

Strategien für die Medizintechnik-Branche der Zukunft

Daten und Digital-Konzepte



von Dr. Claudio Priscoglio, Dr. Michael Renz, IQVIA Commercial GmbH & Co. OHG

Ohne moderne Medizintechnik ist die evidenzbasierte Diagnostik und Therapie, aber auch die Umsetzung gesundheitsökonomischer Vorgaben, kaum möglich. Doch Hersteller klagen über zahlreiche Hürden. Wie sollten sie sich ausrichten, um ihre Stellung im Markt auszubauen?

Firmen im Medizintechnik-Bereich haben mit großen Herausforderungen zu kämpfen, wie die Herbstumfrage des Bundesverbands Medizintechnologie zeigt. Besonders oft wurden als Kritikpunkte zusätzliche Anforderungen der EU Medical Device Regulation genannt (81 %), gefolgt von der Notwendigkeit, mehr klinische Daten bereitzustellen (71 %), vom Zeitaufwand für Konformitätsbewertungen (62 %), vom Preisdruck durch Einkaufsgemeinschaften (53 %), von negativen Effekten durch Covid-19 (51 %) oder dem innovationsfeindlichen Verhalten mancher Krankenkassen (40 %).

Große Potenziale sehen Unternehmen hingegen in den Bereichen Business Intelligence/Datenanalyse (44 %), digitale Gesundheitsanwendungen (38 %), Big Data/Smart Data/Datenerfassung (31 %), künstliche Intelligenz/maschinelles Lernen (25 %) und in Systemen zur Unterstützung klinischer Entscheidungen (23 %).

Doch alle mittelfristigen Planungen setzen voraus, die Pandemie gut zu überstehen. Denn auch manche Kunden von Medizintechnik-Herstellern, wie Krankenhäuser oder Arztpraxen, wurden stark gebeutelt.

Umsatzeinbußen durch Corona-Folgen

Weltweit sind viele Krankenhäuser an die Grenzen ihrer Kapazitäten geraten oder haben diese überschritten. Global sinkt die Zahl planbarer, elektiver Eingriffe. Diese Verschiebung trifft v. a. die Hersteller von Medizinprodukten, die Materialien wie z. B. Implantate, Operationsinstrumente oder Einmalartikel für diese Eingriffe liefern.

Die Wucht dieses Rückgangs des elektiven Eingriffsvolumens zeigte sich v. a. während der ersten Covid-Welle vom 24. März bis zum 16. April 2020, als es je nach Indikation zu Einbrüchen von 70 bis 97 Prozent kam. Im Zeitraum vom 19. August bis 8. September 2020 hat sich die Lage zwar entspannt. Dennoch blieb es bei einem Minus zwischen 29 und 46 Prozent (Abb. 1).

Entgegenkommen und Service der Lieferanten gefragt

Wie geht es für die Medizintechnik-Branche weiter? In der aktuell zweiten Pandemiewelle sollten Hersteller von Medizintechnik stärker als bisher den Dialog mit Krankenhäusern suchen. Wie aus einer Befragung von Krankenhausentscheidern im Rahmen der „Capital Equipment Impact Study“ von IQVIA ersichtlich wird, sollten die Lieferanten den Kliniken

z. B. im Rahmen neuer Finanzierungsmodelle entgegenkommen. Dies ließe sich z. B. mit einem größeren Spielraum beim Thema Zahlungsaufschub umsetzen. Gleichzeitig wünschen sich die Kliniken eine hohe Verlässlichkeit bei Lieferketten, damit Medizinprodukte in garantierter Menge zu genau definierten Zeitpunkten zur Verfügung stehen.

Neben den Produkten selbst erwarten die Kliniken zudem auch Zusatzleistungen im Bereich Schulung und Wartung. In diesem Zusammenhang sollten die Firmen über digitale Kanäle jederzeit gut für ihre Kunden erreichbar sein. Alles in allem wünschen sich stationäre Versorger, die Hersteller als verlässliche Partner im Boot zu haben, nicht zuletzt auch bei Verhandlungen über Preise.

