

Handelsblatt

DEUTSCHLANDS WIRTSCHAFTS- UND FINANZZEITUNG

Verleger: Dieter von Holtzbrinck

Redaktion

Chefredakteur: Sebastian Matthes
Stv. d. Chefredakteurs: Martin Knobbe, Kirsten Ludwig
Mitglied der Chefredaktion: Charlotte Haunhorst
(Head of Digital)

Nachrichtenchef: Kevin Knitterscheidt

Textchef: Christian Rickens (Morning Briefing)

Kommentarchef: Thomas Sigmund

Wochenende & Report: Sven Prange

Chefautor: Dr. Jens Münchrath

Podcast, Live & Video: Nicole Bastian, Solveig Gode

Chefökonom: Prof. Dr. Bert Rürup

Ressortleiter: Leila Al-Serori, Moritz Koch (Politik),
Jürgen Flauger, Ina Karabasz (Unternehmen),
Michael Maisch (Finanzen), Sönke Iwersen, Martin Murphy
(Investigative Recherche), Tobias Böhne (Funnel)Chefs vom Dienst: Daniel Klager (Ltg.), Tobias Döring,
Andreas Dörnfelder, Tom Körkemeier, Stefan Menzel,
Marc Renner

Claus Baumann, Claudia Panster (Ltg. Redigatur)

Susanne Wesch (Ltg. Print), Anja Holtzscheider

Art Direction: Michel Becker, Ralf Peter Paßmann

Verantwortlich im Sinne des Presserechts sind die
jeweiligen Leiter für ihren Bereich. Im Ubrigen die
Chefredaktion.Handelsblatt Research Institute
Tel.: 0211 - 887-0, Telefax: 0211 - 887-97-0,
E-Mail: info@handelsblatt-research.com
Dr. Jan Kleibrink (Managing Director)Verlag
Handelsblatt GmbH
(Verleger im Sinne des Presserechts)Geschäftsleitung: Andrea Wasmuth (Vorsitz),
Sebastian Christensen

Verantwortlich für Herstellung

und Anzeigen: Christian Wiele

Erfüllungs- und Gerichtsstand: Düsseldorf.

Anschrift von Redaktion, Verlag und Anzeigenleitung:
103345, Postfach 40024 Düsseldorf, Telefon: 0211 887-3602

Der Verlag hält nicht für unverlangt eingesandte

Manuskripte, Unterlagen und Fotos.

Axel Springer SE, Offenbacher Kettwig,

Im Teekuchen 100, 4519 Essen; Pressedruck Potsdam GmbH,

Friedrich-Engels-Str. 24, 14473 Potsdam;

Süddeutscher Verlag Zeitungsdruck GmbH,

Zähringer Str. 40, 81677 München

Vertrieb Einzelverkauf:

Verlag Der Tagesspiegel GmbH, www.tagesspiegel.de

Kundenservice:

Postfach 103345, 40024 Düsseldorf, Telefon: 0211 887-3602

Aus dem Ausland: 0049 211 887 3602

E-Mail: kundenservice@handelsblatt.com

Ihre Daten werden zum Zweck der Zeitungszustellung

übermittelt an Zustellpartner und an die MedienService GmbH & Co. KG, Hellerhoffstraße 2-4, 60327 Frankfurt am Main.

Anzeigen:

Anzeigenverkauf Handelsblatt

Tel.: 0211 - 887-33-59

E-Mail: info@iqm.de; Internet: www.iqm.de

Anzeigenverkauf Handelsblatt.com

Tel.: 0211 - 887-26-56, Fax: 0211 - 887-26 56

E-Mail: info@iqdigital.de; Internet: www.iqdigital.de

Anzeigenverkauf Handelsblatt Personalanzeigen

Tel.: 040 - 3280 - 5800

Internet: https://talent.teit.net

E-Mail: direkt@hb.qm.de

Redaktion:

