

18.09.2006 - Der Patient als Konsument

Das Zukunftsinstitut entwirft die Medizin des Jahres 2010

Glaubt man den "Gesundheitstrends 2010" dann wird sich der Wandel im deutschen Gesundheitswesen in Zukunft noch rasanter und radikaler vollziehen. Während Deutschland noch über die aktuelle Gesundheitsreform streitet und Betroffene sich heftig gegen kleinste Veränderungen wehren, prognostizieren Wirtschaftsexperten schon für die nächsten Jahre ein zweistelliges Wachstum des Gesundheitsmarkts. Anlass genug für die Zukunftsforscher um den Trend-Guru Matthias Horx, sich dieses Themas anzunehmen und mit den "Gesundheitstrends 2010" ein Szenario für die Medizin des nächsten Jahrzehnts zu entwerfen.

Das Verhalten der Konsumenten hat sich in den vergangenen Jahren erkennbar gewandelt. Es gibt ein gestiegenes Gesundheitsbewusstsein, dass sich in einem steigenden Absatz von Bioprodukten äußert, während gleichzeitig ein Rückgang des Bier- und Zigarettenkonsums feststellbar ist. Gab es in den 90er Jahren einen Wellness-Boom, so könnte man Fitness als Kult der Gegenwart bezeichnen. Allein im Jahr 2005 wurden über 3 Millionen „Nordic Walking“ -Stäbe verkauft. Und auf dem Zeitschriftenmarkt gibt es Rekordauflagen, wenn Gesundheitsthemen die Titelseiten beherrschen. Anhand dieser Indizien schließt das Zukunftsinstitut auf die Entstehung einer Health Society.

Auch an kritischen Tönen lassen es die Autoren nicht fehlen. Mit Zitaten aus dem Buch "Die Krankheitserfinder" demonstrieren sie, wie durch Pseudostudien und Kampagnen von Pharma-Lobbyisten gesunden Menschen eingeredet wird, sie seien krank. Etwas mehr Skepsis ist also angebracht, wenn von Krankheit die Rede ist. Die Untersuchung des Zukunftsinstituts orientiert sich daher an den folgenden Grundfragen: 1. Wie entwickeln sich zukünftig die kollektiven Vorstellungen von Gesundheit und Krankheit? Welche Konsequenzen hat dies für den Gesundheitsmarkt von morgen?

Mit Kapitelüberschriften wie Food, Neuro-Enhancement, Future hospitals, Komplementärmedizin, Psyche werden die sich abzeichnenden Trends der Medizin dargestellt..

Der souveräne Patient

Ausgehend von Verbraucherumfragen und gesundheitsbezogenen Marketing- Strategien gibt die Studie einen kleinen Einblick in die Psyche des künftigen Health-Konsumenten. Gesundheit entwickelt sich demnach zu einem identitätsstiftenden Faktor. Matthias Horx hat dazu den Begriff "Selfness" geprägt, der für die Nachfrage nach Wohlbefinden und innerer Balance steht. Der Gesundheitsbegriff geht zukünftig über die symptom-orientierte Krankheitsbekämpfung hinaus. Gesundheit und Genesung bedeuten nicht nur die Abwesenheit von Krankheit, sondern die bewusste (Wieder-) Erlangung der Steuerungsgewalt über Körper, Geist und Seele.

Damit findet ein Richtungswechsel statt. Gesundheit wird nicht mehr durch ein Gesundheitssystem an den Kranken herangebracht. Gesundheit entspricht einem Bedürfnis des Individuums, das aus dem Angebot des Gesundheitsmarktes wählt. Dementsprechend verändert sich die Rolle des Arztes. Als Medizinberater verliert er die Hoheit über den Patienten. Im Zentrum steht künftig der Patient als Kunde, der von Ärzten, Naturmedizinern und (Psycho-) Coaches umsorgt wird. Alternative Heilmethoden stehen gleichrangig neben der klassischen Schulmedizin. Die Souveränität des Patienten äußert sich in der Entscheidung darüber, wie er seine Behandlung gestalten möchte. Der Umgang mit Medizin und Wellness nimmt damit lustvolle Dimensionen an.

Nahrungsmittel und Medikamente erhalten in diesem Kontext eine neue Funktion. Mit ihrer Hilfe kann der Patient seine Gesundheit und seine körperliche Verfassung optimieren.

- Schon jetzt gibt es Funktional Food, das beispielsweise den Cholesterin-Spiegel senkt. In Zukunft wird der Speisezettel anhand einer Genom-Analyse auf den individuellen Stoffwechsel des Menschen angepasst.

- Mit neuartigen Medikamenten, so genannten "Smart Drugs", lässt sich die Hirnfunktion und die Leistungsfähigkeit steigern; Antidepressiva verbessern die Stimmung und die soziale Kompetenz. Selbst Schlafen wird mit speziell auf Schlafphasen abgestimmten Medikamenten zum Lifestyle-Event.

- Schmerz-Freiheit erhält hohe Priorität. 12 bis 15 Millionen Menschen in Deutschland leiden unter chronischen Beschwerden. 50% der Krankenhäuser haben aber kein Konzept zur Schmerzbekämpfung. Dabei gibt es Ansätze zu einer Multimodalen Schmerzbekämpfung mit Medikamenten, Physiotherapie und alternativen Heilmethoden. Ein erfolgreiches Schmerz-Management wird in Zukunft zum Qualitätsmerkmal von Kliniken – und zum Wettbewerbsvorteil

Gesundheit und Marketing

Schon jetzt investieren viele große Unternehmen in die Health Care Branche. Wie aber ändern sich die Vertriebsstrategien der Unternehmen angesichts der neuen Rolle des Patienten als Health-Konsument?

