

Zweiter Gesundheitsmarkt

Intransparente Strukturen und enorme Volumina

Der Begriff »Zweiter Gesundheitsmarkt« ist seit der Jahrtausendwende etabliert. Gesundheitsanbieter, die Fachwelt, Verbände, Institutionen, Dienstleister, Medien und die Öffentlichkeit verwenden ihn. Gleichwohl ist die Bezeichnung aus vielen Gründen unscharf und intransparent. Was also versteht man unter einem Angebot, das früher »Wellness-Markt« hieß?

Um es vorweg zu nehmen: Es gibt keine staatliche Instanz (Bundesministerien), keine Organisation (Bundeszentralverband) und keine Institution (Universitäten), die sich dafür zuständig fühlt, das komplexe Phänomen zu klären. Folglich gibt es keine verbindliche (gesetzliche) Definition. Ganz anders als im Gesundheitswesen, das auch als »Staatliches Gesundheitssystem«, als »Gesetzliche Krankenversicherung« (GKV) und als »Erster Gesundheitsmarkt« firmiert.

Für das Gesundheitswesen sind im Bund und in den Ländern verschiedenste Ministerien und die Gesetzgebungsverfahren der Parlamente zuständig. Die Ursprünge liegen in der Bismarck'schen Sozialgesetzgebung, so dass es (politisch) Verantwortliche gibt: Das Gesundheitswesen ist ein wesentliches Element des Sozialstaats und der Daseinsvorsorge, in dem die Schulmedizin dominiert. Darüber ist viel zu hören und zu lesen. Die Rahmenbedingungen sind jedem präsent.

Das unübersehbare Regelwerk der GKV bedeutet jedoch nicht, dass die einzelnen Sektoren (Ärzte, Fachärzte, Krankenhäuser, Reha- und Pflegeeinrichtungen, Apotheken, Heilmittelerbringer etc.) kostenschonend und patientenorientiert kooperieren. Ganz im Gegenteil: Fast alle Versuche, eine integrierte Gesundheitsversorgung einzurichten, sind gescheitert. Diesbezüglich ähneln die Gesundheitsversorger dem unüberschaubaren Feld der Akteure im Zweiten Gesundheitsmarkt. Immerhin mit dem Unterschied, dass die Menschen im Gesundheitswesen mit einer gesetzlich geregelten Berufsausbildung und einer gesetzlich geregelten Berufsausübung sowie einem (meist) attraktiven Einkommen ihren Markt mit seinen Regularien sehr wohl kennen. Finanziert wird die Inanspruchnahme des gesetzlichen



Adrian W. T. Dostal

Leistungskatalogs der Krankenkassen aus den Sozialversicherungsbeiträgen. Beide Umstände führen über Umkehrschlüsse zu einer weiteren Annäherung an das Phänomen »Zweiter Gesundheitsmarkt«.

Die Anbieter auf diesem stark fragmentierten Feld müssen sich regelmäßig mit ihren Produkten und Leistungen zur Stärkung der Gesundheit, zur Vorsorge und zur Prävention in der Marktwirtschaft behaupten. Dabei sind die Markteintritts- und Austrittsbarrieren naturgemäß nicht besonders hoch. Die eher gesunden Kunden (Patienten wie im Gesundheitswesen sind selten) entscheiden sich aus freien Stücken für die Inanspruchnahme des Angebots und zahlen fast alles aus eigener Tasche bzw. Firmenkunden aus der Firmenkasse. Betriebliches Gesundheitsmanagement ist eine freiwillige Arbeitgeberleistung im Umfang von 3 bis 4 Mrd. Euro im Jahr.

Die (oft verschütteten) Wurzeln der Angebote, wobei bisweilen auch von Therapien gesprochen wird, reichen häufig Jahrhunderte zurück. Die Kleinteiligkeit dieses Markts, die laufend wechselnden zahllosen Bezeichnungen und die meist nicht gesetzlich geregelte Berufsausübung – ohne jede staatliche Subvention – führen dazu, dass der »Zweite Markt« kaum als Einheit wahrgenommen wird. Außerdem wissen viele Akteure gar nicht, dass sie diesem Markt angehören. Sie bieten ihre Wellness-, Beauty-, Wohlfühl-, Bewegungs-, Fa-