Telefon: 0211 - 887-97 12 40

E-Mail: handelsblatt@vhb.de

Politik

Tel.: 0211 - 887-11 92, Fax: 0211 - 887-97 80 27

E-Mail: politik@vhb.de

Unternehmen

Tel.: 0211 - 887-13 65, Fax: 0211 - 887-97 12 40

E-Mail: hb.um@vhb.de

Finanzen

Tel.: 069 - 2424 4002, Fax: 0211 - 887-97 41 90

E-Mail: hb.fz@vhb.de

Handelsblatt Werbeagenturen

Tel.: 0211 - 887 0, Fax: 0211 - 887-43-40 00

E-Mail: info@euroforum.com

www.handelsblatt.com

www.handelsblatt.com

Handelsblatt wird ganz oder in Teilen im Print und digital vertrieben. Alle Rechte vorbehalten.

Kein Teil dieser Zeitung darf ohne schriftliche Genehmigung des Verlags vervielfältigt oder verbreitet werden. Unter dieses Verbot fallen insbesondere auch die Vervielfältigung per Kopie, die Aufnahme in elektronische Datenbanken und die Vervielfältigung auf CD-ROM.

Nutzungsrechte:

Telefon: 0211 - 2054-4640 (Dieser Service steht Ihnen

Mo-Fr zu den üblichen Bürozeiten zur Verfügung) E-Mail:

nutzungsrechte@handelsblattgroup.com

Sonderdrucke:

Tel.: 0211 - 887-1748, Fax: 0211 - 887-97 1748

E-Mail: sonderdrucke@vhb.de

Bezugspreise Inland und EU:

Monatlich € 69,90 (inkl. 4,57 MwSt./EU zzgl. der jeweiligen MwSt., Jahreszinsverrechnung: € 899,- (Inland inkl. € 54,89 MwSt./EU zzgl. der jeweiligen MwSt.).

Vorzugspreis für Studenten (gegen Vorlage einer gültigen Bescheinigung): Monatlich € 34,95 (Inland inkl. € 2,29 MwSt./EU zzgl. der jeweiligen MwSt.). Jahreszinsverrechnung € 419,- (Inland inkl. € 27,41 MwSt./EU zzgl. der jeweiligen MwSt.). Lieferung jeweils frei Haus.

Bezugspreise Übersees: auf Anfrage.

Abonnementskündigungen sind nur schriftlich mit einer Frist von 21 Tagen zum Ende des berechneten Bezugszeitraums möglich, solange keine andere Regelung vorgenommen ist. Im Falle höherer Gewalt, Streiks oder Ausserordentlicher Bestände kein Belieferungs- oder Entschädigungsanspruch. Erfüllungsort und Gerichtsstand: Düsseldorf. Der Verlag hält nicht für unverlangt eingesandte

Manuskripte, Unterlagen und Fotos. Für die Übernahme von Artikeln in internationale Periodicals und Zeitschriften sowie deren anderen Rechte über die PMG Presse-Monitor GmbH. Telefon: 030/284930 oder www.presse-monitor.de

Die ISSN-Nummer für das Handelsblatt lautet: 0017-7296

© Handelsblatt GmbH. Alle Rechte vorbehalten. Zum Erwerb weitergehender Rechte wenden Sie sich bitte an nutzungsrechte@vhb.de.



Francesco De Meo

Diagnosen per WhatsApp

Wartezeiten, Ärztemangel, volle Notaufnahmen: Patienten müssen oft lange auf Hilfe warten. Ein Start-up verspricht Abhilfe.

Maike Telgheder Frankfurt

Pötzlicher Bauchschmerz, lästiger Juckreiz oder eine entzündete Wunde: Wer Gesundheitsprobleme hat, muss sich in Deutschland auf lange Wartezeiten beim Arzt einstellen – wenn überhaupt ein Termin verfügbar ist. Immer häufiger wenden sich Menschen an die Notaufnahmen der Krankenhäuser. Zwei Millionen Fälle pro Jahr bedeuten laut Statistischem Bundesamt einen neuen Rekord. Das Gesundheitssystem ist überlastet, das frustriert Patienten und Ärzte.

