

Therapien von der Kette

von Philipp Grätzel von Grätz (Berlin)

Nach Optikern, Zahnärzten und Apothekern gründen nun auch ambulante Therapeuten Filialsysteme - zum Ärger der Etablierten.

Jahrelang hat das mittelständische IT-Unternehmen Dr. Hein versucht, seine Plattform für die Telebetreuung chronisch Kranker zu verkaufen. Physiotherapeuten und Logopäden können mit diesem System Übungen auf den Fernseher der Patienten spielen und die Patienten dadurch intensiver betreuen. Der Hauptnutzen: Die Therapeuten könnten durch die elektronisch angeleiteten Übungen wesentlich mehr Patienten betreuen als in klassischen Einzelsitzungen - und so mehr verdienen.

Allein: Der Erfolg der Plattform blieb aus. Anfang des Jahres änderte das Nürnberger Unternehmen deswegen die Strategie. Seither gründet Dr. Hein eigene Therapiezentren in Nürnberg, in Ingolstadt, in weiteren bayrischen Städten und demnächst in Berlin, um die Technik gewinnbringend einzusetzen. Geplant ist ein bundesweites Netz mit "Dr. Hein Therapiezentren". Fraglich ist allerdings noch, ob die Praxen langfristig als eigene Filialen oder in einem Franchisemodell errichtet werden. "Wir haben damit eine Verhandlungshürde aus dem Weg geräumt und wurden schlagartig als Vertragspartner für Krankenkassen interessant", sagt Geschäftsführer Robert Setz. Mit Siemens BKK schloss Dr. Hein bereits einen extrabudgetären Versorgungsvertrag für Schlaganfallpatienten ab. Weitere sollen folgen.

Optikerketten als Vorbild

Damit entstehen nun auch im Markt für ambulante Therapien erste Praxisketten. Mit einem Gesamtumsatz von rund 4,5 Mrd. Euro im Jahr 2006 ist der sogenannte Heilmittelmarkt attraktiv, rund 98 Prozent aller Therapien werden direkt von den gesetzlichen und privaten Krankenversicherungen und der Unfallversicherung übernommen. Vorbild für die neuen Ketten sind die erfolgreichen Optikerketten und erste Zusammenschlüsse im Zahnarzt- und Apothekenmarkt. "Grundsätzlich sind solche Zusammenschlüsse für jede ärztliche Behandlung vorstellbar", sagt der Gesundheitsökonom Jürgen Wasem. Über ein gemeinsames Auftreten am Markt und einheitliche Qualitätskriterien könnten sich in den einzelnen Märkten Marken etablieren.

Unter einem gemeinsamen Dach betreibt beispielsweise Novotergum aus Mülheim/Ruhr ein Netz aus Physiotherapiepraxen. Derzeit führt das Unternehmen 28 eigene Therapiezentren vor allem in Nordrhein-Westfalen, 2007 soll der Umsatz bei 13 Mio. Euro liegen. Behandelt wird auf Rezept und im Rahmen von Verträgen zur integrierten Versorgung, die Novotergum mit der Deutschen Angestellten Krankenkasse und mit mehreren Betriebskrankenkassen abgeschlossen hat. "Wir wollen in den nächsten Jahren ein bundesweites Netz mit einer dreistelligen Zahl an Filialen aufbauen", sagt Novotergum-Vorstand Jochen Roeser.

Auf heftigen Widerstand stoßen die Zusammenschlüsse bei den zuständigen Berufsverbänden. "Wir haben gegen diese Entwicklung rechtlich keine Handhabe, aber dabei bleiben die Einzelpraxen auf der Strecke. Das ist genau wie bei den Einkaufszentren", klagt Ursula Cüppers-Böhle, stellvertretende Geschäftsführerin des Zentralverbands der Physiotherapeuten und Krankengymnasten, der die rund 33.000 Therapeuten in ambulanten Praxen vertritt.

6

Trend zur Kettenbildung

Um die Praxisketten rentabel zu führen, wollen die neuen Ketten die Zahl der behandelten Patienten pro Therapeut erhöhen. Sowohl Novotergum als auch Dr. Hein setzen dazu auf Technik. Die Novotergum-Praxen ähneln Fitnessstudios, in denen die Patienten ein individuelles Geräteprogramm zur Therapie bei chronischen Rückenbeschwerden erwartet. Ähnliche Programme für Knie- und Hüftgelenksbeschwerden sind im Testbetrieb. "Patienten und Krankenkassen können damit sicher sein, dass sie eine nachgewiesene effektive Therapie erhalten", sagt Roeser. Umgekehrt könne ein Therapeut dank der Geräteunterstützung drei Patienten parallel betreuen, was die Marge erhöhe. Auf solche Skaleneffekte setzt auch Dr. Hein bei seinen Zentren: Mit der Telemedizinplattform können chronisch Kranke beispielsweise in Pflegeheimen gruppenweise betreut werden.

Allerdings müssen sich die Geschäftsmodelle der Therapieketten auch rechnen. Und der Aufbau ist teuer: Bei Novotergum rechnen die Investoren, zu denen auch ein ehemaliger Spitzenmanager der Firma Aldi gehört, mit rund 10 Mio. Euro. Vorstand Roeser ist überzeugt, dass das Geld gut angelegt ist: "Der Trend zur Kettenbildung ist einfach da. Die Optiker haben es vorgemacht. Die privaten Klinikketten machen es nach, und andere Gesundheitsberufe folgen."