Marketing-Hilfe benötigen beispielsweise die Apotheken. Die traditionelle, inhabergeführte Apotheke ist in Gefahr. Durch Kettenbildung droht ein Verdrängungswettbewerb, weitere Umsatzeinbußen entstehen durch den Online-Versandhandel. Medikamentenverkauf allein reicht nicht. **Eine Überlebenschance haben Apotheken nur dann, wenn sie sich als Health Provider etablieren.**

Die Apotheke der Zukunft könnte ein Lifestyle-Zentrum für Gesundheit sein. Das Service-Angebot wird ausgeweitet und schließt ganzheitliche Lebensberatung, Yoga- und Fitness-Kurse oder medizinische Seminare ein. Die US-Apotheke PrairieStone setzt beispielsweise auf mehr Service: Vollautomatisierte Abläufe (zum Beispiel Einlesen der Rezepte) schaffen mehr Zeit für Kundenkontakte. Dienstleistungen wie die Dosierung von Pillenschachteln locken gerade ältere Patienten an. **Der Kunde wird zum Gast, der sich nicht als Kranker fühlt, sondern Gesundheit als Erlebnis erfährt. Information und Service werden zu Schlüsselementen.**

Technische Fortschritte

Die Medizinische Zukunft ist ohne technischen Fortschritt nicht denkbar. Erfrischend unbekümmert stellen die Autoren der „Gesundheitstrends 2010“ verschiedene Möglichkeiten vor, als gehörte der Streit über die Finanzierung des Gesundheitswesens schon der Vergangenheit an. Fest steht, dass sich die Privatisierung der Krankenhausbranche und damit das Kliniksterben in Zukunft fortsetzen. Diagnostik und Therapie werden zunehmend in den ambulanten Sektor verlagert

- Bis 2015 wird nur noch die Hälfte der Krankenhäuser in öffentlicher Hand sein. Zentrenbildung, Profitcenter- und Holding-Strukturen nehmen zu. In den nächsten 10 Jahren wird jede vierte Klinik schließen. Die DRG sorgen für mehr Effizienz: In 10 Jahren soll die durchschnittliche Verweildauer im Krankenhaus nur noch 4 Tage betragen. Dank Clinical Pathway und Integrierter Versorgung gibt es mehr Behandlungsqualität und weniger Doppeluntersuchungen.

- Der zukünftige Krankenhausaufenthalt wird durch Telemedizin kürzer und komfortabler. Durch digitale Netzwerke lässt sich beispielsweise die präoperative Diagnostik ambulant durchführen. Die elektronische Patientenakte macht alle Patientendaten für den Krankenhausarzt verfügbar. Mit Tele-Monitoring ist wiederum die postoperative Überwachung des Patienten in seinem Heim möglich. Per Handy werden seine Vitalzeichen an die Klinik übermittelt. Unbeantwortet bleibt allerdings die Frage, wie bei unvorhergesehenen Komplikationen (Blutungen, Herz-Kreislauf-Probleme) reagiert wird.

- Krankenhäuser entwickeln sich zu Elementen eines Gesundheitsparks, umgeben von mobilen Pflegediensten, Medizinischen Versorgungszentren, Patientenhotels und Wellnessanlagen.

Rote Biotechnologie und Transplantationsmedizin sind bisher noch wenig erprobt, gelten aber als Heilmethoden der Zukunft. Mehr als 10000 Menschen in Deutschland warten auf ein neues Organ. Große Hoffnungen sind daher mit Tissue engineering, therapeutischem Klonen und Stammzellentherapie verknüpft. Ähnliches gilt für Patienten mit geschädigter Hirn- oder Nervenfunktion. Nach einem Schlaganfall sollen Chips als Neuroprothesen die Nervenfunktionen übernehmen.

Fazit:

Ein optimistischer Grundton beherrscht die Studie. Der Text ist flott geschrieben und wird durch eine Fülle von Beispielen illustriert. Jedem Kapitel werden die wichtigsten Thesen vorangestellt, ein Trendbriefing am Ende des Kapitels bietet eine kurze Zusammenfassung mit Memo-Charakter. Die Studie ist damit sehr informativ und gut zu lesen.

Die Studie wirkt weitgehend neutral. Der Verzicht auf eine Schaden-Nutzen-Analyse weckt zumindest Zweifel daran. Erfrischend unbekümmert, als gehörte der Streit über die Finanzierung von medizinischen Leistungen schon der Vergangenheit an, stellen die Autoren überwiegend kostenintensive technische Lösungen für medizinische Probleme vor. Innovativ scheint nur die Gesundheitswirtschaft zu sein, der öffentliche Sektor ist entweder im Rückzug oder wird schlicht ausgeblendet.

Die Studie erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Sie fokussiert die Health-Konsumenten, die auch eine Zielgruppe von Marketing-Strategen sein könnten. Der souveräne Patient stammt aus einer Welt, in der es keine schweren Krankheiten, keine Behinderung und keine Konfrontation mit Sterben und Tod zu geben scheint. Deshalb ist Vorsicht angebracht. Unsere Gesellschaft ist nicht homogen, das Gesundheitsbewusstsein ist unterschiedlich ausgeprägt. Für das Konsumverhalten ist zudem das Einkommen entscheidend...

Quelle: medizin.de: Pressemeldung September 2006