Für ein solches Angebot gibt es noch Ansicht von De Meo einen großen Bedarf. Wer seine Symptome bei Google sucht, kann dort keine Nachfragen stellen. Und die Ergebnisse bei Google sind auch nicht immer zutreffend. Apps zum Checken von Symptomen gibt es bereits. Ada Health etwa nutzt ebenfalls KI, um durch gezielte Fragen die Wahrscheinlichkeit einer Erkrankung zu ermitteln. Konkrete Nachfragen und ein freier Dialog mit dem Nutzer sind bei dem System allerdings nicht möglich. Das bieten generative Sprachmodelle (Large-

Gründe für Notaufnahmesuchende

Aus welchen Gründen haben Sie die Notaufnahme eines Krankenhauses aufgesucht?

Anteil der Befragten in Prozent

Dringlichkeit der Behandlung

68 %

Arztpraziken schon geschlossen

38 %

Keine Alternative zur Notaufnahme bekannt

12 %

Mehr Vertrauen in Krankenhaus als Arztpraziken

9 %

Kurzfristig kein Termin in Arztpraxis bekommen

9 %

Schlechte Erfahrungen mit ärztl. Bereitschaftsdienst

6 %

Andere Gründe

6 %

Basis: 885 gesetzlich Versicherte, die in den letzten 12 Monaten eine Notaufnahme besucht haben. Mehrfachnennungen möglich

Quelle: GKV-Spitzenverband 2024

Language-Modelle) wie ChatGPT von OpenAI. Das Problem: ChatGPT ist nicht auf medizinische Diagnosen spezialisiert. AImax.care nutzt deshalb ein eigenes Sprachmodell, das mit medizinischen Daten, Dokumenten und den gängigen Behandlungsleitlinien trainiert wurde. Zudem testen vier Haus- und Fachärzte das System fortlaufend weiter und versorgen es mit den nötigen Informationen. So sollen App-Nutzer präzise Antworten auf Nachfragen bekommen.

Um von AImax.care eine Einschätzung zu einer Verletzung oder Erkrankung zu bekommen, muss der Nutzer zudem nicht erst seine gesamte gesundheitliche Vorgeschichte offenlegen. Das System kreist das Problem durch eine gezielte Fragetechnik ein. „Hallo, es tut mir leid, dass Du diese Beschwerden hast. Damit ich Dir besser helfen kann, möchte ich Dir zunächst einige Fragen stellen“, startet AImax.care den Dialog seinerseits und fragt gezielt nach Art und Auftreten der Beschwerden, Medikamenteneinnahme und auch möglichen Vorerkrankungen. De Meo kennt sich in der Branche bestens aus. Der 61-jährige war von 2008 bis 2023 Chef der zu Fresenius gehörenden Helios-Kliniken und Vorsitz im Dax-Konzern. „Wir bieten Nutzern erstmals die Möglichkeit zu einem frei formulierten interaktiven Dialog an, um sich über gesundheitliche Beschwerden zu informieren“, sagt De Meo. „Ganz einfach und niederschwellig, indem sie über What-

Francesco De Meo:
Meo: Das System entlasten.



krankungen. Deuten die Symptome auf einen ernsten Vorfall wie etwa einen Herzinfarkt hin, empfiehlt das System den Anruf unter 112 in der Notrufzentrale.

„AImax.care gibt eine valide Orientierung. Die Entscheidung, wie der Nutzer damit umgehen will, trifft er dann eigenverantwortlich“, sagt De Meo. Damit ist das Produkt bisher nur ein Informationstool. „Wird das Produkt gut angenommen, ist die nächste Ausbaustufe als zertifiziertes Medizinprodukt geplant“, sagt De Meo. Zurzeit laufen Gespräche mit verschiedenen Krankenkassen über eine mögliche Zusammenarbeit.

