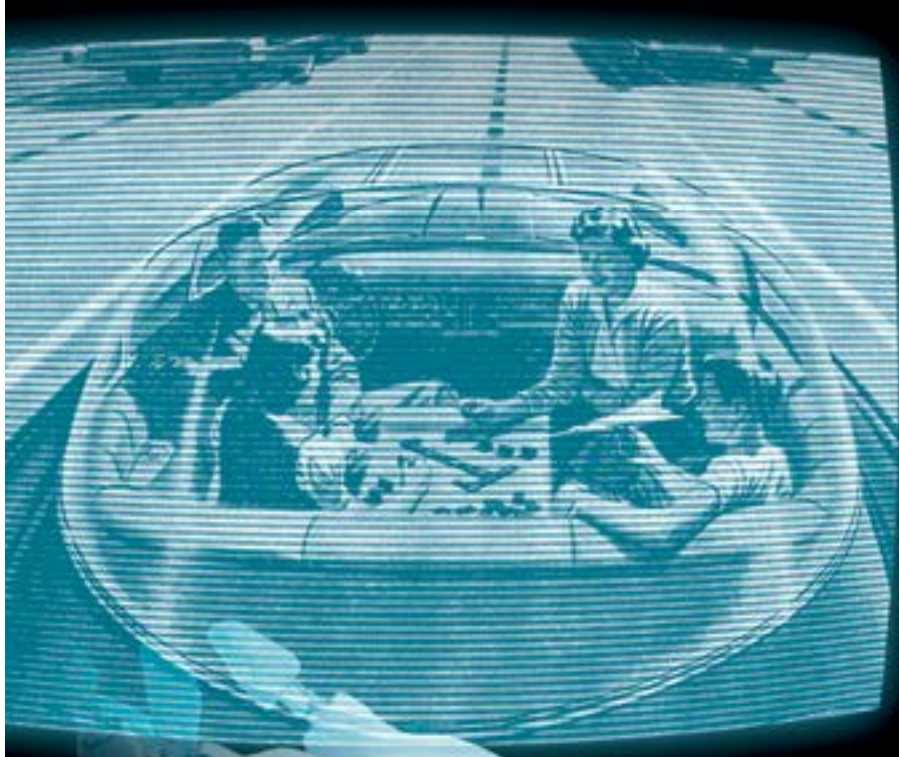


Betriebs  
Kranken  
Kassen

Magazin für Politik, Recht und  
Gesundheit im Unternehmen



# Automotive Health

## ■ MORBI-RSA

Der technische Kern der solidarischen Krankenversicherung soll nicht Strategien überlassen werden, die zu Wettbewerbsverzerrungen führen.

## ■ ROLLING PHONES

Das Auto neu denken und zum Ort für Telemedizin machen. Die Audi BKK als strategischer Partner der AUDI AG.