Positionierung im Markt mit Alleinstellungskriterien

IQVIA rät Firmen der Medizintechnik-Branche angesichts der herausfordernden Rahmenbedingungen und Anforderungen, sich noch stärker anhand ihrer Alleinstellungskriterien im Markt zu positionieren. Hierfür lassen sich drei grundsätzliche Ausgangssituationen und davon abgeleitete Strategien unterscheiden.

■ Hersteller von innovativen Produkten mit starker klinischer Evidenz können aufgrund des Nutzens mit einer zusätzlichen Vergütung rechnen und

sollten sich entsprechend positionieren. Hierzu müssen strategische Entscheidungen und entsprechende Maßnahmen frühzeitig in der Produktentwicklung getroffen werden, um im Rahmen der Bewertung neuer Untersuchungs- und Behandlungsmethoden (NUB) eine zusätzliche Erstattung zu erlangen.

- Anbieter von Produkten mit geringem oder fehlendem klinischem Nutzen müssen eher auf die Preisstrategie setzen. Hier werden Produkte preisgünstig auf den Markt gebracht, um ihnen eine gute Platzierung innerhalb des pauschalierten Abrechnungsverfahrens der Krankenhäuser zu sichern.
- Die Servicestrategie eignet sich ähnlich wie die Preisstrategie vor allem für Produkte, die ihre klinische Evidenz nach der HTA-Methodik (Health Technology Assessment) nicht belegen konnten, aber deutliche nicht gesundheitsbezogene Vorteile (Handhabung, Effizienz etc.) besitzen und daher einen höheren Preis rechtfertigen.

Richtige Patientenpopulation identifizieren

Unabhängig von der Produktpositionierung und vom Erstattungsmodell steht und fällt der Vermarktungserfolg damit, die richtige Patientenpopulation und die passende Gruppe an Verordnern zu identifizieren und anzusprechen. Forscher sprechen hier auch von der Patient Journey: Der Weg eines Patienten führt vom Erstkontakt beim Arzt über anfängliche Diagnosen und Therapien, weitere Facharzt-Konsultationen und Folgeuntersuchungen bis hin zur endgültigen Behandlung. Eventuell war die initiale Diagnose falsch oder das Behandlungsregime musste geändert werden. Bei jedem dieser Teilschritte gehen Patienten aus der ursprünglichen Kohorte „verloren“ – weil der Arzt Fehler macht oder weil Erkrankte einfach nicht mehr in der Praxis erscheinen.

Für Unternehmen der Medizintechnik-Branche ist es wichtig, den richtigen Patientenpool zu identifizieren bzw. zu kennen und die Patient Journey genau zu verstehen, um Produkte in Märkten erfolgreich einzuführen (Abb. 3). Neben longitudinalen Patientendaten können hierzu Daten von Ärzten, Krankenhäusern, Krankenkassen und Verordnungen einbezogen werden.

Abbildung 1: Verschiebung in allen Disziplinen, etwa 10% der elektiven Eingriffe insgesamt annulliert

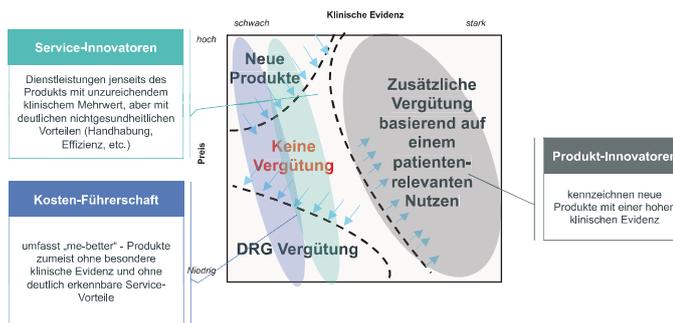
Disziplin	% der verschobenen Eingriffe (erwartet)		% der gestrichenen Eingriffe	
	6. Umfragerunde	6. Umfragerunde	6. Umfragerunde	6. Umfragerunde
Orthopädie	26%	34%	-7%	-13%
Herz Operationen	31%	24%	-10%	-10%
Herz Rhythmus Management	23%	25%	-10%	-10%
Schmerztherapie	38%	31%	-15%	-22%
Urologie	30%	32%	-6%	-10%
Gynäkologie	27%	34%	-7%	-13%
Ophthalmologie	22%	37%	-6%	-9%
Allgemeinchirurgie	36%	34%	-8%	-7%
Adipositas Chirurgie	40%	34%	-10%	-11%
Oncologie	30%	23%	-9%	-10%
Gastroenterologie	27%	20%	-8%	-11%