Zweiter Gesundheitsmarkt | Beschäftigte/Tätige

(einschließlich Teilzeitbeschäftigten und Zusatzausgebildeten)

Branchen/Angebotsbereiche	Anzahl (teilweise Schätzungen und Mehrfachnennungen)
(Individual) Sport	400.000
Fitness-Angebote	300.000
Relevanter Handel aller Branchen inklusive Internet-Anbieter (anteilig)	150.000
B-to-B (Produkte, Dienstleistungen inklusive Bildung und IT, Medien usw.)	100.000
Yoga-Lehrer	100.000
Wellness (oft als Kombination verschiedener Angebote) und »Beauty«	80.000
Sonstige Anbieter individueller Gesundheit	
Sonstige importierte Heilslehren/-methoden (Ayurveda, Kampo-Medizin, Shiatsu, Reiki, Hula, Feng Shui, Qigong etc.)	60.000
Markenanbieter (»MedicalWellness«, »MentalHealing«, Quantentheorie, Kinesiologie, Feldenkrais, Pilates, NLP, Präventologien, Phytotherapeutik, Orthomolekular-Therapeutik)	50.000
Ernährungsberatung, Diätberatung, Fasten	50.000
Heilpraktiker	40.000
BGM-Berater/-Anbieter	30.000
Kneippen	30.000
Traditionelle Chinesische Medizin	20.000

Quelle: Autor



Literatur

Dostal, Adrian u. Dostal, Gabriele: »**Handbuch Gesundheitsmarkt in Deutschland. Gesundheitswesen und Zweiter Gesundheitsmarkt: Zahlen. Daten. Fakten**« vollk. überarb. 4. Aufl. • CD-ROM • Vilsbiburg 2017 • 416 S. • 196 Abb. • 45 Tabellen. • ISBN 978-3-9816272-6-8 • 349,00 Euro • Lieferung als CD-ROM in DVD-Box. Papierversion und elektronisches Format auf Anfrage.

sten- und Fitnessprogramme, ihre Ernährungsberatung und ihre Lebensbegleitung im Hinblick auf Seelische Gesundheit und »Work Life Balance« oder auf die Traditionelle Chinesische Medizin (TCM) an, da sie von der positiven Wirkung ihrer Angebote und Programme überzeugt sind, wobei sie sich in selbst organisierte Ausbildungsgängen autorisieren. Wirksamkeitsanalysen für die vielseitigen Angebote sind selten (etwa 4 bis 5 % gegenüber etwa 22 bis 23 % im Gesundheitswesen), und oft auch nur in fremden Sprachen verfügbar.

Zurück zum Grundsätzlichen: Laut der jüngsten Erhebungen des Bundeswirtschaftsministeriums (BMWi) gaben die Bundesbürger 2016 stolze 432 Mrd. Euro für Produkte und Leistungen rund um ihre Gesundheit aus, von denen etwa 25 % in der ministeriellen Definition auf den »sogenannten Zweiten Gesundheitsmarkt« (111 Mrd. Euro) entfielen, wobei es in der neuen Ausgabe des Handbuchs »Deutscher Gesundheitsmarkt« unter Zugrundelegung einer erweiterten Definition des Zweiten Markts eher über 600 Mrd. Euro sind.

Hier wird Gesundheit ganzheitlich so gefasst, wie der Verbraucher das Thema individuell, also nicht nur als reine Reparaturmedizin, versteht. Damit umfasst der Zweite Markt alle genutzten Angebote, deren Inanspruchnahme die Krankenkassen nicht bezahlen. So gesehen wird das höhere Marktvolumen von über 850.000 Anbietern, vom Einzelkämpfer bis zu Klinik-Konzernen mit über 45.000 Mitarbeitern, in Summe von über 7,5 Millionen Beschäftigten, Freiberuflern, Selbständigen und nur teilweise Erwerbstätigen erbracht.