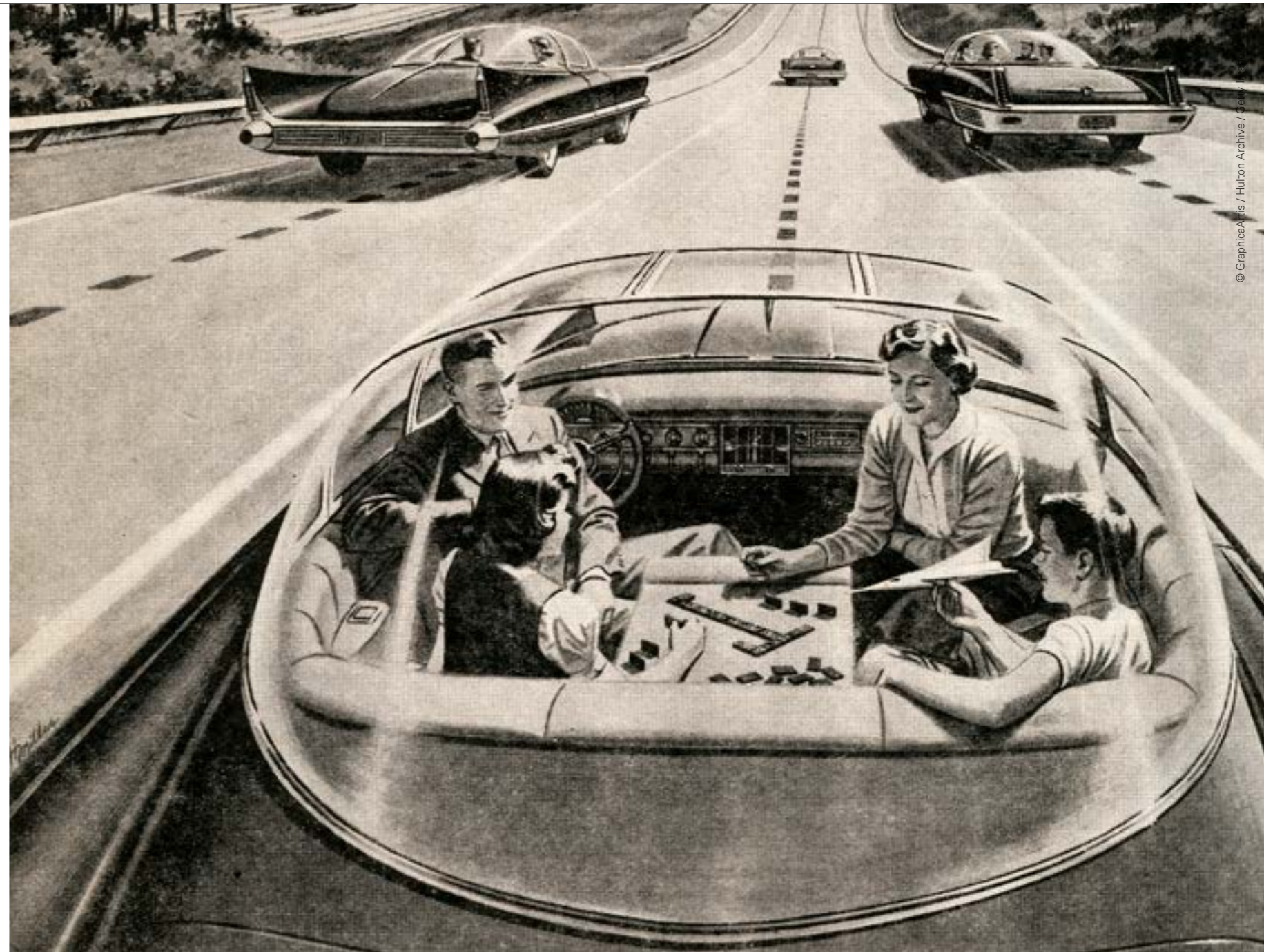


AUTOMOTIVE HEALTH

# ROLLING PHONES

Von Stefan Lummer

Die Potenziale von Mobile Health und zusätzlicher, aggregierter Gesundheitsdaten sind immens. Ob Deutschland beim Tempo der weltweiten Entwicklung mithalten kann, wird davon abhängen, ob es dem Gesetzgeber und den Krankenkassen gelingt, einen geeigneten Rahmen für digitale Gesundheitsangebote zu schaffen. Eine entscheidende Inspiration für die Wegbereiter in den Vorstandsetagen der Betriebskrankenkassen haben wir in Bayern in einer Region gefunden, die man im politischen Theaterdonner aus München leicht übersieht. Ein Fehler. Denn die AUDI AG und die Betriebskrankenkasse des Unternehmens, die Audi BKK, sind ein gut eingespieltes Team, wenn es darum geht, strategisches Potenzial zu heben. 1957 haben die Zeichner im selbstfahrenden Auto der Zukunft eine Familie beim Brettspiel gesehen. Wir sehen 60 Jahre später Schrittmacher in einer digitalen Transformation unserer Mobilität und unseres Gesundheitssystems.



Die AUDI AG ist innovativ in der Frage „Wie denken wir das Auto neu?“ Und der Autokonzern zieht unmittelbaren Nutzen daraus, seine eigene Betriebskrankenkasse zu haben. Das Management schöpft aus dieser Quelle Wissen, das strategisch relevant ist: Wie nutzen wir künftig die Zeit im Auto, uns um unsere Gesundheit zu kümmern? „Gesundheit und Fitness rücken immer stärker in unser tägliches Bewusstsein. Mit dem vollnetzten Automobil schaffen wir Raum und Zeit, diesem Wunsch auch während der Fahrt nachzukommen“, sagt Dietmar Voggenreiter, Vorstand für Vertrieb und Marketing der AUDI AG. „Automotive Health ist ein hervorragender Beleg dafür, welche Möglichkeiten uns die Digitalisierung eröffnet.“

» Eine Basis der Datenrevolution besteht darin, dass wir immer mehr und komplexere Daten kostengünstig erfassen und für die Analytik verfügbar machen können. «

