

Die Zukunft der Medizin

Eine Trendstudie zum
Mindset von Fach-
ärzt*innen und Allge-
meinmediziner*innen



Sehr geehrte Damen und Herren,

Digitalisierung und Innovation bedeuten immer Fortschritt. Dieser ist besonders wichtig im medizinischen Bereich – denn hier sorgt die wissenschaftlich-technische Entwicklung dafür, dass wir länger, gesünder und besser leben können. Doch wie sind Ärzt*innen in Deutschland darauf vorbereitet? Wie ist ihre Einstellung zu Neuerungen? Wo sehen sie Chancen, wo stoßen sie auf Hemmnisse? Dem Mindset moderner Mediziner*innen spüren wir in unserer aktuellen Trendstudie „Die Zukunft der Medizin“ nach. Für die Unterstützung dabei bedanken wir uns herzlich bei unserem Partner Bayer Vital.

Offen für digitale Innovationen

Die Ergebnisse zeigen das große Interesse an innovativen und digitalen Technologien im Medizinbereich. Sie decken aber auch Hindernisse für eine noch größere Durchdringung auf und belegen den hohen Bedarf an Hilfestellungen bei der digitalen Transformation des Sektors. Denn: Für neun von zehn der Teilnehmenden sind digitale Tools aus dem beruflichen Alltag nicht mehr wegzudenken. Die Digitalisierung aber aus eigener Kraft weiter voranzutreiben, traut sich nicht einmal jede*r zehnte Befragte zu.

Medizinbranche als Wachstumsmotor

Indem unsere Trendstudie aktuelle Chancen und Herausforderungen konkret identifiziert, kann sie allen Stakeholder*innen im Gesundheitswesen wichtige



Impulse bei der Entwicklung neuer Lösungen bieten. Sie ist damit als Beitrag zu verstehen, der helfen soll, die riesigen Potenziale der Branche sichtbar zu machen und damit letztlich auch zu heben. Dann können Innovationen im Medizinbereich nicht nur ihre Rolle als erfolgreicher Wachstumsmotor auch der mittelständischen Wirtschaft in Zukunft ausfüllen, sondern die Lebensbedingungen der Menschen weiter optimieren.

Ich wünsche Ihnen eine anregende Lektüre!

Ines Woermann
Ines Woermann

Geschäftsführerin Deutsches Innovationsinstitut für Nachhaltigkeit und Digitalisierung GmbH

Die Herausgeber der Studie bemühen sich um eine gendergerechte Sprache, um alle Menschen unabhängig von Herkunft, sexueller Orientierung oder Identität einzuschließen und die Diversität zu unterstützen.

Inhaltsverzeichnis

02

Vorwort & Inhaltsverzeichnis

04

Analyse & Conclusio

08

Daten & Fakten

20

Studien-design & Statistik

22

Initiatoren & Herausgeber

Fotos: Deutsches Innovationsinstitut für Nachhaltigkeit und Digitalisierung GmbH, Getty Images/AndreyPopov, /BraunS, /ipopba, /leolintang, /nensuria, /SeventyFour, /Tinpixels

So denken Mediziner*innen der Zukunft

Um Einschätzungen von Ärzt*innen zu innovativen Zukunftsthemen wie digitale Kommunikation, Diagnose, Praxisorganisation und -finanzierung, zu Forschung und Fortbildung sowie neuen Therapien zu ermitteln, hat das Deutsche Innovationsinstitut für Nachhaltigkeit und Digitalisierung im Juni und Juli 2023 insgesamt 336 Mediziner*innen aus Deutschland online befragt. Davon sind 106 hausärztlich tätig.

Mit 31,0 Prozent arbeitet die relative Mehrheit in einer Klinik. Sorgfältige Selektion stellte sicher, dass möglichst viele Spezialisierungen ausgewogen abgebildet werden, um so ein breites Meinungsspektrum aus der Ärzt*innenschaft zu erhalten. Das aus den Antworten ablesbare Mindset kann der Industrie, Healthcare Professionals und anderen relevanten Stakeholder*innen wichtige Impulse bei der Entwicklung zukunftsfähiger Lösungen für das Gesundheitswesen geben.

Digital-Lösungen setzen sich durch

Dabei zeigt sich eine sehr hohe Akzeptanz digitaler (Kommunikations-)Tools unter den Ärzt*innen: Neun von zehn nutzen diese in ihrem beruflichen Alltag (siehe Frage 1). Unter den Diensten liegen WhatsApp, Kommunikation im Medizinwesen (KIM) und die elektronische Patientenakte (ePA) weit vorne (siehe Frage 2). E-Rezepte haben dagegen den Durchbruch noch nicht geschafft.

Kaum Medfluencer in Deutschland

Soziale Medien werden von rund der Hälfte der teilnehmenden Ärzt*innen beruflich genutzt (siehe Frage 3), wobei 69 Prozent Soziale Medien passiv nutzen (siehe Frage 5). Dabei stehen vor allem das Karrierenetzwerk LinkedIn (27 Prozent) oder die Videoplattform YouTube (21 Prozent) hoch im Kurs. Der inzwischen in X umbenannte Kurznachrichtendienst Twitter wird von

rund 5 Prozent der Befragten genutzt. Ärzt*innen sind auf Social Media vor allem unterwegs, um sich über fachspezifische Themen zu informieren (siehe Frage 4). Ähnlich wichtig ist der Austausch mit Kolleg*innen. Den Teilnehmenden scheint kaum Zeit für ihre eigene Außendarstellung in sozialen Medien zu bleiben. Der Weg zu Ärzt*innen als Medfluencer ist noch weit: Knapp ein Prozent der Befragten hat mehr als 10.000 Follower*innen.

KI mit großem Potenzial

Den größten Mehrwert von Künstlicher Intelligenz (KI) im Praxisalltag sehen die teilnehmenden Ärzt*innen im Bereich Diagnostik gefolgt von Praxisorganisation (siehe Frage 6). Dagegen sind die Erwartungen an eine bessere Betreuung von Patient*innen durch KI-Einsatz geringer.

Auch wenn KI aktuell im medizinischen Praxisalltag kaum verbreitet ist, wird das Potenzial für die Diagnostik erkannt. Gut 71 Prozent der Befragten verwenden heute keine Künstliche Intelligenz im beruflichen Umfeld (siehe Frage 7).

