



Marktdaten 2020

Sanitätshausmarkt: 2020 war eine „Nullrunde“

THOMAS SCHWARZ, UNTERNEHMENS- UND PERSONALBERATUNG/VOLKMER MANAGEMENT

Die Volkmer Management Unternehmens- und Personalberatung hat zum zwölften Mal den sanitäts-hauszugänglichen Markt in vollumfänglicher Tiefe analysiert. Mit dieser Erhebung, die seit 2010 durchgeführt wird, stellt die Unternehmensberatung der Branche ein vollumfängliches Spiegelbild des Marktes zur Verfügung, in dem sich Sanitätshäuser bewegen. Erhoben wurden die Daten im direkten Kontakt mit Kostenträgern, Herstellern und Leistungserbringern.

In den letzten Jahren – also vor der Corona Pandemie – hat der Markt ein Umsatzzuwachs von rund drei Prozent und eine Rendite von fünf bis sechs Prozent verzeichnet. Viele Unternehmen haben von der positiven Entwicklung profitiert und sind mit diesen Erwartungen auch in die Folgejahre gegangen.

Auf Basis der Prognosewerte für 2020 entwickelte sich der Markt von der Umsatzentwicklung analog zu 2019, gleichwohl sehen wir einen stärkeren Einbruch

bei der Rendite, die sich nach unseren Erkenntnissen von sechs auf drei Prozent halbiert hat.

Dafür gibt es plausible Gründe: So konnte die Branche wegen der Pandemie bestimmte Umsätze einfach nicht erzielen, weil Kliniken und Arztpraxen teilweise geschlossen sowie Sprechzeiten eingeschränkt waren, was zu einem stark abnehmenden Patientenbesuch in Sanitätshäusern führte. Zudem gingen aufgrund der Pandemie die ansonsten anteilmäßig starken Privatanteile teilweise spürbar zurück.

Grundsätzlich spiegelt der Markt – im Vergleich zu 2019 – im Jahr 2020 ein Nullwachstum wider. Gleichzeitig ist aber auch eine Spreizung der Umsatz- wie auch der Renditeentwicklung zu erkennen.

Das ist zum einen abhängig von der Ausrichtung des Unternehmens. Je nach Unternehmensmodell wirkt sich die Pandemie unterschiedlich aus. Auf der einen Seite haben Ausschreibungsgewinner oft die regionale Marktbearbeitung vernachlässigt, weshalb sie mit größeren Umsatzeinbußen rechnen müssen. Und ein Sanitätshaus mit vielen Filialen

neben Ärzten, welche geschlossen haben, verzeichnet entsprechend weniger Umsatz.

Auf der anderen Seite sehen wir Unternehmen mit größerer Reha-Abteilung und Homecare-Bereich, die eine stärkere Nachfrage nach Produkten und eine entsprechend positive Umsatzentwicklung verzeichnen. Wer die Aufgabe annimmt und im Sinne eines Unternehmers agiert, hat bessere Zahlen als derjenige, der sich der Situation einfach so hingibt.

Unterschiedliche Geschäftsentwicklungen

Durch die potenziell starke Abhängigkeit von geschlossenen Arztpraxen war der Sanitätsfachhandel mit am stärksten betroffen. Weniger Patienten und Anwender kamen ins Sanitätshaus. Die Versorgungsbereiche „Kompression“, „Bandagen“ und „Brustprothetik“ wurden dabei sehr stark in Mitleidenschaft gezogen. Auch bei den Einlagen verzeichnete der Sanitätshausfachhandel einen stärkeren Rückgang. Das führt dazu, dass die Sanitätshäuser die „Verlierer“ der Pandemie sind. Zudem beobachten wir, dass die Patienten aufgrund von Kurzarbeit, schlechter



Foto: Volkmer Management

Thomas Schwarz.

wirtschaftlicher Prognosen und allgemeiner Verunsicherung im letzten Jahr dazu neigten, weniger Privatanteile zu übernehmen.

In der Orthopädieschuhtechnik ist das Einlagensegment stark betroffen – trotz Erleichterungen vonseiten des GKV-Spitzenverbandes, der Maßschuhbereich dagegen weniger.

Die Orthopädietechnik war in 2020 weniger stark betroffen. Operationen in Kliniken wurden teilweise durchgeführt. Jetzt stellen wir fest, dass auch immer weniger Patienten operiert werden möchten. Wer ein gutes Versorgungsmanagement in seinem Unternehmen implementiert hat, ist aktuell mit weniger Umsatzrückgängen konfrontiert als andere.

In der Rehathechnik gab es weniger Umsatzrückgänge als beispielsweise im Sanitätsfachhandel. Die Produkte der Rehathechnik für den Pflegebereich zu Hause waren auch in der Pandemie gefragt, was den Umsatz grundsätzlich mitunterstützt hat.

Auch der Care-Bereich war weitestgehend weniger betroffen. Egal ob es Corona gibt oder nicht, jeder der inkontinent ist, benötigt täglich aufsaugende Produkte.

