

Inhalt

Geleitwort	V
Executive Summary	1
1 Einleitung	3
1.1 Problemstellung der Arbeit	3
1.2 Zielsetzung und Aufbau der Arbeit	3
1.3 Methodik	4
2 Gesundheit und Telemedizin – Ausgangslage national und international	7
2.1 Begriffsentwicklung Telemedizin	7
2.2 Anwendungsbereiche im Interesse der vorliegenden Arbeit	9
2.3 Erkrankungen im Fokus des Telemonitoring	11
2.3.1 Herzerkrankungen	12
2.3.2 Diabetes mellitus	14
2.4 Einsatz und Nutzen des Telemonitoring	15
2.4.1 Wirtschaftlicher Nutzen des Telemonitoring	16
2.4.2 Medizinischer Nutzen des Telemonitoring	16
2.4.3 Der demographische Wandel	18
2.5 Der deutsche Gesundheitsmarkt	20
2.5.1 Die Teilnehmer am Gesundheitsmarkt	21
2.5.2 Alternative Versorgungsformen	30
2.6 Ausgewählte internationale Gesundheitsmärkte	34
2.6.1 Der finnische Gesundheitsmarkt	35
2.6.2 Der schwedische Gesundheitsmarkt	39
2.6.3 Der norwegische Gesundheitsmarkt	42
2.6.4 Der englische Gesundheitsmarkt	45
2.6.5 Der schweizerische Gesundheitsmarkt	49
2.6.6 Der US-amerikanische Gesundheitsmarkt	52
2.6.7 Der israelische Gesundheitsmarkt	55

3	Der Markt für Telemedizin in Deutschland	59
3.1	Industrieanalyse des Telemedizinmarktes	59
3.1.1	Branchen-Lebenszyklus	59
3.1.2	Fünf Wettbewerbskräfte	61
3.1.3	Die externe Wertkette	67
3.2	Pro und Contra Telemedizin	69
3.2.1	Pro Telemedizin	70
3.2.2	Contra Telemedizin	84
3.3	Marktteilnehmer in Deutschland	89
4	Der Markt für Telemedizin international	97
4.1	Ausgewählte internationale Telemedizinmärkte	97
4.1.1	Finnland	99
4.1.2	Schweden	103
4.1.3	Norwegen	107
4.1.4	England	110
4.1.5	Schweiz	115
4.1.6	USA	118
4.1.7	Israel	128
4.1.8	Weitere internationale Märkte	132
4.2	Entwicklungsstand der Telemedizin im internationalen Vergleich	137
4.2.1	Telemedizinische Eignung des Gesundheitssystems	137
4.2.2	Fortschrittlichkeit des nationalen eHealth Sektors	139
4.2.3	Bewertung	140
4.2.4	Deutschlands Position im internationalen Vergleich	143
5	Unternehmensstrategie in der Telemedizin	145
5.1	Erfolgsfaktoren des Telemonitoring	145
5.1.1	Erfolgreiche Dienstleistungsnetzwerke der eIndustrie	145
5.1.2	Erfolgsfaktoren im Telemonitoring	146
5.2	Porters generische Strategien	149
5.3	Die interne Wertkette	151
5.4	BCG- Matrix	152
5.5	SWOT-Analyse	154
5.6	Die Rolle der Wirtschaftlichkeitsstudien in der Telemedizin	155
6	Corporate Finance Aktivitäten	157
6.1	Überblick	157
6.2	Börsengang	158
6.3	Mergers und Acquisitions	160

6.3.1	Prozessablauf.....	160
6.3.2	Mergers and Acquisitions in der Telemedizin.....	161
6.4	Strategische Allianzen.....	163
6.4.1	Arten von strategischen Allianzen.....	163
6.4.2	Prozessablauf einer strategischen Allianz.....	163
6.4.3	Strategische Allianzen in der Telemedizin.....	164
6.5	Venture Capital.....	165
7	Bewertung von Telemedizinunternehmen	169
7.1	Börsenbasierte Multiplikatoren.....	170
7.2	Vergleichbare Transaktionen.....	173
7.3	Discounted-Cashflow Analyse.....	174
7.4	Venture Capital Modell.....	176
8	Telemedizin – quo vadis?	187
8.1	Allgemeine Einschätzung.....	187
8.2	Markttendenzen in Deutschland.....	187
8.2.1	Politik.....	188
8.2.2	Kostenträger.....	191
8.2.3	Telemedizinanbieter.....	192
8.2.4	Leistungserbringer.....	196
8.2.5	Patienten.....	197
	Literaturverzeichnis	199
	Glossar	219
	Über die Autoren	225