Noch nicht ein Jahr nach der Einführung von Generativer KI wie ChatGPT nutzen diese aber schon rund zwölf Prozent der Befragten. Knapp 60 Prozent der Ärzt*innen sagen vorher, dass sie selbst KI-Diagnosesoftware nutzen werden. Mehr Generative KI im Einsatz erwarten etwa 28 Prozent. Nur rund ein Viertel der Befragten sehen mit Blick auf die Zukunft keine KI-Nutzung (siehe Frage 8).

Hilfe bei der digitalen Transformation

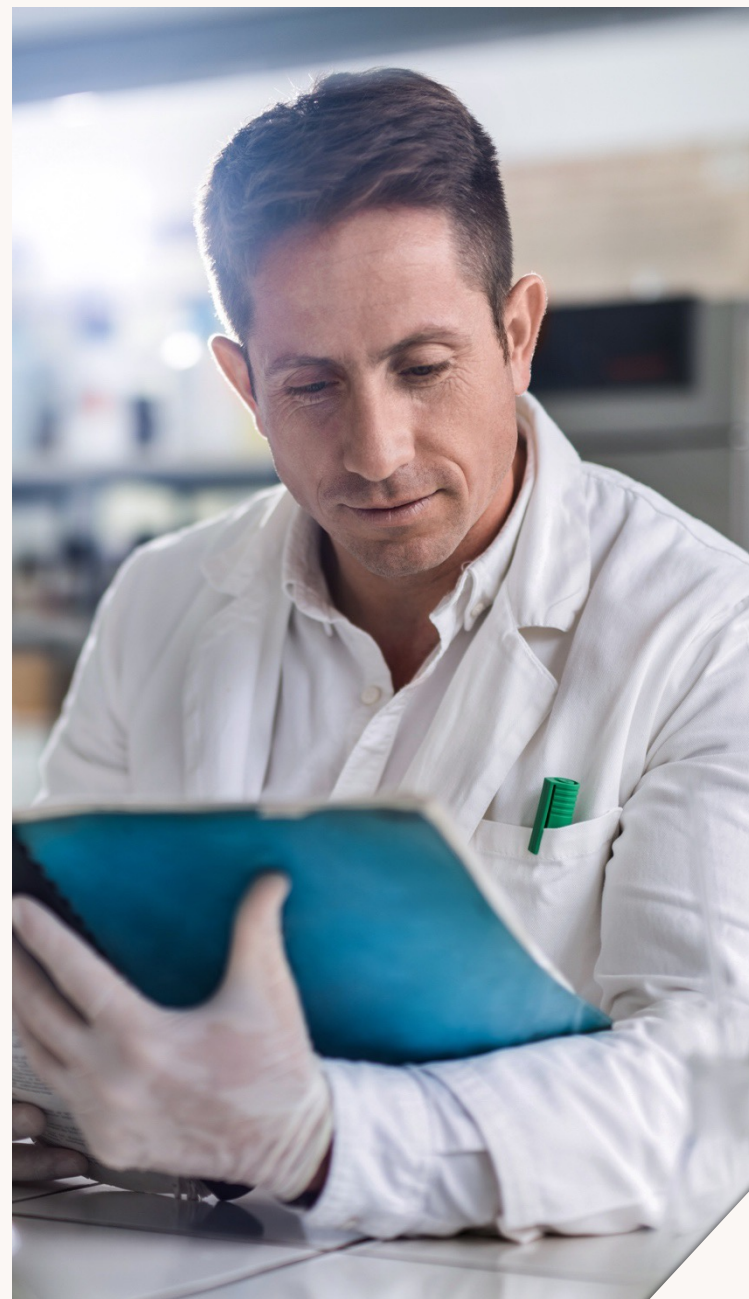
Obwohl die klare Mehrheit der Befragten Mittel wie KI noch nicht nutzt, zeigen die Ergebnisse ein klares Interesse von Ärzt*innen in Deutschland, die digitale Transformation mitzugestalten. So würde knapp die Hälfte von ihnen ihre Zeit in IT-Schulungen investieren, um die eigenen Kenntnisse zu vertiefen. Fast zwei Drittel der Befragten wünschen sich jedoch Hilfe bei der Anbindung an die Telematikinfrastruktur sowie eine Übersicht über funktionierende Software/Apps (siehe Frage 9).

Bürokratie bremst Digitalisierung

Fast drei Viertel der befragten Ärzt*innen haben Digitale Gesundheitsanwendun-

Transformation:

Nur wenige Ärzt*innen trauen sich zu, die Digitalisierung ihrer Branche eigenständig voranzutreiben



gen (DiGA) noch nie verordnet (siehe Frage 10). Interessanterweise finden sich rund fünfmal mehr Verordner dieser DiGAs in einer niedergelassenen Praxis (35 Prozent) im Vergleich zur Klinik (7 Prozent). Laut den Ergebnissen liegen die größten Hindernisse in der Praxisorganisation, einem Mangel an Übersicht von Gesundheitsapps sowie der Bürokratie in Bezug auf die von Patient*innen eingegebenen Codes (siehe Frage 11). Lösungen dürften hier in der Vereinfachung von Prozessen und User-Interfaces liegen. Gefragt nach den Zahlungsmodellen, die für Radiologen zur Finanzierung von Software, Hardware und Praxisdienstleistungen entscheidend sind, liegen Leasing und Pay-per-Use mit je knapp der Hälfte der Antwortenden gleichauf (siehe Frage 14). Abonnementmodelle landen auf den Plätzen.

Bedeutung von Zell- und Gentherapie anerkannt

Fast 45 Prozent der Befragten finden es „übergeordnet wichtig“, in Innovationen wie Zell- und Gentherapie zu investieren. 14,0 Prozent stimmen zu, in die Bereitstellung neuer Therapien für Patient-

*innen mit großem ungedecktem Bedarf zu investieren (siehe Frage 12). Rund 94 Pro-zent der Befragten haben von Zell- und Gentherapie gehört oder verfügen über Wissen dazu. Gut vier Prozent beschreiben sich als Expert*innen.

Entscheidungshilfe für neue Therapien

Um zukünftige Entscheidungen zum Einsatz neuer medikamentöser Therapieoptionen zu treffen, schätzen Ärzt*innen Fortbildungen (virtuell oder in Präsenz), wissenschaftliche Publikationen und Fachzeitschriften als hoch relevant ein. Kolleg*innengespräche sowie (virtuelle) MSL- oder Außendienstbesuche rangieren mit Abstand dahinter (siehe Frage 16).