Gewinner und Verlierer im Markt

Gewinner sind grundsätzlich diejenigen, die sich der Aufgabe angenommen haben, sich auch in der schwierigen Pandemie-Situation zurechtzufinden. Auch wenn es nicht einfach ist – man muss sich dieser Herausforderung stellen. Dabei rücken drei zentrale Herausforderungen in den Mittelpunkt:

- Liquidität sichern
- Sichtbar bleiben
- Führung zeigen

Liquidität sichern

Die Geschäftsleitungen waren viel stärker mit Liquiditätsproblemen konfrontiert, als sie wahrhaben wollten. Viele haben verstanden, dass Liquidität mit einem starken Kontakt zu den Banken sowie einer Suche nach geeigneten Refinanzierungs- und Fördermöglichkeiten auch erfolgreich gestaltbar ist.

Sichtbar bleiben

Unternehmen müssen sichtbar bleiben. Gegenüber Anwendern, Mittelern und Kostenträgern sollte die Geschäftstätigkeit aufrechterhalten bleiben. Durch die Sichtbarkeit wurden aktive Zeichen gesetzt, dass die Unternehmen als systemrelevante Instanzen mit einer ambulanten Versorgung zur Unterstützung für Mittler und Patienten da sind.

Führung zeigen

Ohne Führung ist kein erfolgreiches Unternehmen gestaltbar. Führung war in der schwierigen Zeit sehr wichtig. Die Mitarbeiter mussten mit Blick auf die täglichen Herausforderungen abgeholt und schwierige Themen wie Kurzarbeit kommuniziert werden. Die Sicherheit der Mitarbeiter musste gegeben sein, Verunsicherung galt es abzubauen. Das Gefühl musste gegeben werden, dass die Unternehmen alle Mitarbeiter brauchen und sie mit Sicherheit durch die Pandemiezeit bringen.

Unternehmen, die sich nicht offen der Herausforderung in 2020 gestellt haben und aktiv nach Lösungen gesucht haben, zählen dagegen eher zu den Verlierern.

Die Entwicklungen in den kommenden zwei Jahren

Viele Unternehmen im Markt haben nach unserer Einschätzung keinen Tatbestand der Insolvenz. Das heißt, dass die meisten Unternehmen so weiterarbeiten werden wie bisher. Die Unternehmen sollten die Erfahrungen als Blaupause für die Zukunft nutzen, um zu wissen, wie man mit ähnlichen Herausforderungen umgehen muss.

Es wird weiter ein demografisches Wachstum geben, es wird eine weitere Bürokratisierung geben, was kleinen Unternehmen das Leben nicht leichter macht. Die Unternehmen werden in Zukunft mit einem höheren Zeit- und Kostenaufwand konfrontiert sein. In den nächsten Jahren wird das Thema „Digitalisierung“ die Unternehmen stärker unter Druck setzen. Gleichzeitig müssen bestimmte Standards über gesetz-

liche Regularien eingehalten werden – Stichwort MDR.

Die Digitalisierung von Geschäftsprozessen hält in allen Unternehmensbereichen vermehrt Einzug – in der Verwaltung, Produktion und Logistik sowie im Marketing/Vertrieb. Zentrales Ziel ist es, Prozessdurchläufe zu optimieren und auch mehr Vorgänge zu bearbeiten.

Hierzu muss geübt werden, wie sich die neue Technik in den Prozess einfügt und diesen auch optimiert. Wer diese Entwicklung verschläft, wird zukünftig an Marktrelevanz einbüßen.

Apotheken als starke Wettbewerber für das Sanitätshaus

Ein bekannter Wettbewerber ist wieder in unser Bewusstsein gerückt: die Apotheken. Diese machen zwischenzeitlich einen Hilfsmittelumsatz von über 600 Mio. Euro p.a.

Von den knapp 20.000 Apotheken haben sich vor allem Apothekenketten, die ca. 40 Prozent der Apotheken aus-

machen, dem Thema Hilfsmittel angenommen. Für diese stellt die Hilfsmittelrezeptabrechnung auch keine große Problematik dar. Dies ist umso bedenklicher, da die Kundenbindung und Kundennähe durch die Anzahl der Standorte an eine Apotheke in der Regel intensiver ist, als die zu einem Sanitätshaus.

Auch im Bereich der Einlagen gibt es eine Entwicklung von Start-up-Unternehmen, welche in Zukunft potenzielle Wettbewerber für den sanitätshauszugänglichen Markt darstellen können.