IQVIA MedTech Pulse Umfrage, durchgeführt sowohl in den USA als auch in der EU (US-Stichprobe = 578, EU-Stichprobe = 527). 1. Umfragerunde: 24. März - 16. April 2020; 6. Umfragerunde: 19. August - 8. September 2020. Wir planen, diese Trends für jeden der nächsten Monate monatlich zu überwachen und zu veröffentlichen, um der klinischen Branche und den damit verbundenen Gesundheitsbereichen dabei zu helfen, die richtigen Allokierungen auf ihr Geschäft und die gesamte Einkaufskette zu bewerten.



Abbildung 1: Verschiebungen in allen Kategorien: In der ersten Pandemiewelle wurden international insgesamt etwa 10 Prozent der Eingriffe annulliert.

Abbildung 2: Marktpositionierung in Orientierung an Alleinstellungsmerkmalen



Quelle: IQVIA MedTech Consulting Center of Excellence, A. Petrovic et al. "Die Zukunft der Medizintechnikindustrie", 2017. Transforming MedTech - How to Source Data and catch up on Digitalisation? | Webinar on October 21st, 2020.



Abbildung 2: Marktpositionierung in Orientierung an Alleinstellungsmerkmalen.

Abbildung 3: Ineffizienzen erkennen und gesteuern



Quelle: IQVIA. Transforming MedTech - How to Source Data and catch up on Digitalisation? | Webinar on October 21st, 2020.



Abbildung 3: Marktforschungsanforderungen an den Launch neuer Medizinprodukte.

Doch der Teufel steckt im Detail. Mitunter sind solche Informationen länderspezifisch, gelten nur für bestimmte Krankheiten oder sind im Bereich der Medizinprodukte überhaupt nicht verfügbar. Bestehende Lücken lassen sich zumeist auch nicht einfach mit Instrumenten der Marktforschung schließen.

Von Verschreibungen hin zum Medizinprodukte-Bedarf

Es gibt jedoch Alternativstrategien zur Analyse, die sich auch für die Medizintechnik-Branche eignen. Charakteristische Verordnungen von Rx-Medikamenten gelten als Indikator, um Patienten mit einer bestimmten Krankheit zu identifizieren. Sie sind damit auch Zielgruppe für ein bestimmtes Medizinprodukt. Über solche Verschreibungsdaten gelingt es daher auch, die Ärzte zu identifizieren, die bestimmte Medizinprodukte einsetzen.

Nicht zuletzt tragen Behandlungsdaten dazu bei, Patientenzugänge zu analysieren. Die damit verbundenen Kernfragen:

- Wer hat bei welchem Ereignis ein spezielles Medizinprodukt erhalten?
- Welche Ärzte spielten hier eine Rolle?
- Gab es Komplikationen, waren weitere Untersuchungen bzw. Therapien erforderlich, schreitet die Krankheit voran und – nicht zuletzt – mit welchen Kosten war der Einsatz verbunden?

Das Ziel muss immer sein, im richtigen Markt die richtigen Verordner oder die richtigen Patienten zu erreichen.

Der Aufwand für derartige Analysen ist immens, lohnt sich aber gerade im deutschen Markt. Dieser zeichnet sich seit 2020 auch dadurch aus, dass Ärzte weltweit erstmalig Apps oder browsergestützte Anwendungen verordnen dürfen, sobald diese vorher ins Verzeichnis digitaler Gesundheitsanwendungen aufgenommen worden sind. Viele der Tools waren bislang reine Selbstzahler-Leistungen, werden nach erfolgreicher Überprüfung durch das Bundesinstitut für Arzneimittel und Medizinprodukte (BfArM) nun aber zur Kassenleistung.

i Kontakt zu den Autoren:
claudio.priscoglio@iqvia.com
michael.renz@iqvia.com

Manchester University NHS

Technologiepartnerschaft mit Siemens Healthineers

Der Manchester University NHS Foundation Trust (MFT) und Siemens Healthineers haben eine 15-jährige strategische Technologie- und Strategiepartnerschaft vereinbart. Die Partnerschaft (Value Partnership) umfasst die Planung, Installation und Wartung von 222 medizinischen Geräten mit rund 350 geplanten Neuinstallationen über die Laufzeit des Vertrags.

