



---

# gfu Insights & Trends

2. September 2020

Welcome / Willkommen



---

# **Digitale Gesundheitsprävention: Impulse & Zukunftsperspektiven in einer post-Corona Welt**

Marco Bühler

Geschäftsführender Gesellschafter

Beurer GmbH, Ulm

**beurer**

A dramatic, stormy sea under a dark, lightning-filled sky. The water is turbulent with white foam, and the sky is filled with dark, heavy clouds and bright, jagged lightning bolts. The overall mood is one of intense danger and unpredictability.

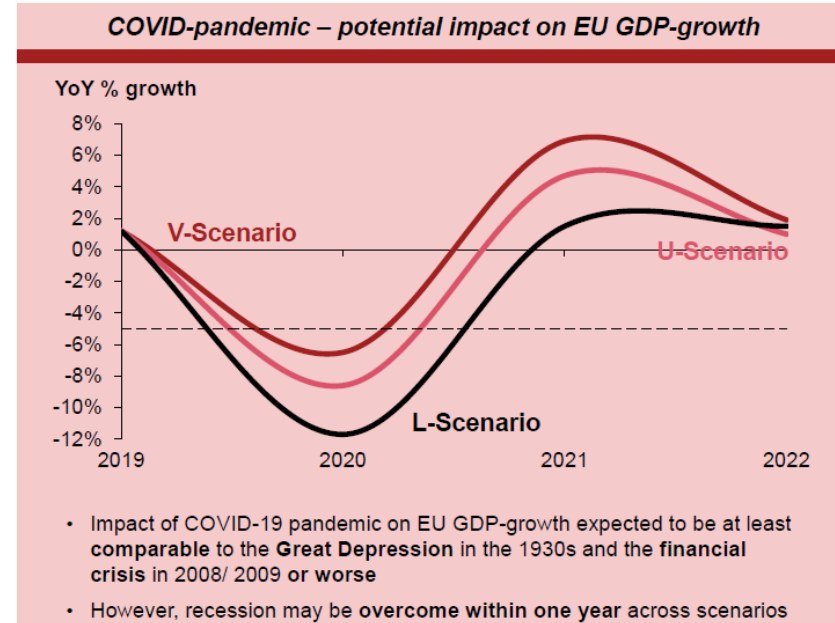
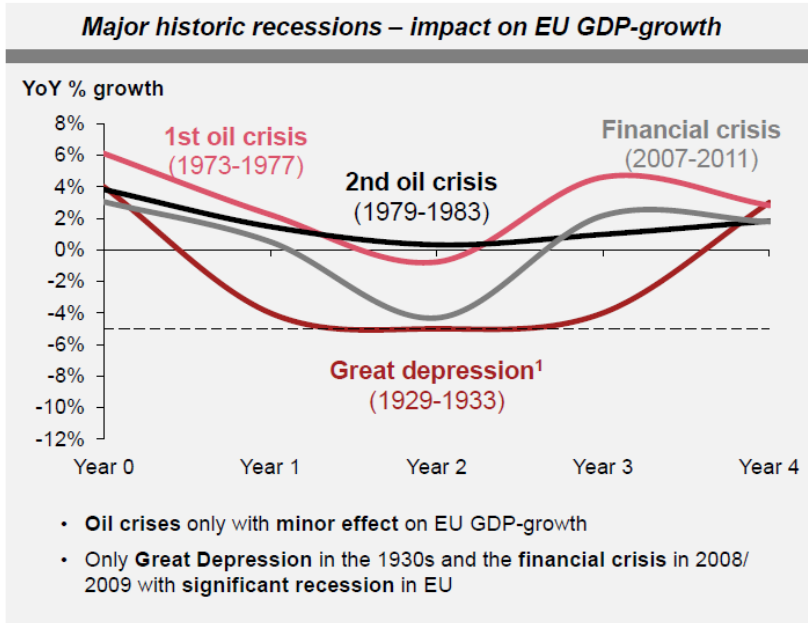
**COVID 19 -  
Der Sturm, den  
niemand kommen sah**

# Studie Economic Impact (PWC 6/2020)



Eine weltweite Studie zeigt, dass die COVID-19-Pandemie zu einer der schwersten Wirtschaftskrisen der modernen Geschichte führen könnte.