Für die Differenz von überschlägig 170 Mrd. Euro sind ebenfalls die Wirtschaftsministerien zuständig. So arbeitet das BMWi mit ei-

nem Sieben-Stufen-Modell an einer erweiterten Darstellung der Gesundheitswirtschaft (GW), die im Kernbereich (KGW) die von den Krankenversicherungen erstatteten Leistungen des Gesundheitswesens sowie im erweiterten Bereich (EGW) alle Güter und Leistungen umfasst, die »sich nach allgemeinem Verständnis positiv auf die Gesundheit auswirken«. Dabei gibt es für den schwer einzugrenzenden Zweiten Markt kaum konkrete Statistiken, so dass Vieles nur vorläufigen Charakter hat. So wird nicht erfasst, was alles im Einzelhandel an gesundheitsrelevanten Produkten abgesetzt wird. Allein dieses Volumen dürfte rund 25 Mrd. Euro betragen. Auch die hohen Ausgaben der Verbraucher im Hinblick auf Sport (z.B. Skifahren), Fitness und Bewegung treten systematisch kaum in diesem Zusammenhang auf. Dieses Volumen ist jedoch mit rund 80 Mrd. Euro zu beziffern. In den nächsten zehn Jahren wird wohl mehr Transparenz geschaffen.

In diesem Sinne fasst das Handbuch zum Beispiel TCM, Ayurveda, Yoga und die Traditionelle Tibetische Medizin als »Importierte Heilslehren, Heilmethoden und Branchen« mit etwa 2 bis 3 Mrd. Euro Umsatz als Teil des Zweiten Gesundheitsmarkts zusammen. Im Übrigen verschwimmt die Transparenz dadurch, dass die Verzahnung des Zweiten mit dem Ersten Gesundheitsmarkt wächst, wobei die Gesundheitspolitik und damit die Statistiken nur einen Teil dieser Dynamik als zusätzliche Wertschöpfung der Akteure des Gesundheitswesens erfassen. Das liegt daran, dass die klassischen Anbieter in der klassischen Krankheitsbehandlung zunehmend in den lukrativen Selbstzahlermarkt (Bezeichnung durch Mediziner mit eigenwilliger Deutungshoheit des Gesundheitsbegriffs) vordringen, während die



Von A nach B
mit !

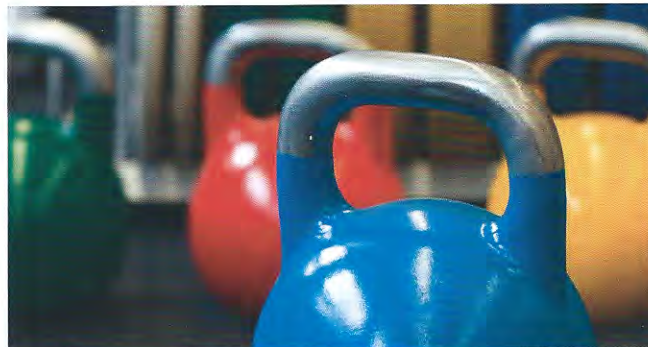
 **Wir sind Experten in Sachen Kurven.**

Unsere Ladungssicherungsmittel halten, was sie versprechen – auch bei Ausfügen in anspruchsvolles Gelände.

Egal ob Seile, Ketten, Hebebänder, Rundschlingen, Zurrmittel oder Hebezeuge – auf www.dolezych.de finden Sie neben Qualität auch immer einen erfahrenen Ansprechpartner.

Heben oder Transportieren – seit über 75 Jahren wird's sicher mit  wie Dolezych.

Dolezych
EINFACH SICHER



Ertüchtigung von Leib und Seele • Fitness, Wellness und Methoden

Anbieter im Zweiten Markt im Gegenzug von Krankenkassen geförderte Umsätze erschließen wollen (Rückenschule, Besuch im Fitness-Studio). In diesem Szenario wächst der Zweite Markt schneller als der Erste. Zudem gibt es kaum noch einen Gesundheitspolitiker, der nicht das hohe Lied der eigenverantwortlichen Gesundheitsvorsorge der Bürger singt. Freilich ohne zu ergänzen: Die Krankenkasse übernehmen im Zweiten Gesundheitsmarkt keine Kosten und die Gesundheitsministerien sind nicht zuständig. So schließt sich der Kreis.

Tatsache aber ist, dass die Vielzahl von »Gesundheiten« ohne den Zweiten Markt, der naturgemäß die individuelle Gesundheitsvorsorge der Verbraucher fokussiert, durch einen gesetzlichen Leistungskatalog kaum erschlossen, geschweige denn integriert organisiert werden kann. Die Tagespresse bestätigt dies dauernd und deutlich. ■

Adrian W.T. Dostal, Geschäftsführender Gesellschafter
dostal & partner managementberatung gmbh, Vilsbiburg