte Experteninterviews, digital aufgezeichnet und anschließend nach wissenschaftlichen Transkriptionsregeln transkribiert.

Stichprobe: Quantitative Befragung: 5.347 Personen wurden angeschrieben; Rücklaufquote 13,3% (n= 711); In Studie eingeschlossene Fragebögen n=578 / Qualitative Interviews n= 24

Zielgruppe: Experten der Gesundheitswirtschaft aus folgenden Branchen: Gesetzliche und private Krankenversicherung, ambulante und stationäre Versorgung, Politik, Selbstverwaltung, Digitalunternehmen, Pharma- und Medizintechnikindustrie. Nicht repräsentativ für die deutsche Bevölkerung.

Abbildung: Altersverteilung der Befragten (n=578)

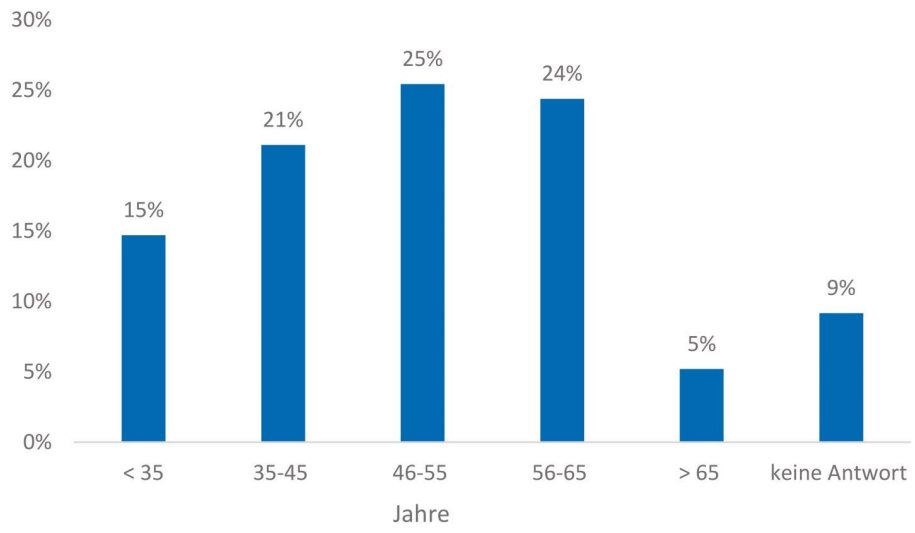
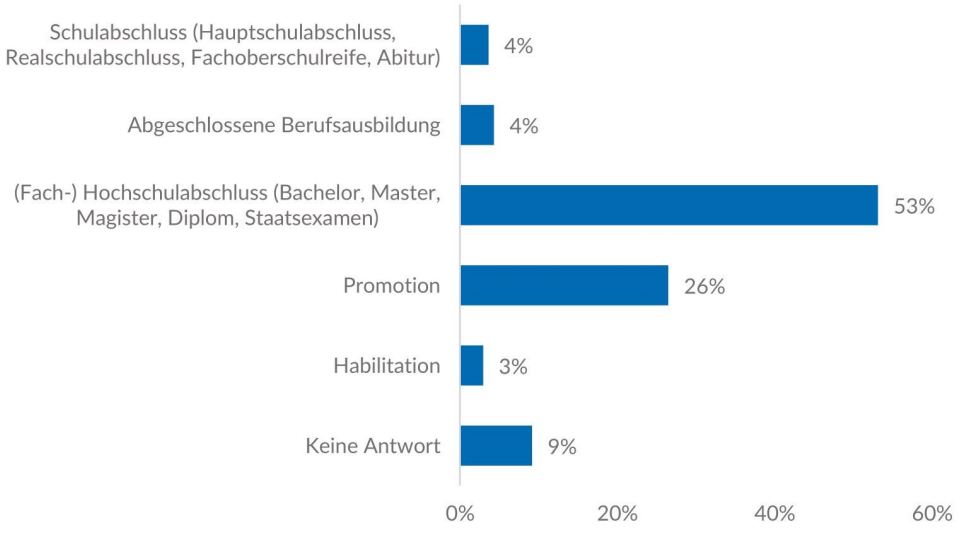


Abbildung: Höchster Bildungsabschluss der Befragten (n=578)



© BMC e.V. 2020

Über das Panel

Abbildung: Tätigkeitsfelder der Befragten (n=578)