**Prof. Dr. Jens Lehmann, Fraunhofer-Institut für Intelligente Analyse- und Informationssysteme IAIS**

AUDI AG und Audi BKK gehen konsequente Schritte in diese Richtung: Bereits im Sommer ist die AUDI AG als Gründungspartner mit der Berliner Start-up-Manufaktur FLYING HEALTH Incubator von Dr. med. Markus Müschenich zusammengekommen, der im Herzen Berlins Start-ups der digitalen Medizin in ein exklusives Umfeld führt. Im Herbst 2016 konnten Sie in diesem Magazin vorab einen Auszug aus dem Buch lesen, das Dr. Müschenich gemeinsam mit Jens Spahn und Prof. Debatin geschrieben hat: „App vom Arzt“ (Ausgabe 5 | 2016). In unserem Interview ab Seite 30 betont Dr. Müschenich, dass eine Betriebskrankenkasse Teil des Entwicklungsstrategie-Inputs eines Unternehmens ist: „Die entscheidende Intelligenzleistung der Produktentwicklung und des ‚market access‘ ist: Wie kann ich mein Produkt mit dem Thema Gesundheit verbinden?“

Im FLYING HEALTH Incubator trifft die AUDI AG in der Hauptstadt auf Entscheider aus der Gründerszene und dem Gesundheitswesen. Gemeinsam wollen die Partner frühzeitig Trends, technische Lösungen und Geschäftsmodelle im Digital Health Market identifizieren. Die AUDI AG will neue Ansätze zum Monitoring von Fitness und Gesundheit in die laufenden Entwicklungsprojekte der Marke integrieren und damit den Aufbau des neuen Geschäftsfelds Automotive Health beschleunigen, dem positiven Beeinflussen von Gesundheit und Fitness während der Fahrt. Mit „Audi Fit Driver“ erprobt die Marke bereits innovative Services und Funktionalitäten in diesem Bereich. Ziel: Der Fahrer soll entspannter und fitter am Ziel ankommen, als er eingestiegen ist. Audi hat bereits erste Konzeptfahrzeuge im Einsatz. Die Sensorik des Autos erfasst zusammen mit einer Smartwatch die Vitaldaten des Fahrers. Das Fahrzeug reagiert auf den Fahrer: belebend, entspannend oder schützend. Mit entsprechender Klimatisierung, Veränderung der Innenbeleuchtung, adaptivem Infotainment oder in einer späteren Ausbaustufe mit einem pilotierten Nothalt. „Automotive Health ist ein hervorragender Beleg dafür, welche Möglichkeiten uns die

Digitalisierung eröffnet“, so AUDI-Vorstand Voggenreiter. Auch Gerhard Fuchs, Vorstandsvorsitzender der Audi BKK, erkennt die Chancen und hat die richtigen Managemententscheidungen getroffen: „Wir sind gut aufgestellt, denn die Audi BKK hat einen Digitalisierungsbeauftragten, wir haben ein Digitalisierungskonzept erstellt und wir wissen durch unsere Digitalisierungsstrategie 2020 ziemlich genau, wo wir in naher Zukunft hinwollen.“

Die nahe Zukunft wird das Auto verändern. Die Manager der Autokonzerne arbeiten gerade mit den besten Köpfen daran, weltweites Wissen zu einem neuen Verständnis des mobilen Lebens zu bündeln. Ein Automobil wird weit mehr können, als uns mobil zu machen. Schon jetzt kann ein Auto mit der Außenwelt kommunizieren. Der Mercedes-Prototyp für autonomes Fahren signalisiert Fußgängern, dass er sie „gesehen“ hat mit optischen Signalen der Front-Leuchtbänder. Bei der AUDI AG kann das Auto demnächst zur rollenden Wetterstation werden. Es gibt bereits Sensoren, die Regen oder Schneefall präzise messen, um die Scheibenwischer automatisch zu regulieren. Die Techniker wollen das Auto digital vernetzen, denn die dadurch generierten Daten könnten dazu beitragen, eine deutschlandweit hochpräzise Wetterlandkarte zu erstellen. Kann uns das Auto auch gesünder machen?

Falls autonomes Fahren zur Norm wird – und das könnte schon zum Ende des Jahrzehnts in greifbarer Nähe sein –, dann verfügt der Fahrer über mehr Zeit. Er kann das Auto als Büro nutzen oder seine freie Zeit mit zahlreichen Kommunikations- und Entertainment-Angeboten verbringen. „Das Auto wird zu einem rollenden Smartphone“, sagt Prof. Jens Lehmann, Lead Scientist am Fraunhofer-Institut für Intelligente Analyse- und Informationssysteme IAIS bei einer Veranstaltung der AUDI AG. In der Abteilung Knowledge Discovery, die mit Big Data Analytics große und heterogene digitale Datenbestände intelligent

verarbeitet, entwickelt Lehmann Analysemethoden für Wirtschaft und Forschung weiter. Seine Schwerpunkte am Institut sind Maschinelles Lernen und Geospatial Data Engineering. Sein Credo: Das Erfolgsrezept eines Autokonzerns in der digitalen Transformation ist, die richtigen Kooperationen einzugehen.

