

Die Gesundheitswirtschaft

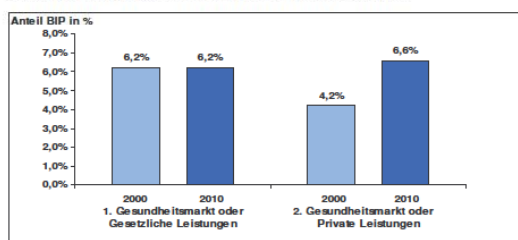
- bei einem Anteil von 15% aller sozialversicherungspflichtiger Beschäftigter ist der Gesundheitsmarkt der Zukunftsmarkt in Deutschland
- die demografische Entwicklung führt neben dem bekannten ausgabenseitigen Anstieg durch eine Zunahme an direkten und indirekten Arbeitsplätzen auch zu einer Einnahmeverbesserung.
- Drei Megatrends haben sich in der Gesundheitsbranche entwickelt:
 1. *Zunehmende Nachfrage nach Gesundheitsleistungen*
 2. *Steigende Lebenserwartung*
 3. *Zunehmende soziale Ungleichheit von Gesundheitschancen*
- Die Gesundheitswirtschaft teilt sich in 3-4 bekannte Gesundheitsmärkte:
 - a. **1. Gesundheitsmarkt:** alle gesetzlich geregelten Leistungsvergütungen. Betriebswirtschaftlich kein Markt im eigentlichen Sinne, da Preise hier hoheitlich administrativ vorgegeben sind.
 - b. **2. Gesundheitsmarkt:** siehe Beispiele wie folgt
 - c. **3. Gesundheitsmarkt:** technologisch gestützte Gesundheitsdienstleistungen, Beispiele wie folgt
 - d. **Öffentlich und privat geförderter Gesundheitsmarkt.** Dient der Verbesserung sozialer Ungleichheiten. Hier gibt es weder eine kaufkräftige Nachfrage noch gewinnorientierte Angebote. Z.B. Klasse 2000,
- Die Gesundheitswirtschaft hat sich von einer Leid- zu einer Leitbranche entwickelt!