Fit für die Zukunft durch Microlearning

Das enger werdende Zeitfenster moderner Mediziner*innen bestimmt auch die Präferenz, wie sich Ärzt*innen weiterbilden wollen. Rund 74 Prozent der Teilnehmenden favorisieren künftig bei der Fortbildung mehr schneller abzuarbeitende Digitalformate wie Tweetorials (zertifizierte Kurzfortbildungsmodulare auf Social-Media-Plattformen) oder sogenannte Microlearnings, die durch kapitelbasierte Aufteilung auch stückweise absolviert werden können.

Mehrtägige (Block-) Seminare, die mehr Fortbildungspunkte erzielen, bevorzugt etwa ein Viertel (siehe Frage 15).

Conclusio

Für die Medizin der Zukunft scheint als Fazit ein Mindset unter Deutschlands Mediziner:innen hervor, das von großer Offenheit für digitale Transformation und neue Therapieansätze geprägt ist. Groß sind aber auch Hemmnisse wie Bürokratie, IT-Fachkräftemangel oder Kapitalbedarf. Die Basis steht somit. Passgenaue, innovative Lösungen sollten die bestehenden Barrieren beiseiteräumen können.

* Zwei Fortbildungspunkte in der ärztlichen Weiterbildung erhält man nach 45-minütigem Lernen.

Daten & Fakten



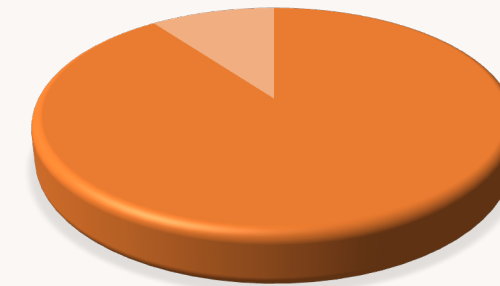
Kommunikation:

Digitale Dienste sind schon heute aus vielen Praxen nicht mehr wegzudenken

01: Kommunikation

Nutzen Sie digitale (Kommunikations-)Tools oder Kanäle in Ihrem Berufsalltag?

Ärzt*innen: Digital kommunikativ
Digitale Kommunikation und Tools sind unter Mediziner*innen weit verbreitet. Gerade einmal jede*r Zehnte gibt an, dass Messenger-Dienste, elektronische Terminvergabe oder moderne Diagnosegeräte bei der alltäglichen Arbeit nicht im Einsatz sind. Für 89,0 Prozent der Teilnehmenden sind sie gang und gäbe.



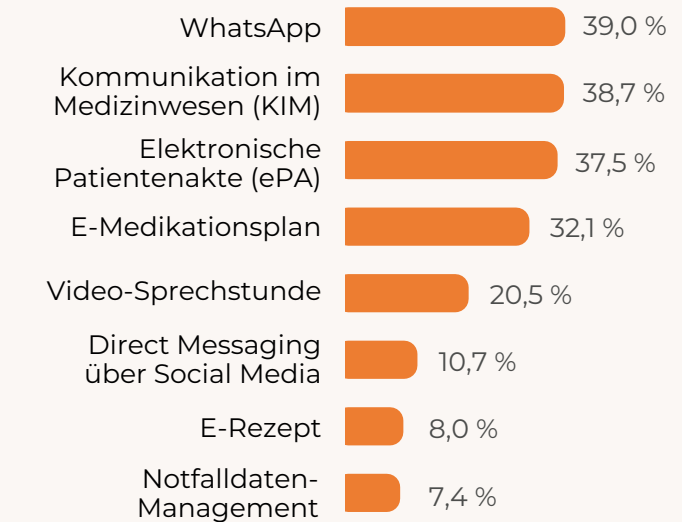
● Ja	89,0 %
● Nein	11,0 %

02: Kommunikation

Welche digitalen (Kommunikations-)Tools oder Kanäle nutzen Sie in Ihrem Berufsalltag?*

KIM und ePA weit verbreitet

Dabei werden der Digitaldienst KIM als Fax-Nachfolger sowie die elektronische Patientenakte (ePA) von jeweils knapp 40 Prozent der Befragten genutzt. E-Rezept und Notfall-Datenmanagement haben den Durchbruch noch nicht geschafft. Unter den allgemeinen Kommunikationstools liegt WhatsApp klar vor Messengern anderer sozialer Netzwerke.



* Mehrfachnennungen möglich

Medfluencer:

Noch nutzen nur wenige Ärzt*innen die sozialen Medien, um über Trends in medizinischen Fachbereichen aufzuklären

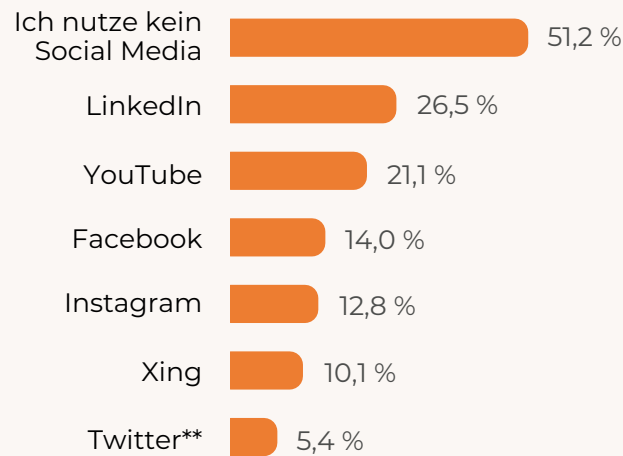


03: Social Media

Nutzen Sie einen oder mehrere der genannten Social-Media-Kanäle im beruflichen Kontext?*

Medizin-Tweets sind selten

Social Media spielt nur bei etwa der Hälfte der Teilnehmenden im beruflichen Kontext eine Rolle. Dabei ragen das Karrierenetzwerk LinkedIn und die Videoplattform YouTube mit 26,5 sowie 21,1 Prozent Nutzung heraus. Der in X umbenannte Kurznachrichtendienst Twitter ist aktuell im medizinischen Bereich eine Randerscheinung.



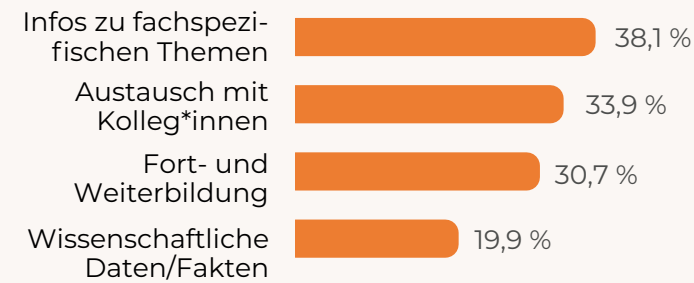
* Mehrfachnennungen möglich ** Firmiert inzwischen als X

04: Social Media

Zu welchen Zwecken nutzen Sie Social-Media-Kanäle im beruflichen Kontext?*

Fachgespräche auf Social Media

Setzen Ärzt*innen soziale Netzwerke beruflich ein, suchen sie dabei meist Fachinformationen oder den Austausch mit Kolleg*innen. Fort- und Weiterbildung über Social Media ist bei 30,7 Prozent der Mediziner*innen beliebt. Daten und Studien aus der Wissenschaft werden dagegen eher klassisch rezipiert.