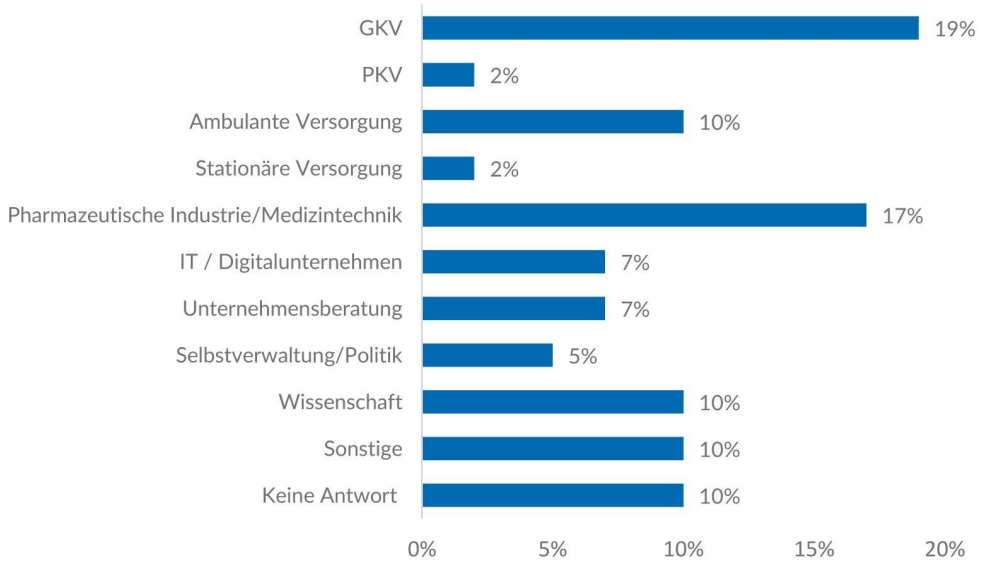
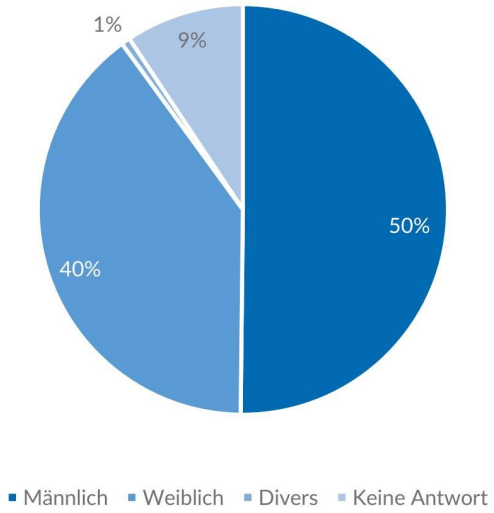


Abbildung: Geschlechterverteilung der Befragten (n=578)



© BMC e.V. 2020

Über den BMC

Der BMC ist ein pluralistischer Verband, der sich für die Weiterentwicklung des Gesundheitssystems im Sinne einer zukunftsfähigen, qualitätsgesicherten und patientenorientierten Versorgung einsetzt. Als Innovationsforum an der Schnittstelle zwischen Politik, Wissenschaft und Gesundheitswirtschaft bringt er sich durch Publikationen, Veranstaltungen und Vernetzung der Akteure in den gesundheitspolitischen Diskurs ein.

Die über **230 Mitglieder des BMC** repräsentieren nahezu die gesamte Bandbreite der Akteure im Gesundheitswesen. Dazu gehören u. a. Arztnetze, Krankenhäuser, Krankenkassen, Pharma- und Medizintechnikunternehmen, Dienstleister sowie gemeinnützige Organisationen. Im Rahmen von **Arbeitsgruppen** bringen sie ihre interdisziplinäre Expertise ein und entwickeln konsensfähige Lösungen zu Themen wie innovative Versorgungsformen, E-Health, Pflege, Arzneimittelversorgung etc.

Unsere Aktivitäten

Der jährlich im Januar stattfindende **BMC-Kongress** hat sich in den vergangenen Jahren mit mehr als 600 Teilnehmerinnen und Teilnehmern zu einer der wichtigsten gesundheitspolitischen Veranstaltungen entwickelt. Zudem greift der BMC in **Fachtagungen**, Diskussionsforen und **Hintergrundgesprächen** regelmäßig aktuelle Themen und Trends auf. Für Impulse aus dem internationalen Umfeld sorgen die **BMC-Studienreisen**, die mindestens einmal jährlich durchgeführt werden.

Mehr zum BMC finden Sie unter www.bmcev.de.

Impressum

Herausgeber

Bundesverband Managed Care e.V.

Friedrichstraße 136

10117 Berlin

Telefon: 030—28094480

www.bmcev.de

bmcev@bmcev.de

V.i.S.d.P.: Prof. Dr. Volker Amelung,
Dr. Patricia Ex

Autoren

Prof. Dr. Volker Amelung

Vorstandsvorsitzender

Dr. Patricia Ex

Geschäftsführerin

Malte Behmer

Leitung Politik

Melina Ledeganck

Junior Referentin

Graphische Darstellungen

INWT statistics: S.9,11,13,15,18,26

G. Major-Ex: S. 5-7, 10, 12, 16, 17, 19, 22-25, 27-29

Bild S.1 und S.33: Designed by starline /Freepik

*Icons made by Flaticon/Freepik