11.11.2013

Michael N. Preibsch

Heilmittelerbringer im 1. & 2. Gesundheitsmarkt

Abbildung 1: Entwicklungen des Ersten und Zweiten Gesundheitsmarktes

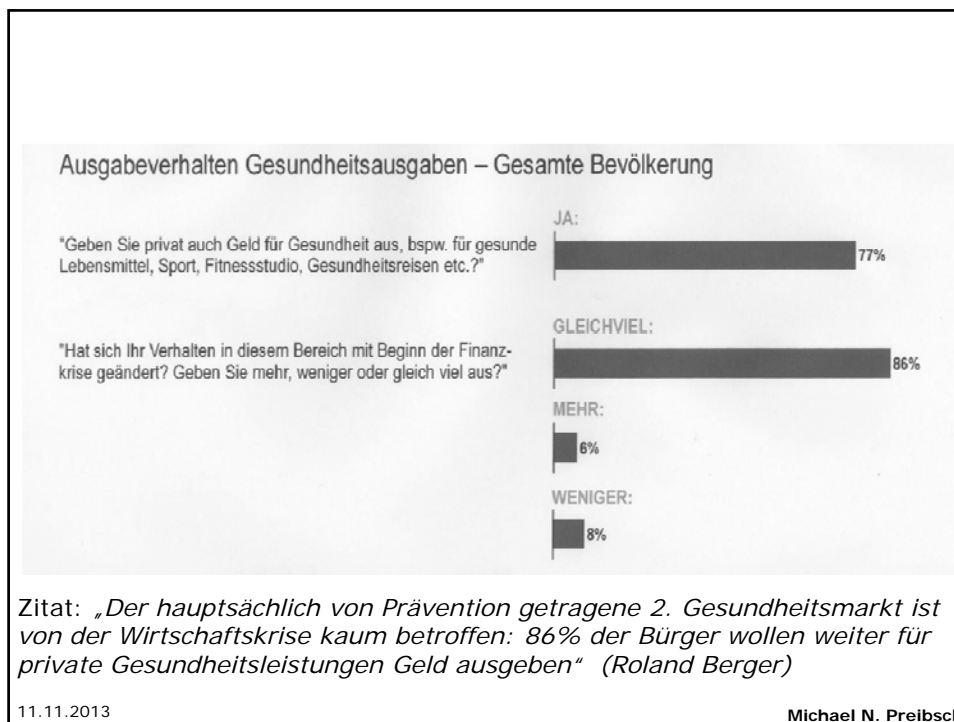


Quelle: www.dmwv.de/107.0.html, eigene Darstellung

Besser: Heilmittelerbringer im 1. Krankheitsmarkt, sowie im 2. Gesundheitsmarkt

11.11.2013

Michael N. Preibsch

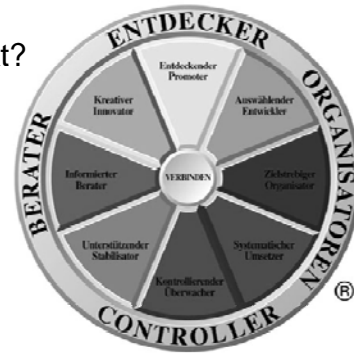


„Kein Markt entsteht ohne ein Defizit“ (M. Horx)

- a) Bedarfs- und Trendanalyse
- b) Abgleich mit den eigenen Fähigkeiten
- c) Standort- und Zielgruppenanalyse
- d) Umsetzung

b) Abgleich mit den eigenen Fähigkeiten

- Was kann ich gut, wo bin ich perfekt?
- Habe ich ein „Helfer-Syndrom“?
- Habe ich Führungseigenschaften?
- Bin ich kaufmännisch geschult?
- Wo ordne ich mich persönlich ein?



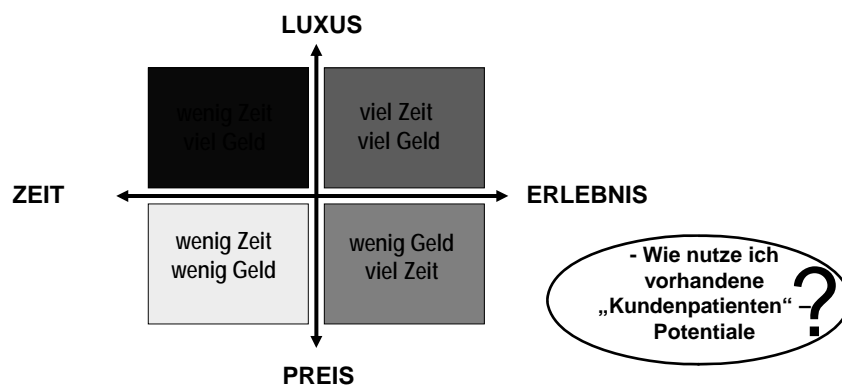
(Team Management System)

11.11.2013

Michael N. Preibsch

c) Standort - und Zielgruppenanalyse

- Was gibt es schon alles?
- Welche Zeit/Geld Zielgruppe gibt es?



11.11.2013

Michael N. Preibsch

„Kein Markt entsteht ohne ein Defizit“ (M. Horx)

- a) Bedarfs- und Trendanalyse
- b) Abgleich mit den eigenen Fähigkeiten
- c) Standort- und Zielgruppenanalyse

d) Umsetzung:

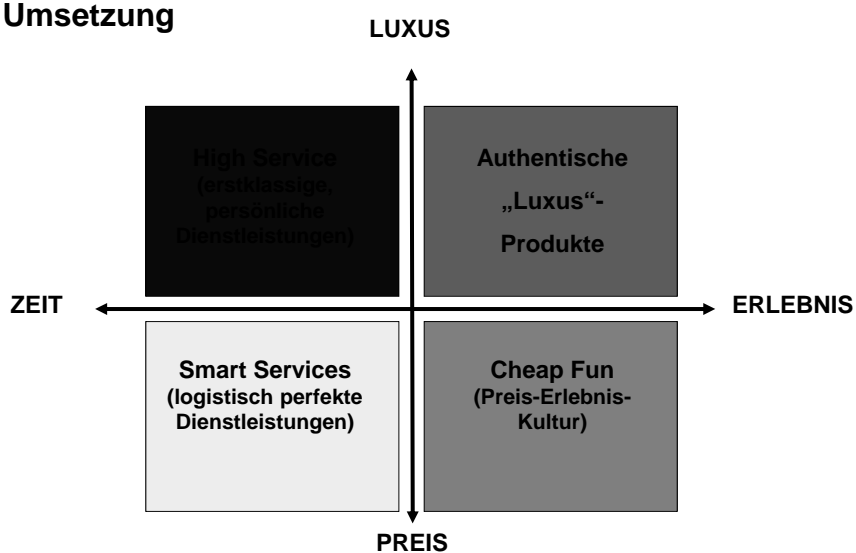
„use it or loose it“



11.11.2013

Michael N. Preibsch

d) Umsetzung



11.11.2013

Michael N. Preibsch