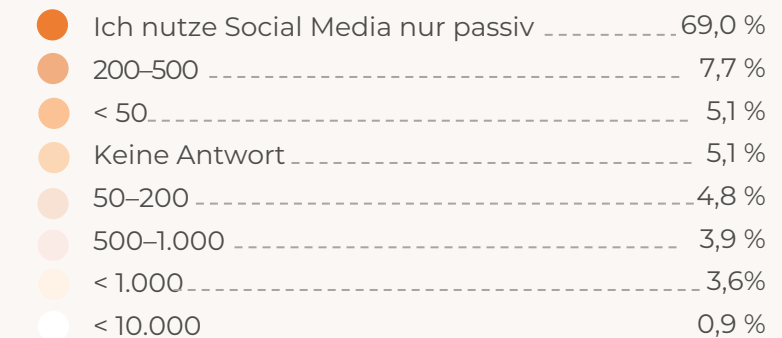
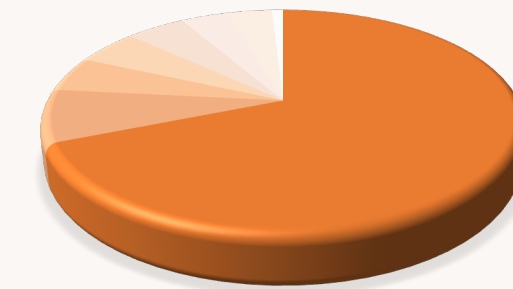
* Mehrfachnennungen möglich

05: Social Media

Wie viele Follower*innen haben Sie auf Ihrem Social-Media-Kanal, den Sie priorisiert nutzen?

Kaum Medfluencer

Soziale Medien sind für Ärzt*innen vielfach eine Einbahnstraße: 69,0 Prozent von ihnen sind nur passiv auf LinkedIn, Facebook & Co. unterwegs. Unter den anderen verzeichnen zwar gut 16 Prozent mehr als 200 Follower*innen, eine nennenswerte Audience von über 10.000 regelmäßigen Besucher*innen aber nur jede*r Hundertste.

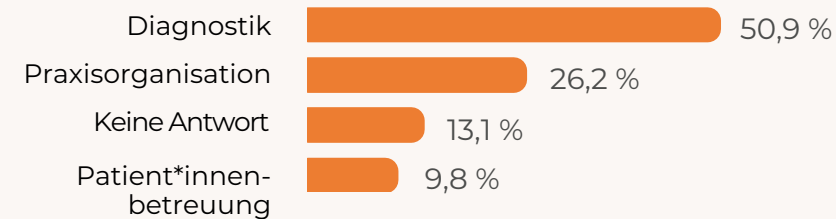


06: Künstliche Intelligenz

In welchen Bereichen im Praxisalltag sehen Sie in Zukunft den größten Mehrwert von KI?*

Diagnose: Hilfe von KI-Kollegen

Die Hoffnung auf Produktivitätssteigerungen durch KI ist weit verbreitet – Mediziner*innen setzen dabei am stärksten auf Unterstützung bei Diagnosen und Praxisorganisation. Die Potenziale von KI zur besseren Betreuung von Patient*innen zieht dagegen bisher nur eine Minderheit in Betracht.

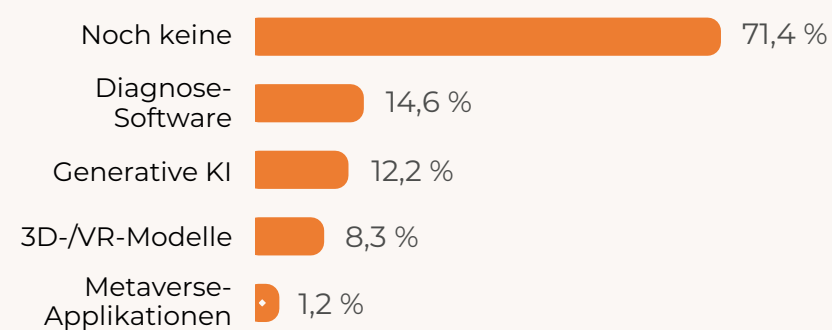


07: Künstliche Intelligenz

Welche auf KI basierenden digitalen Tools nutzen Sie bereits in Ihrem medizinischen Praxisalltag?*

KI noch kaum verbreitet

Angesichts der Herausforderungen der Transformation bleibt die vielversprechende KI-Technologie aktuell weitgehend ungenutzt: Bei 71,4 Prozent der Teilnehmenden ist sie (noch) nicht angekommen. Wenn doch, wird sie vor allem im Diagnosebereich genutzt, wo ihr auch die größten Potenziale zuerkannt werden.



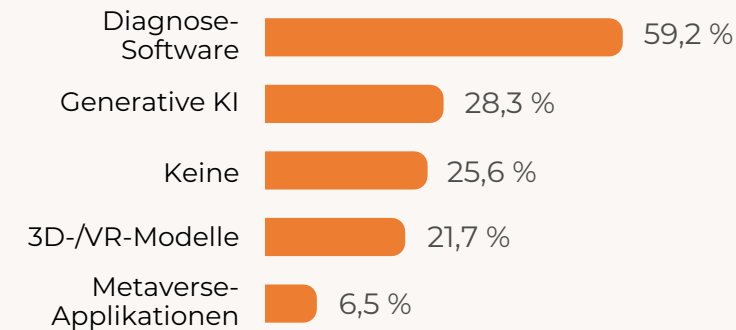
* Mehrfachnennungen möglich

08: Künstliche Intelligenz

Welche KI-basierten digitalen Tools wollen Sie in der Zukunft einsetzen?*

Booster für Diagnostik erwartet

Dieses Potenzial zeigt sich konkret darin, dass Diagnose-Software für die mit Abstand meisten Teilnehmenden das KI-Tool ist, das sie künftig in der Praxis einsetzen wollen. Der Stellenwert Generativer KI wie ChatGPT, etwa für die Patient*innenkommunikation, liegt mit 28,3 Prozent nicht einmal halb so hoch.



