

## Amazon als Versicherer?

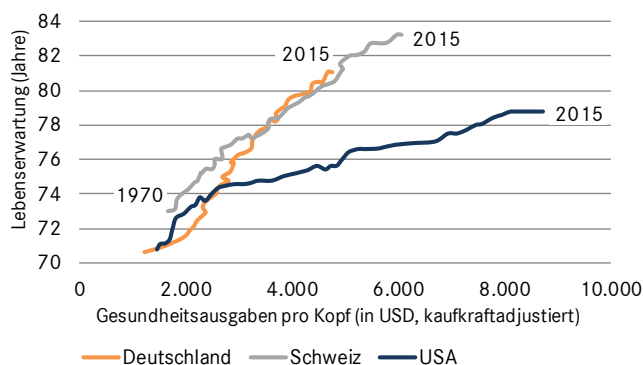
- Amazon, JP Morgan und Berkshire tun sich zusammen, um die Gesundheitsversorgung der Angestellten selbst in die Hand zu nehmen
- Potenziell schlechte Nachrichten für Versicherer, aber der Weg ist lang
- Chance und Risiko für Digital Health Unternehmen

## Unternehmen wollen Gesundheitsversorgung selbst regeln

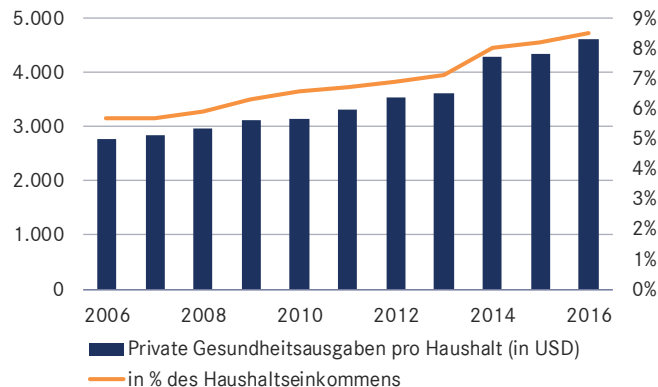
An den Gesundheitsmärkten hat in der vergangenen Woche die Meldung viel Beachtung gefunden, dass der Logistikriese Amazon sich mit der Großbank JP Morgan und der Investmentgesellschaft Berkshire von Börsenguru Warren Buffett zusammenschließen will, um die Gesundheitsversorgung der Angestellten in die eigene Hand zu nehmen. Was genau die drei Unternehmen vorhaben, ist aber nicht bekannt. Es sind kaum Details verfügbar und selbst in der Pressemitteilung geben die Beteiligten an, noch in der frühen Planung zu sein. So weiß man nicht viel mehr, als dass die drei Firmen ein neues, unabhängiges Gesundheitsunternehmen gründen wollen. Interessant ist vor allem der Kommentar, dass das Gemeinschaftsvorhaben „frei von Gewinnerzielungsabsicht“ sein soll, wodurch es sich klar von den bisherigen Angeboten privater Versicherungen unterscheiden würde. Außerdem soll die Versorgung einfacher, transparenter und günstiger erfolgen.

Die Motivation zu diesem Vorhaben ist jedoch nachvollziehbar. Denn in den USA rückt die Erschwinglichkeit einer guten Gesundheitsversorgung zunehmend in den Fokus. Die Zuzahlungen der Patienten sind in den letzten Jahren deutlich gestiegen, sowohl in absoluten Zahlen als auch relativ zum Einkommen. Die USA geben als Volkswirtschaft insgesamt deutlich mehr für Gesundheit aus als andere entwickelte Länder (18% des BIP vs. 11% in Deutschland), ohne dabei bessere Ergebnisse zu erzielen. Der Grund ist zumindest teilweise in der Struktur des amerikanischen Gesundheitssystems zu suchen, das an vielen Stellen Anreize für hohe Preise und Fallzahlen setzt. Um dieses System zu durchbrechen, wollen Amazon, JP Morgan und Berkshire nun eigene Strukturen schaffen und könnten im Erfolgsfall ihre Attraktivität als Arbeitgeber deutlich steigern.

### USA: Mehr Kosten, schlechtere Ergebnisse



### USA: Privater Anteil steigt seit Jahren



Quelle: [www.ourworldindata.org](http://www.ourworldindata.org), Bureau of Labor Statistics.

## Potenzielles Risiko für die Versicherer

So unspezifisch die Pressemitteilung von Amazon und Co. auch war, die Reaktion an den Börsen war umso eindeutiger. Denn am Tag der Bekanntgabe gaben die Aktien der US-Versicherer, Großhändler und Pharmacy Benefit Manager (PBMs, für den US Markt spezifische Dienstleister, am ehesten als Einkaufsgenossenschaft zu beschreiben) auf breiter Front nach. Sollten Amazon, JP Morgan und Berkshire ihre Absichten wirklich in die Tat umsetzen, wäre das Risiko für die Versicherer wohl am größten. Zum einen gingen ihnen in den USA gut 500.000 Angestellte dieses Konglomerats als Versicherte verloren. Zum anderen könnte das Beispiel Schule machen und auch von anderen großen Arbeitgebern kopiert werden bzw. diese könnten dem Konsortium beitreten. Aber auch die Händler und PBMs haben einiges zu verlieren, schließlich profitieren sie von den intransparenten Kostenstrukturen des amerikanischen Gesundheitssystems und ihrer Marktmacht, die ihnen erhebliche Verhandlungsvorteile gegenüber möglichen Neueinsteigern verschafft.

## Chance und Risiko für Digital Health Unternehmen

Was ein neues Versicherungs- oder Versorgungsunternehmen für Digital Health Unternehmen heißt, hängt in erster Linie von der Ausgestaltung dieses Konstrukts ab. Denn Transparenz und Effizienz sind genau die Ziele, die zahlreiche Anbieter digitaler Dienstleistungen sich gesetzt haben. Sie hätten also einiges im Angebot, was das „Trio“ gebrauchen könnte. Auf der anderen Seite kann gerade Amazon selbst mit umfangreicher Expertise im Bereich der Digitalisierung aufwarten und könnte versucht sein, selbst Lösungen zur Gestaltung des Behandlungsflusses, Datenverwaltung, etc. zu entwickeln.

## Plant Amazon noch mehr?

Unabhängig von der jüngsten Meldung wurde im letzten Jahr an den Kapitalmärkten viel darüber spekuliert, ob Amazon in nennenswertem Umfang in den Verkauf von Medikamenten einsteigen wird. Derartige Schlagzeilen wirkten sich regelmäßig negativ auf die Aktienkurse von Medikamentengroßhändlern wie Cardinal oder McKesson aus, auch wenn Amazon noch keine derartige Verlautbarung bekannt gegeben hat. Amazon bietet bereits seit Jahren medizintechnische Produkte an (z. B. für den Dentalbereich), hält sich aber beim Verkauf rezeptpflichtiger Medikamente zurück. Unter der Handelsmarke „Basic Care“ werden jedoch jetzt schon rezeptfreie Arzneimittel wie (Kopf-) Schmerztabletten oder Mittel gegen Heuschnupfen vertrieben – der nächste Schritt scheint also nicht weit entfernt. An dieser Stelle sollte jedoch nicht vergessen werden, welche Herausforderungen der Handel von Medikamenten mit sich bringt (Abrechnung, Regulierung, Einbezug von Versicherungen, Logistik, etc.). Deswegen wird es sich Amazon sicherlich zweimal überlegen, ob nicht in anderen Bereichen leichter Geld zu verdienen ist.