## Real global GDP growth (%)

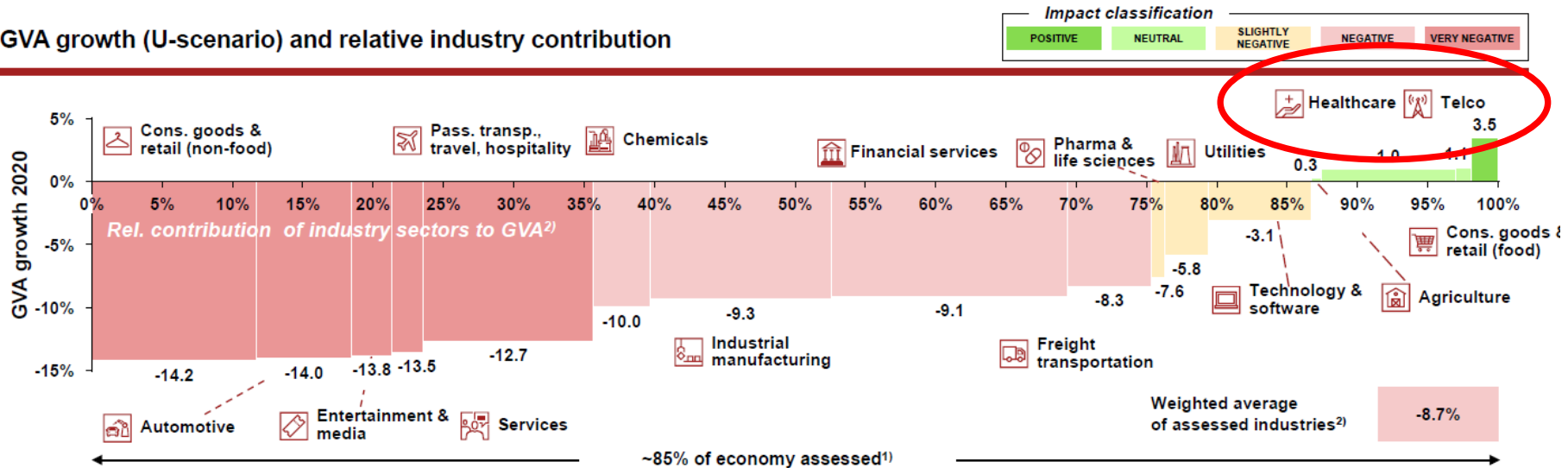


# Industrien im Vergleich (PWC 6/2020)



**Healthcare, Lebensmittel und Telco sind als einzige Industrien positiv aus der Krise gekommen.**

GVA growth (U-scenario) and relative industry contribution



# Konsumenten-Studie (Deloitte 05/2020)



## Consumer concerns

Health and safety vs. financial well-being

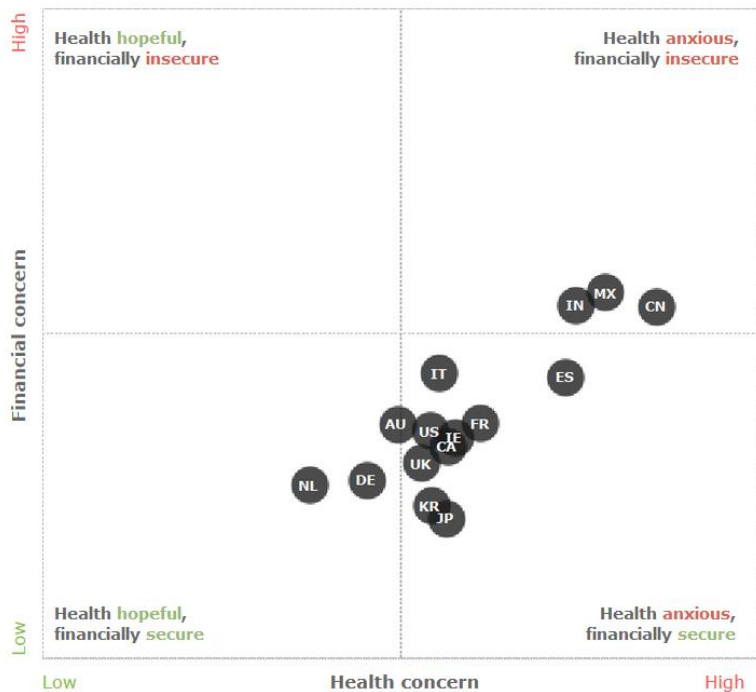
Filter by: Country

Age group

Survey date



### Health and financial matrix



### Health concerns



I'm concerned about my physical well-being.

**54%** ↓



I'm concerned about the health of my family.

**65%** ↓

### Financial concerns



I'm concerned about making upcoming payments.

**30%** ↑



I'm delaying large purchases.