* Mehrfachnennungen möglich



Digitaltools:

Fast jede*r vierte Teilnehmende erhofft sich von 3D- oder Virtual-Reality-Modellen in Zukunft Unterstützung, etwa bei Diagnosen

Patient*innen:
Viele Mediziner*innen sind bei der Digitalisierung sehr viel weiter als die Menschen, die sie behandeln

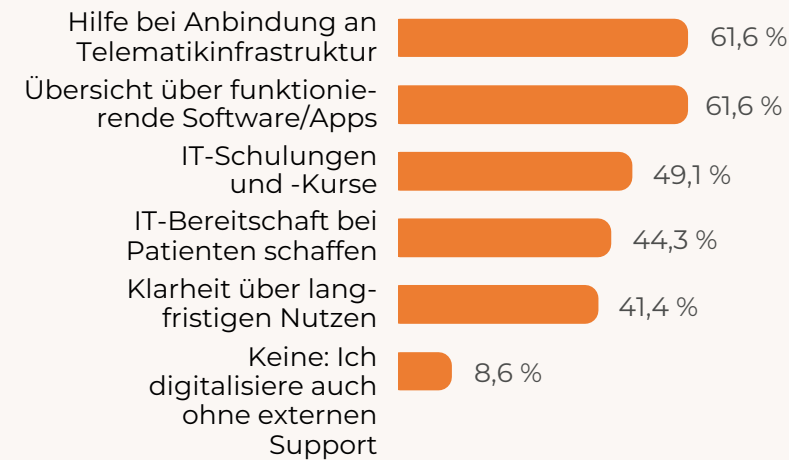


09: Digitalisierung

Welche Unterstützung würde Ihnen bei der digitalen Transformation Ihrer Praxis helfen?*

Unterstützung gefragt

Die Digitalisierung der eigenen Praxis oder Klinik selbst voranzutreiben, traut sich nicht einmal jede*r zehnte Befragte zu – wohl wegen der oft komplexen Thematik. So sind denn auch vor allem praktische Hilfe, Übersichten und IT-Schulungen gefragt, damit die digitale Transformation des Medizinwesens vorwärtskommt.



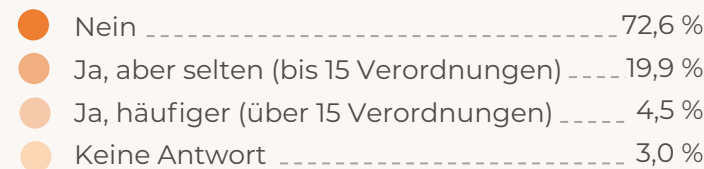
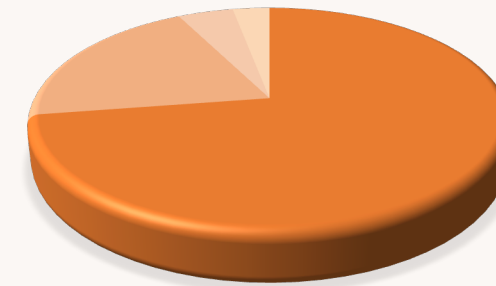
* Mehrfachnennungen möglich

10: Digitalisierung

Haben Sie bereits eine Digitale Gesundheitsanwendung (DiGA) auf Rezept verordnet?*

DiGA mit Nachholbedarf

Digitale Apps auf Rezept sollen Heilungschancen und Lebensbedingungen von Patient*innen verbessern – doch bislang haben fast drei Viertel der befragten Ärzt*innen keine Digitale Gesundheitsanwendung verschrieben. Häufiger nutzt diese Möglichkeit nicht einmal jede*r zwanzigste Teilnehmende.



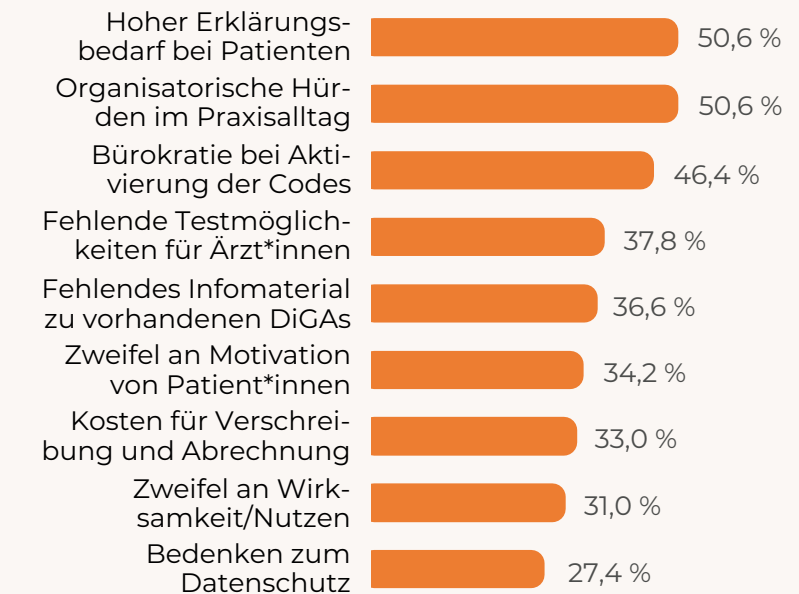
* Mehrfachnennungen möglich

11: Digitalisierung

Wo sehen Sie die größten Hürden bei der Verordnung von Digitalen Gesundheitsanwendungen?*

Bürokratie hemmt

Wichtigste Herausforderung für Mediziner*innen ist die Einweisung in die DiGA – kaum überraschend beim tendenziell höheren Alter der Patient*innen. Gleichauf liegt die schwierige Organisation der Verordnung im Praxisalltag, dicht gefolgt von Bürokratie, die den eigentlich einfachen Einsatz unnötig verkompliziert.

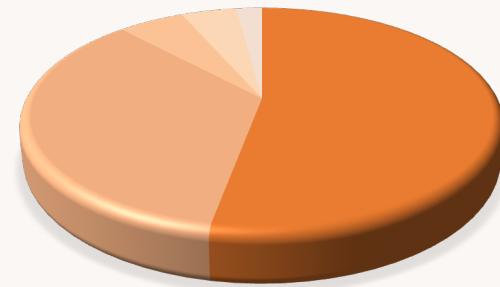


12: Zell- & Gen-Therapie

Wie vertraut sind Sie mit neuen therapeutischen Ansätzen bei Zell- und Gentherapien?