Die AUDI AG hat mit der Audi BKK einen Partner, der Teil der Unternehmens-DNA ist. In Ingolstadt hat die Betriebskrankenkasse die digitale Vernetzung weit vorangetrieben mit beeindruckenden Ergebnissen für eine bessere Versorgung der Patienten. Gerhard Fuchs, Vorstandsvorsitzender der Audi BKK, macht im Interview (siehe Seite 24) auch klar, dass konkrete und brauchbare Lösungen für das selbstfahrende Auto bereits verfügbar sind. Gerhard Fuchs sieht Gesunde, die Präventions-Apps nutzen oder den Besuch im Sportstudio am Zielort buchen; Patienten mit chronischen Krankheiten, die ihre Werte messen und sich die Blutdruckwerte ansehen oder Diagramme ihres Blutzuckerspiegels. „Es braucht ja auch Zeit, sich die Veränderungen des Blutzuckerspiegels beim Essen, während der Arbeit und beim Sport bewusst zu machen und damit die eigene Krankheit besser in den Griff zu kriegen. Selbst Gesundheitsbildung könnte man während der Fahrt betreiben und sich einen Film zur Krankheit ansehen“, sagt Fuchs. Damit stehen wir jetzt ganz dicht vor der Frage nach der Telesprechstunde während einer Autofahrt von Berlin nach München. Die Online-Sprechstunde mit hohen Sperrzäunen zu verhindern oder sie zügig nutzen und damit Wertschöpfung in Deutschland zu halten – an dieser Frage könnten die Ärztefunktionäre ebenso grandios scheitern wie die Lordsiegelbewahrer der Apothekerlobby. Oder eben nicht. „Digitalisierung ist nicht mehr aufhaltbar. Die entscheidende Frage ist: Schafft es das deutsche Gesundheitssystem, die Gesundheitsdienstleistung in Deutschland zu halten?“ Mischenich stellt im Interview in diesem Magazin die entscheidende Systemfrage: „Wenn das Gesundheitssystem in Deutschland nicht hellwach ist, kommt es zu einem

Abwandern der primärmedizinischen Dienstleistung. Ein Teil der 600 Mio. Arztkontakte im Jahr wird dann nicht mehr mit deutschen Ärzten stattfinden.“

Betriebskrankenkassen wie die Audi BKK haben die Frage, ob sie Player oder nur Payer sein wollen, bereits entschieden: Die Digitalisierung wird getriggert werden durch Krankenkassen. Dies ist die Prognose des Gründers des FLYING HEALTH Incubators, Dr. Markus Mischenich: „Wenn der Gesetzgeber eine Ziffer für eine Online-Sprechstunde schafft, werden auch die Nutzer-Zahlen hochgehen. Aber der Treiber wird die erste Krankenkasse sein, die eine vernünftige Vergütung für digitale Themen zahlt.“ ■

#### **PROFESSOR JENS LEHMANN**

Prof. Dr. Jens Lehmann ist Lead Scientist am Fraunhofer-Institut für Intelligente Analyse- und Informationssysteme IAIS. In der Abteilung Knowledge Discovery, die mit Big Data Analytics große und heterogene digitale Datenbestände intelligent verarbeitet, entwickelt er Analysemethoden für Wirtschaft und Forschung weiter. Lehmanns Schwerpunkte am Institut sind Maschinelles Lernen, Question and Answering und Geospatial Data Engineering. Zugleich ist er Professor »Data Engineering« am Institut für Informatik der Universität Bonn.

BETRIEBSKRANKENKASSEN

# SIE HABEN INTERESSE AN DIESEM MAGAZIN?

---

Alle zwei Monate erscheint unser Magazin für Politik, Recht und Gesundheit im Unternehmen in gedruckter Form. Auf unserer Online Plattform [www.bkk-dachverband.de](http://www.bkk-dachverband.de) finden Sie ausgewählte Artikel der einzelnen Ausgaben.

Sollten Sie Interesse an der vollständigen Printausgabe haben, können Sie diese kostenlos bei uns anfordern.



**VOLLSTÄNDIGE AUSGABE KOSTENLOS ANFORDERN:**

[www.bkk-dachverband.de/bkkmagazinkontakt](http://www.bkk-dachverband.de/bkkmagazinkontakt)

Stefan Lummer

[stefan.lummer@bkk-dv.de](mailto:stefan.lummer@bkk-dv.de)

+49 30 2700 406 303

---