**43%** ↓



# Short Term Consumer Reaction



**Phase I: Panikmodus.**

**=> Eindeckung mit Lebensmitteln  
und Pandemieprodukten**

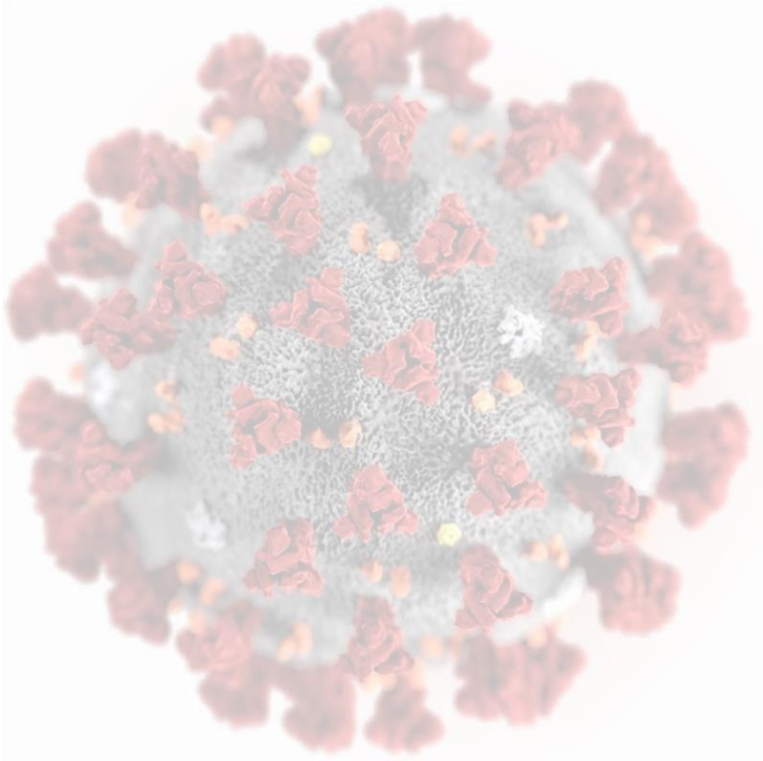
(Umsatz Beurer März-Mai 2020 vs. 2019)

|                       |               |
|-----------------------|---------------|
| <b>Thermometer</b>    | <b>+ 125%</b> |
| <b>Pulsoximeter</b>   | <b>+ 210%</b> |
| <b>Luftreiniger</b>   | <b>+ 140%</b> |
| <b>Gesichtsmasken</b> | <b>neu</b>    |

**SOLD OUT**

**SOLD OUT**

**SOLD OUT**



# Mid Term Consumer Reaction

---



**Phase II: Lockdown.**

**=> Cocooning & Home Fitness**

(Umsatz Beurer April-Juli 20 vs. 2019)



|                            |              |
|----------------------------|--------------|
| <b>Mani-/Pediküre</b>      | <b>+ 45%</b> |
| <b>Haar-/Bartschneider</b> | <b>+ 84%</b> |
| <b>EMS Hometraining</b>    | <b>+ 61%</b> |
| <b>Personenwaagen</b>      | <b>+ 27%</b> |



# Long Term Consumer Reaction



## Phase III: Adaption.

**COVID-19 hat das Bewusstsein über die Bedeutung der Gesundheitsvorsorge in den Köpfen verankert.**

**Vor allem Risikopatienten mit Vorerkrankungen werden sich verstärkt kümmern um Monitoring und Prävention.**



# Digitale Gesundheitsvorsorge

---



**Die Gesundheitsvorsorge  
der Zukunft muss**

- **Ganzheitlich,**
- **Vernetzt,**
- **Digital**

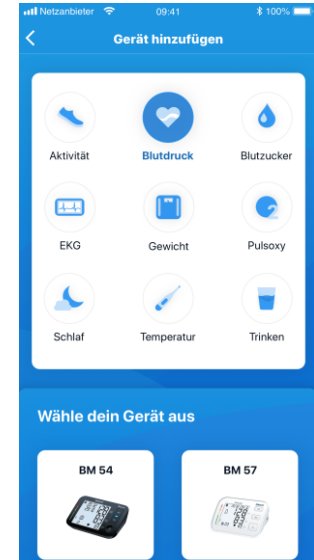
**sein.**



# Multisensorische Gesundheitsvorsorge



Der "beurer HealthManager Pro" vernetzt erstmalig alle wesentlichen Gesundheits-Parameter, die zu Hause erfasst werden können.



# Jetzt ist die Zeit zu vernetzen



**Erst in der Kommunikation mit den Akteuren des Gesundheitswesens entsteht der entscheidende Mehrwert.**

- **Früherkennung von Risikoparametern**  
(Beispiel: Hypertonie, Adipositas)
- **Monitoring von chronischen Krankheiten**  
(Beispiel: Diabetes, Asthma)
- **Symptomüberwachung**  
(Fieber, Sauerstoffsättigung)
- ....



# TRENDS & PERSPEKTIVEN 2020-22

---



- 1. Märkte und Konsumentenverhalten ordnen sich völlig neu. Das Zuhause spielt dabei eine zentrale Rolle.**
- 2. Die persönliche Gesundheit wird zum dominierenden Thema der nahen Zukunft.**
- 3. Für Staaten wird ein gut organisiertes, vernetztes Gesundheitswesen zum zentralen Wettbewerbsvorteil.**
- 4. Agilität im internen und externen Handeln wird das entscheidende Erfolgskriterium für Unternehmen.**



An aerial photograph of a sailboat with white sails on a blue ocean. The text 'Lasst uns die Segel setzen!' is overlaid in the center in a bold, red font.

**Lasst uns  
die Segel setzen!**