Ungehobenes Innovationspotenzial

Neue Zell- und Gentherapien versprechen Erfolge zum Beispiel im Kampf gegen Krebs. Doch die Technologie steht noch am Anfang: Während gut vier Prozent der Befragten Expert*innen auf diesem Gebiet sind, hat mehr als die Hälfte davon bislang nur etwas gehört, gut ein Drittel verfügt über fundiertes Basiswissen.



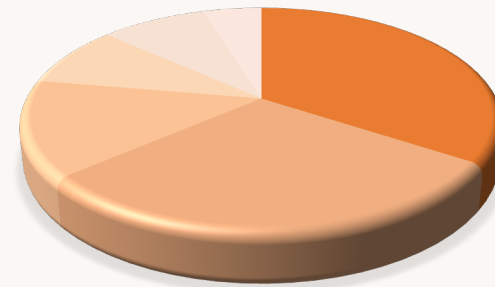
● Ich habe davon gehört	53,0 %
● Ich verfüge über Grundwissen	35,1 %
● Ich habe noch nie davon gehört	5,4 %
● Ich verfüge über umfassendes Wissen	4,5 %
● Keine Antwort	2,1 %

13: Zell- & Gen-Therapie

Für wie wichtig halten Sie Unternehmensinvestitionen in Zell- und Gentherapien?

Wenig Skepsis unter Ärzt*innen

Die Befragten haben indes das Potenzial innovativer Therapieansätze erkannt: Fast die Hälfte befürwortet hier Investitionen, um die Versorgung von Patient*innen zu verbessern. Der Anteil der Skeptiker liegt nur bei etwa einem Viertel, während sich 4,8 Prozent noch keine Meinung gebildet haben.



● Keine Antwort	34,2 %
● Wichtig, um Leben der Menschen zu verbessern	29,5 %
● Wichtig für Menschen mit ungedecktem Bedarf	14,0 %
● Ich bin skeptisch: zu hohe Risiken	8,9 %
● Ich bin skeptisch: Kosten nicht tragbar	8,6 %
● Ich habe dazu keine Meinung	4,8 %



Neue Therapien:

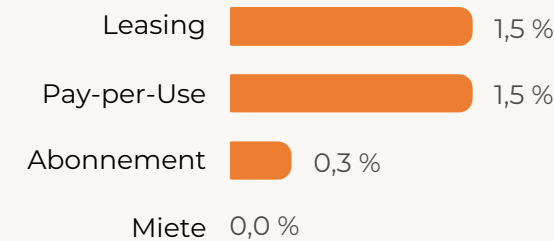
Mit Ansätzen aus der Zell- und Genforschung könnten heute als unbesiegt geltende Erkrankungen in Zukunft geheilt werden

14: Finanzierung

Welche Zahlungsmodelle sind für Sie beim Kauf von Software, Hardware etc. entscheidend?*

Technik im Abo unbeliebt

Diese Frage richtete sich an Radiolog*innen, die einen Anteil von 1,5 Prozent der Grundgesamtheit ausmachten: Sie haben sehr hohen Kapitalbedarf für Anschaffung, Wartung und Betrieb von Spezialgeräten. Zur Finanzierung greifen etwa zwei Drittel der Antwortenden auf Leasing und Pay-per-Use zurück, Mietmöglichkeiten nutzt keine*r.

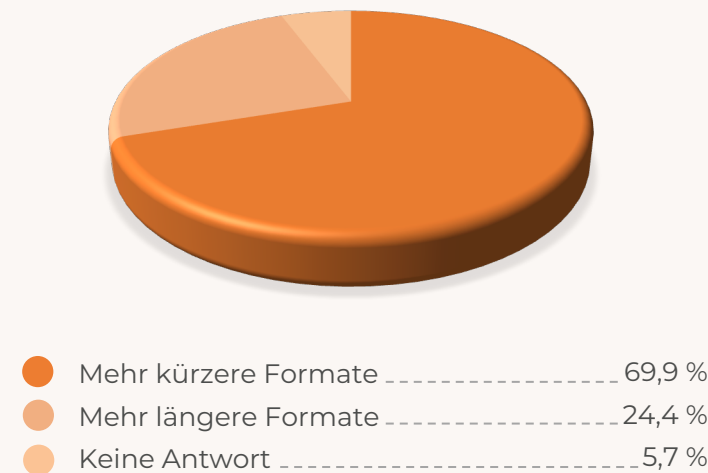


15: Fortbildung

Welche Fortbildungsformate wünschen Sie sich für die Zukunft?

Lieber öfter als länger fortbilden

Zeitmanagement wird auch für Mediziner*innen immer wichtiger – das stützt den Trend zu schneller abzuarbeitenden Formaten auch in der Fortbildung: Rund drei Viertel der Teilnehmenden wünscht sich diese, um neben dem Tagesgeschäft up to date bleiben zu können. Längere Fortbildungen sind dagegen weniger beliebt.