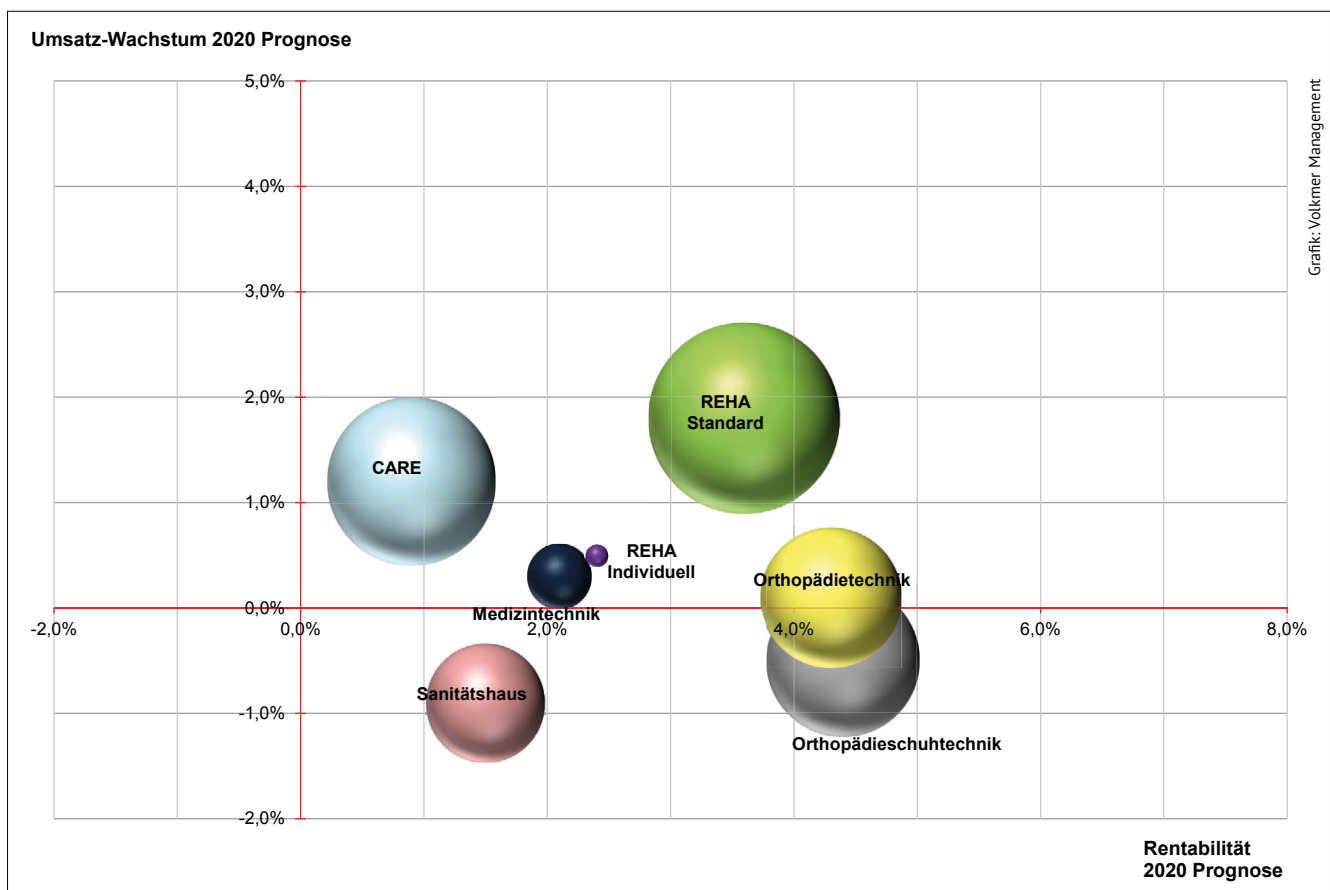
Fazit: Chancen für die Sanitätshäuser in der Zukunft

Durch die verstärkte Sichtbarkeit bei Ärzten und Patienten muss die Branche zeigen, dass der sanitätshauszugängliche Markt ein lebenswichtiger Bereich für alle Menschen ist. Es geht um die Schaffung eines Bewusstseins dafür, welche Leistungen in Sanitätshäusern erbracht werden. Das muss sowohl bei Ärzten als auch Patienten ankommen.

Die Digitalisierung lässt sich nicht mehr aufhalten – mit allem, was dazugehört. Entweder man springt auf den Zug auf oder man verliert eine große Chance, die Unternehmen in eine sichere Zukunft zu führen.

Die Unternehmen müssen sich weiter damit beschäftigen, ein attraktiver Arbeitgeber zu sein. Das Thema ist nicht neu, der Fachkräftemangel ist da. Die Aufgabe ist nun, engagierten Mitarbeitern eine attraktive Möglichkeit zu bieten, ihr Potenzial voll zu entfalten. Bestehende Prozesse sollten hinterfragt werden, um so Abläufe im Unternehmen zu verschlanken.

Eine Krise ist auch immer eine Chance. Die aktuelle Situation gibt uns die Möglichkeit, alte Trampelpfade zu verlassen und neue Wege zu gehen. Unternehmen sollten sich mutiger zeigen, Dinge auszuprobieren. Diejenigen, die neue Wege gehen, werden zwar Niederlagen erleben, aber eben auch positive Erkenntnisse für eine erfolgreiche Zukunft erlangen. <



Marktdaten gesamt – alle strategischen Geschäftseinheiten 2020.