

## Börsen-Visite

# Big Tech im Gesundheitsmarkt: viel mehr als „Dr. Google“

Die Digitalisierung eröffnet vor allem Anbietern von datenbasierten Anwendungen und Pionieren in der Entwicklung sowie Nutzung von künstlicher Intelligenz neue, vielversprechende Geschäftsfelder im Gesundheitsmarkt. Besonders die großen Tech-Unternehmen mit ihrer Finanzstärke ermöglichen es, durch Unternehmensübernahmen oder Kooperationen innovative Produkte zur Marktreife zu führen. Für Investoren können sich daraus attraktive Renditechancen ergeben.

Der globale Gesundheitsmarkt ist etwa 10 Billionen US-Dollar groß und macht je nach Region bis zu 20 % der Wirtschaftsleistung aus. Hinzu kommt, dass der Gesundheitsmarkt überdurchschnittlich wächst: Die WHO-Prognose bis 2030 liegt bei 5,9 % p.a., im Digital-Health-Sektor ist sogar zweistelliges Wachstum zu erwarten. Dieses Potenzial wollen auch Unternehmen aus anderen Sektoren nicht mehr länger ignorieren, allen voran die großen Tech-Unternehmen.

So hat **Amazon** im Juli ein Gebot für One Medical abgegeben, einen Gesundheitsversorger, welcher digitale Dienstleistungen und Angebote vor Ort kombiniert. Mit einem Kaufpreis von 3,9 Milliarden US-Dollar ist die Transaktion die zweitgrößte Akquisition in der Geschichte des einstigen Buchhändlers. Amazon scheint der Eintritt in den Gesundheitsmarkt ernst zu sein und One Medical verfügt über weit mehr Geschäftsmöglichkeiten, als den von Amazon bereits betriebenen reinen Versand von Medikamenten.

Aber auch die anderen Tech-Giganten haben ihre eigene Strategie, um in den Gesundheitsmarkt vorzudringen. „Dr. Google“ ist fast schon ein gängiger Begriff, recherchieren doch viele Patientinnen und Patienten vor dem Arztbesuch über mögliche Indikationen und Therapiemöglichkeiten. Allerdings geht **Googles** eigener Anspruch deutlich weiter. So ist das Technologieunternehmen ebenfalls ein wichtiger Anbieter von Cloud-Lösungen für Teilnehmer des Gesundheitswesens. Spannend für Forscher sind Googles Entwicklungen im Bereich der Künstlichen Intelligenz. Zusammen mit Boehringer Ingelheim werden Anwendungsmöglichkeiten für Quantencomputer für die pharmazeutische Forschung und Entwicklung untersucht, insbesondere bei Molekulardynamik-Simulationen.

Darüber hinaus bietet **Apple** mit „Health Records“ eine Plattform für elektronische Patientenakten, die in den USA anders als in Deutschland schon Alltag in den Kliniken sind. Außerdem integriert Apple immer mehr Gesundheitsfunktionen in seine Produkte wie zum Beispiel die Möglichkeit, Sauerstoffsättigung sowie Herzfrequenz zu messen. Damit eröffnen sich dem Nutzer Möglichkeiten, die weit über die gewöhnlichen Fitness-Apps hinausgehen und etwa für die Überwachung von Herz-Kreislauf-Krankheiten sehr interessant sind.

In der Absicht, das Geschäftsmodell über den Verkauf von Softwareprodukten hinaus auszuweiten, hat **Microsoft** die Pandemie genutzt, um eine besonders gesicherte Variante seiner Teams-Plattform für telemedizinische Anwendungen an den Markt zu bringen. Mit dem Kauf von Nuance Communications, der im Frühjahr erfolgte, verfügt Microsoft über Anwendungen, welche die klinische Dokumentation automatisieren können und erschließt so neue Interessenten. In eine ähnliche Richtung geht **Oracles** Kauf von Cerner, einem der weltweit größten Anbieter von Krankenhaus-IT.

All diesen Beispielen ist eines gemein: Der Digital-Health-Markt lässt de facto kein großes Tech-Unternehmen kalt. Die Wachstumsperspektiven sind vielversprechend und ein früher Markteintritt verspricht die Möglichkeit, Geschäftsfelder rechtzeitig abzustecken. Amazon, Google, Apple & Co. zählen zu den bestkapitalisierten Unternehmen der Welt. Sie bringen genug Ressourcen mit, um den Gesundheitsmarkt proaktiv zu gestalten und den Fortschritt weiter zu beschleunigen. Für die bereits aktiven Healthcare-Unternehmen hat diese Entwicklung zwei Seiten: Zum einen treten neue, finanzkräftige Spieler in den Markt ein und erhöhen den Wettbewerb. Zum anderen besteht die Chance, Kooperationen und Partnerschaften einzugehen oder das eigene Unternehmen zu signifikanten Prämien zu verkaufen.



**Hendrik Lofruthe, Portfolio Manager Healthcare, apoAsset**

Hendrik Lofruthe, CFA, ist seit 2015 Portfolio Manager Healthcare bei apoAsset. Er gehört zum Management-Team für die globalen Gesundheitsfonds apo Medical Opportunities, apo Digital Health, apo Medical Balance und apo Emerging Health. Er verfügt über einen akademischen Abschluss als M.Sc. Finance und langjährige professionelle Investment-Erfahrung im weltweiten Gesundheitsmarkt.

Foto zum Download unter [www.apoasset.de/news-center/downloads](http://www.apoasset.de/news-center/downloads).

**Bei Fragen oder Interview-Wünschen wenden Sie sich bitte an:**

GFD – Gesellschaft für Finanzkommunikation mbH

Lars Haugwitz, Telefon: +49 (0)69 9712 47-34, E-Mail: [haugwitz@gfd-finanzkommunikation.de](mailto:haugwitz@gfd-finanzkommunikation.de)

**Über die Apo Asset Management GmbH**

Die Apo Asset Management GmbH (apoAsset) ist eine der führenden Fondsanlagegesellschaften mit den Schwerpunkten Gesundheit und Multi Asset. Sie wurde 1999 gegründet, vielfach ausgezeichnet und verwaltet zusammen mit beteiligten Unternehmen ein Anlagevermögen von rund 4,5 Milliarden Euro (Stand 30.9.2022). Das Unternehmen verfügt über ein europaweit einzigartiges Netzwerk für Gesundheits-Investments. Dazu gehören neben dem eigenen Fondsmanagement-Team auch die Beteiligung an der Medical Strategy GmbH, ein hochkarätiger wissenschaftlicher Beirat sowie die Gesellschafter Deutsche Apotheker- und Ärztebank eG (apoBank) und Deutsche Ärzteversicherung AG. [www.apoasset.de](http://www.apoasset.de)