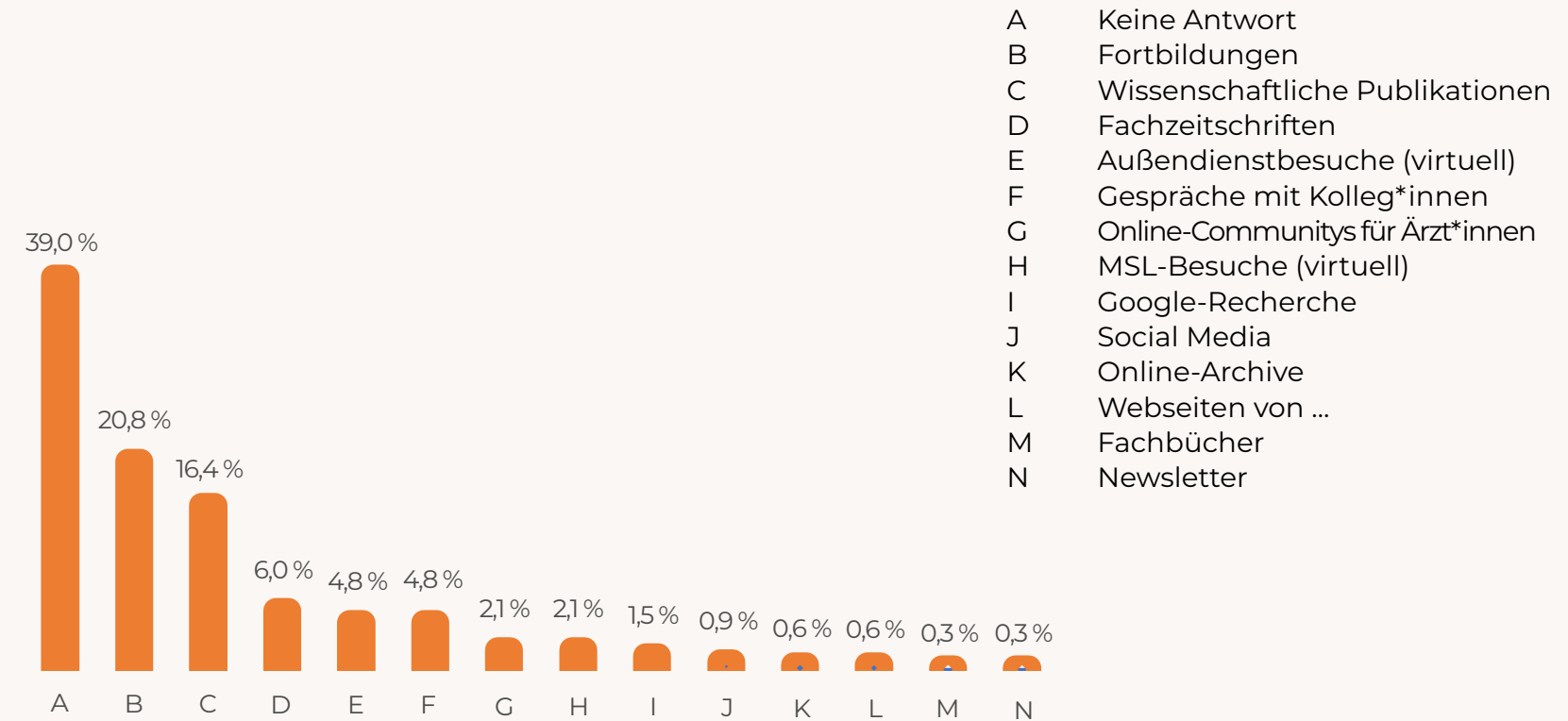
* Mehrfachnennungen möglich

16: Neue Medikamente

Welche dieser Informationsquellen werden für Sie in Zukunft neben persönlichen Außendienst- und MSL-Besuchen relevant sein, wenn es um Entscheidungen zum Einsatz neuer medikamentöser Therapieoptionen geht?*

Mit Fachwissen zu neuen Therapien

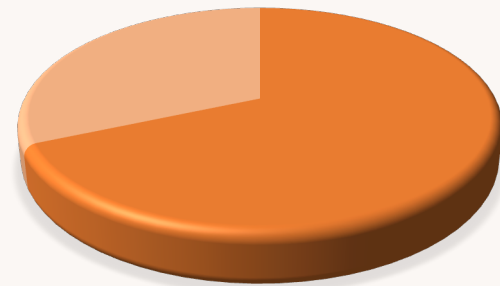
Fortbildungen stehen auch bei der von den Befragten am häufigsten priorisierten Informationsquelle zu neuen Medikamenten ganz oben. Zusätzlich verfolgen Ärzt*innen intensiv Fachpublikationen in Büchern und wissenschaftlichen Zeitschriften. Tagungen und Kongresse bieten hier weniger Ansatzpunkte.



* Am häufigsten genannte Priorisierung

Wie wir die Medizin der Zukunft messen

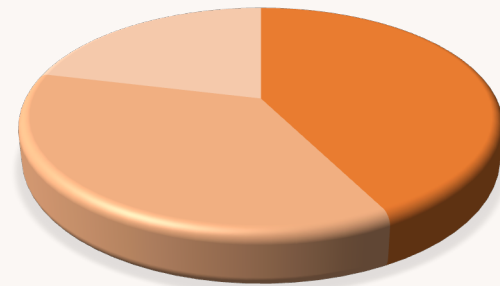
Die vorliegende nicht-experimentelle Studie sucht nach Einstellungen unter Mediziner*innen bezüglich digitaler Innovation in der Kommunikation mit Patient*innen und anderen Stakeholder*innen, der Diagnose, der Praxisorganisation und -finanzierung, der Fortbildung und Forschung sowie der Therapie. Sie kann allen Beteiligten am Gesundheitswesen wertvolle Hinweise auf künftige Lösungen bei der digitalen Transformation von Kliniken und Praxen geben.



Fachärzt*innen/Allgemeinmediziner*innen

- Fachärzt*innen 68,5%
- Hausärztlich tätig 31,5 %

Die Teilnehmenden bezeichnen sich zu etwa zwei Dritteln als Fachärzt*innen. Allgemeinmediziner*innen vervollständigen das Bild.