De Meo und seine Helfer halten die Mehrheit an dem Start-up. Sie haben weitere erfahrene Mitgründer gewonnen, die das Führungsteam um De Meo als Chef stellen: der Ex-McKinsey Berater und Pharmamanager Christian Weber ist für Finanzen und IT verantwortlich, der Humanmediziner Jörg Martin, langjähriger Geschäftsführer vom Klinikverbund RKH Gesundheit, ist für den Bereich Medizin zuständig.

Investiert ist auch der einstige Gründer der Helios-Kliniken

Für den Start und die ersten Phasen der Vermarktung von AImaxDoc steht laut De Meo ausreichend Kapital bereit, weitere externe Investoren sind an Bord. Einer davon ist der einstige Gründer der Helios-Kliniken, Lutz Helmig. Er beteiligte sich, weil mit dem Angebot „ein ungelöstes Problem, nämlich die rechtzeitige Erkennung echter Notfälle, gelöst wird“, sagt er. Wichtig ist ihm auch, dass die Lösung unabhängig von bestehenden Strukturen umsetzbar sein wird. Die seien innovationseinförmig, findet er: „Fortschritte in der Medizin kamen immer von der Seite, sehr selten von den Mediziniern“, sagt Helmig.

Tatsächlich verantwortet Tress, der bereits im vergangenen Jahr vom Gastroführer Guide Michelin per Auszeichnung mit einem Stern in die Riege der besten Köche Deutschlands und der unternehmerische Wachstumskurs haben offenbar auch die Tester überzeugt. Gault & Millau-Cheftester Jochen Rädeker lobt jedenfalls „den starken Trend zu nach-

neue Fertigung für abgepackte Lebensmittel, sondern eröffnete in Friedrichshafen am Bodensee auch ein neues Restaurant, das fünfte. Der Drang zu ökologischer Nachhaltigkeit und der unternehmerische Wachstumskurs haben offenbar auch die Tester überzeugt. Gault & Millau-Cheftester Jochen Rädeker lobt jedenfalls „den starken Trend zu nach-

Trotz der mauen wirtschaftlichen Lage betonen die Kritiker des Gault & Millau die Stärken der Gastronomie in Deutschland. „Kreativität ist immer die beste Antwort auf Krise“, sagt Cheftester Rädeker. „Die absolute Spitze in Deutschland ist noch besser geworden.“ Aber angesichts der Krisen auch kleiner.

Tress dagegen betreibt mit seinen drei Brüdern auf der schwäbischen Alb eine wachsende Unternehmensgruppe in Familienhand, die mit knapp 100 Mitarbeitern neben Restaurants auch eine vegane Convenience-Nahrungsproduktion für Handelskunden wie Edeka, Aldi-Süd oder dm betreibt. Zudem ist das Unternehmen in den Betriebsgastronomie des Autoherstellers Mercedes-Benz aktiv. Als Alleinstellungsmerkmal gilt dabei, dass das Unternehmen seit 75 Jahren ausschließlich biologisch erzeugte Lebensmittel verwendet. So auch im 1950, dem Sternrestaurant der Gruppe. Dort kocht Tress selbst – ausschließlich mit Zutaten aus 25 Kilometern Entfernung. Hier serviert er weitgehend vegetarische Gerichte, die maximal reduziert sind. „Dass der Beifall zu unserem Tun immer lauter wird, freut uns natürlich“, sagt Tress.

Schon nach der Verleihung des Michelin-Sterns im vergangenen Jahr sei der Zuspruch durch Gäste stetig gewachsen. „Wir sind das erste Bio-Gastronomie-Restaurant Europas und das führt uns neue Zielgruppen zu“, sagt Tress. Sein Konzept beschreibt er mit: „Die Natur macht den Teller.“ Die Tress-Gruppe hat das vergangene Jahr mit einem Umsatzwachstum von etwa 25 Prozent abgeschlossen, genaue Zahlen kommuniziert das Unternehmen nicht. Tatsächlich investierte die Gruppe nicht nur einen zweistelligen Millionenbetrag in eine

© Handelsblatt GmbH. Alle Rechte vorbehalten. Zum Erwerb weitergehender Rechte wenden Sie sich bitte an nutzungsrechte@vhb.de.

Simon Tress