Ein Team von Siemens Healthineers wird vor Ort die zentrale Anlaufstelle für alle technologiebezogenen Angelegenheiten sein und soll die garantierte Leistungsfähigkeit der Geräte sicherstellen. Die Partnerschaft umfasst auch Trainingsprogramme für die Anwender der medizinischen Bildgebung. Der Auftrag hat ein Volumen von ca. 140 Mio. Euro.

Der Manchester University NHS Foundation Trust betreibt neun Krankenhäuser im Großraum Manchester und ist ein führender Anbieter von spezialisierten Gesundheitsdienstleistungen. Mit einem Umsatz von etwa 1,8 Mrd. Euro, über 2.200 Betten und mehr als 21.000 Mitarbeitern ist er der größte NHS Trust im Vereinigten Königreich.

Medika Medizintechnik

Vertrieb von FFP2-Masken „made in Germany“

Im März 2020 starteten die drei Unternehmen Medika Medizintechnik/Hof, TEG Fischer Automation/Heinsdorfergrund und KL Medical/Ascheberg im Rahmen einer Kooperation mit der Produktion von Schutzprodukten gemäß Medizinprodukterichtlinien zur Versorgung des deutschen Marktes.

Im Zuge der Bündelung der Kräfte der drei partnerschaftlich miteinander verbundenen Unternehmen begann im September 2020 nach und nach, so Stefan Weiß, Geschäftsführer von Medika Medizintechnik, die Produktion von Mund-Nasen-Schutz sowie FFP2-Masken im sächsischen Reichenbach sowie eine Schutzkittelproduktion in Ascheberg (NRW), die in diesem Jahr noch um eine vollautomatisierte Produktionsanlage erweitert werden soll. Wie Weiß ergänzte,

sieht etwa TEG Fischer Automation einen Ausstoß von bis zu 250.000 FFP2-Masken pro Woche vor, ab März sei eine Verdopplung der Produktion geplant.

Den Vertrieb der Masken nimmt wiederum Medika Medizintechnik in die Hand. TEG Fischer Automation produziert nach eigenen Angaben bereits seit Mai 2020 rund 700.000 OP-Masken pro Woche, seit Ende Januar geht eine Million vom Band. Zudem startete die Auslieferung von antiviralem OP-Mundschutz.

Facility-Management

KI-basiertes System für vollständiges OP-Bestock

Bei rund 3.500 Instrumenten, die täglich für chirurgische Eingriffe vorbereitet und in die OP-Säle geliefert werden, gehören Reklamationen über fehlende Instrumente zum Klinikalltag im Facility-Management. Forscher des Fraunhofer-Instituts für Produktionsanlagen und Konstruktionstechnik (IPK) entwickeln deshalb ein Assistenzsystem, das mithilfe von Algorithmen OP-Instrumente automatisiert wiedererkennen soll.

Es besteht aus einem mit bis zu drei Kameras bestückten Erfassungssystem, einem KI-Hauptsystem sowie einer Packstation. Das Gesamtsystem soll gemäß dem 4-Augen-Prinzip als unterstützende Prüfinstanz für Mitarbeitende im Packprozess implementiert werden, um die Arbeitsschritte an den Packsieben zu dokumentieren, deren Qualität sicherzustellen und Fehlbestellungen zu reduzieren.

Laut Meldung sei es im Rahmen einer Machbarkeitsstudie gelungen, 156 verschiedene OP-Instrumente anhand eines Datensatzes von insgesamt 9.672 Bildern mit einer Top-1-Genauigkeit von 99,9 Prozent automatisiert wiederzuerkennen. Der jetzt in der Entwicklung befindliche Prototyp soll ab Herbst 2021 als Assistenzsystem in der Aufbereitungseinheit für Medizinprodukte des Charité-Campus Benjamin Franklin zur Verfügung stehen.