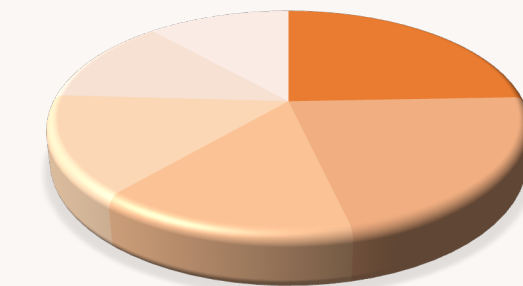
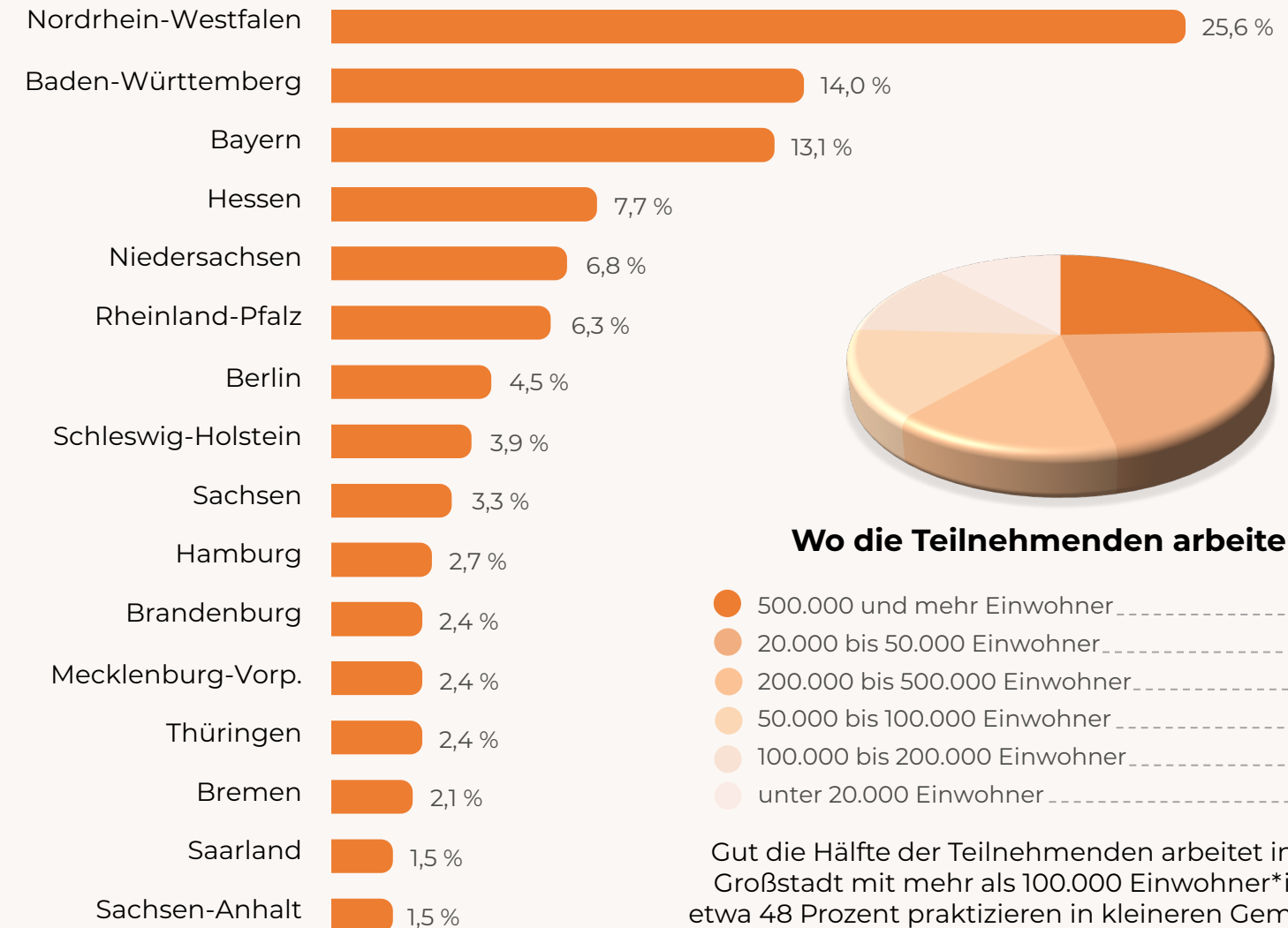
Wie die Teilnehmenden arbeiten

- Klinik 31,0 %
- Gemeinschaftspraxis 26,5 %
- Einzelpraxis 15,5 %

Mit 31,0 Prozent ist die relative Mehrheit der Teilnehmenden in einer Klinik beschäftigt. Einzelpraxen sind mit 15,5 Prozent dagegen unterrepräsentiert.

Online-Fragebogen

Insgesamt 336 Ärzt*innen aus diversen Fachrichtungen haben in den Monaten Juni und Juli 2023 an der Online-Befragung teilgenommen. Regional gesehen stammen sie zu mehr als der Hälfte aus den bevölkerungsreichen Bundesländern Nordrhein-Westfalen, Baden-Württemberg und Bayern.



Wo die Teilnehmenden arbeiten

- 500.000 und mehr Einwohner 24,4 %
- 20.000 bis 50.000 Einwohner 22,0 %
- 200.000 bis 500.000 Einwohner 14,9 %
- 50.000 bis 100.000 Einwohner 14,6 %
- 100.000 bis 200.000 Einwohner 12,5 %
- unter 20.000 Einwohner 11,6 %

Gut die Hälfte der Teilnehmenden arbeitet in einer Großstadt mit mehr als 100.000 Einwohner*innen, etwa 48 Prozent praktizieren in kleineren Gemeinden.

Initiatoren und Herausgeber der Studie



Das Deutsche Innovationsinstitut für Nachhaltigkeit und Digitalisierung unterstützt Unternehmen dabei, fit für die Zukunft zu werden. Dazu kooperiert das Institut mit Expert*innen aus Wirtschaft, Wissenschaft und Politik, führt im Auftrag von Partnern Studien durch und prüft Unternehmen auf Zukunftsfähigkeit. Durch Beispiele erfolgreicher Transformation sollen der Wirtschaft wichtige Impulse verliehen werden. Verleihene Auszeichnungen sind ein wertvolles Kommunikationsinstrument für Unternehmen. Sie helfen, passende Partner und Mitarbeitende zu finden, um noch innovativer, nachhaltiger und digitaler zu werden.



Orientierung, Know-how und Inspiration für Unternehmer*innen sowie Entscheider*innen in Sachen Nachhaltigkeit, Digitalisierung und moderne Führung – das liefern die DUP UNTERNEHMER-Medien. Transformation selbst in die Hand nehmen und gestalten sowie Geschäftsmodelle technologisch und gesellschaftlich für die Zukunft aufstellen stehen im Fokus des Interesses. Daher verlassen sich Gründende, Unternehmer*innen, Führungskräfte, Manager*innen und Investor*innen auf die DUP UNTERNEHMER-Medien als reichweitenstärkste Plattform für B2B-Content in Deutschland.



Bayer ist ein weltweit tätiges Unternehmen mit Kernkompetenzen auf den Life-Science-Gebieten Gesundheit und Ernährung. Mit seinen Produkten und Dienstleistungen will das Unternehmen Menschen nützen und die Umwelt schonen, indem es zur Lösung grundlegender Herausforderungen einer stetig wachsenden und alternden Weltbevölkerung beiträgt. Bayer verpflichtet sich dazu, mit seinen Geschäften einen wesentlichen Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung zu leisten. Gleichzeitig will der Konzern seine Ertragskraft steigern sowie Werte durch Innovation und Wachstum schaffen. Die Marke Bayer steht weltweit für Vertrauen, Zuverlässigkeit und Qualität. Im Geschäftsjahr 2021 erzielte der Konzern mit rund 100.000 Beschäftigten einen Umsatz von 44,1 Milliarden Euro. Die Ausgaben für Forschung und Entwicklung beliefen sich bereinigt um Sondereinflüsse auf 5,3 Milliarden Euro.

Die Bayer Vital GmbH vertreibt die Arzneimittel der Divisionen Consumer Health und Pharmaceuticals in Deutschland. Mehr Informationen zur Bayer Vital GmbH finden Sie unter: www.gesundheit.bayer.de

● Deutsches
● Innovationsinstitut
● für Nachhaltigkeit
● und Digitalisierung

