

Open Innovation und Lead Users in der Telemedizin

Paul Drews

Einleitung

Die Telemedizin gilt als ein wesentliches Innovationsfeld für Medizin- und Informationstechnik im Gesundheitswesen (BMBF 2008). An den Einsatz von Technik für telemedizinische Anwendungen sind große Erwartungen geknüpft und verschiedene Projekte haben gezeigt, dass diese in Teilen bereits heute erfüllt werden können. Für einen breiten Einsatz der Telemedizin ist es jedoch erforderlich, dass auch zukünftige Innovationen entwickelt und zur Anwendung gebracht werden.

In diesem Artikel wird der Frage nachgegangen, ob und wie ausgewählte Konzepte aus der Innovationsliteratur nutzbringend für die Telemedizin eingesetzt werden können. Vier für die Telemedizin relevante Konzepte werden vorgestellt, bevor diese zu konkreten Beispielen in Beziehung gesetzt werden. Anschließend wird geprüft, welche Potenziale sich aus diesen Konzepten für zukünftige Innovationsprozesse der Telemedizin ergeben.

Konzepte aus der Innovationsforschung

Die Entwicklung, Diffusion und Aneignung von IT-Innovationen im Gesundheitswesen ist ein komplexer sozialer Prozess (Rogers 2003). Eine Vielzahl unterschiedlicher Akteure beteiligt sich an diesem Ringen um Erfolge, die durch den Einsatz von IT erzielt werden sollen. Der Innovationsprozess ist in Teilen organisiert und strukturiert, folgt also bestimmten Mustern, andererseits spielen aber auch Faktoren wie persönliche Kontakte, Sympathie oder die Begeisterung für eine Technik eine wichtige Rolle. Versteht man Innovation als Problemlösen, ist es ein legitimes Ziel, Innovation zu fördern und Innovationsprozesse gezielt zu organisieren. Eine Innovation ist mehr als eine Erfindung (Invention), sie muss auch ihren Weg in die Anwendung finden und dort akzeptiert und genutzt werden. Dafür ist neben der Kommunikation über ein neues Verfahren auch ein Aneignungsprozess in den Organisationen erforderlich, die von ihm profitieren möchten. Im Folgenden werden vier Konzepte aus der Innovationsforschung vorgestellt. Abbildung 1 zeigt diese vier Konzepte in einer kurzen Zusammenfassung.

Sticky Information

Um ein Problem überhaupt erst lösen zu können, müssen Informationen zusammengetragen werden und die erforderlichen Problemlösungsfähigkeiten müssen vorhanden sein. Allerdings ist es nicht immer einfach, die erforderlichen Informationen zusammen zu bekommen. Wenn es schwierig ist, Informationen an sich zu bringen, sie zu transferieren und sie an einem anderen Ort anzuwenden, so sind diese Informationen *„sticky Information“* (Hippel 1994). Die bisherigen telemedizinischen Projekte zeigen, dass die für einen erfolgreichen Einsatz erforderlichen Informationen teilweise sehr *„sticky“* sind und daher eine enge Kooperation zwischen den Akteuren aus Entwicklung und Anwendung erforderlich ist.

Lead Users und Free Revealing

Eric von Hippel geht in seinem 1988 erschienenen Buch *„Sources of Innovation“* der Frage nach, was die Quelle von Innovation ist (von Hippel 1988). Er kommt zu dem Ergebnis, dass es insbesondere die *„Lead Users“* sind, die Anforderungen an Produkte stellen, die normale Anwender erst Jahre später haben werden. Die Untersuchungen von Eric von Hippel bezogen sich auf mehrere Branchen. Ausgehend von dieser Erkenntnis stellt sich für Hersteller die Frage, wie diese *„Lead Users“* systematisch in die Neu- und Weiterentwicklung einbezogen werden können. Hinzu kommt, dass die *„Lead Users“* in Ermangelung einer Lösung am Markt häufig selbst beginnen, Lösungen für ihre Probleme zu entwickeln. Die *„Lead Users“* sind allerdings nicht nur in der Lage, eigenständig Lösungen zu entwickeln, sie stellen diese nicht selten auch anderen Anwendern und den Herstellern freiwillig zur Verfügung. Dies wird als *„Free Revealing“* bezeichnet (Reichwald und Piller 2006, von Hippel 2005). Sie selbst sind häufig nicht an einer Vermarktung ihrer Lösungen interessiert, vielmehr hoffen sie darauf, dass ein Hersteller ihre Idee aufgreift und professionell umsetzt. Und obwohl ihnen eigentlich ein Teil des mit einer fertigen Lösung erwirtschafteten Gewinns zustehen würde, verzichten sie häufig darauf. Dies hat auch damit zu tun, dass Zahlungen von Herstellern an ihre Kunden in der Regel nicht vorgesehen sind. Schlimmstenfalls können diese als Korruption angesehen werden. Auch würden Hersteller durch Zahlungen dieser Art eingestehen, dass ein Produkt nur teilweise aus ihren Händen stammt und damit die Legitimation für die alleinige Gewinnverwertung in Frage stellen. Die Anwender hingegen profitieren von der Anerkennung durch den Hersteller und andere Anwender, ihr Ansehen steigt.

Open Innovation

Die grundlegende Idee von Open Innovation ist gleichzeitig einfach und wichtig: Hersteller müssen feststellen, dass nicht alle klugen Leute (‐smart people‐) für sie arbeiten (Chesbrough 2003, Chesbrough, Vanhaverkeke, et al. 2006, Reichwald und Piller 2006). Stattdessen arbeiten sie auch bei Kunden, Lieferanten und anderen Herstellern. Nicht immer ist es sinnvoll, diese Akteure abzuwerben und ins eigene Unternehmen zu integrieren. Es besteht auch die Möglichkeit, mit diesen über die Unternehmensgrenzen hinweg zu kooperieren. Ideen können so von außen in Unternehmen einfließen und ebenso können Ideen aus einem Unternehmen in anderen weiterverwendet werden, beispielsweise in Spin-Offs. Zusätzlich können Hersteller auch von Lizenzen profitieren, die sie nicht selbst erzeugt haben. So können Kunden Lizenzen erzeugt haben, an deren Vermarktung sie selbst nicht interessiert sind.

Innovationsfördernde Kooperationsformen aus der Praxis

Nachdem im vorigen Abschnitt vier Konzepte aus der Innovationsforschung kurz vorgestellt wurden, folgt nun ein Überblick über verschiedene innovationsfördernde Kooperationsformen, die bereits heute im Bereich der Telemedizin praktiziert werden. Grundlage für diese Zusammenstellung ist eine qualitativ-empirische Studie zum Innovationssystem für IT im Gesundheitswesen, die der Autor im Rahmen seines Promotionsvorhabens an der Universität Hamburg durchgeführt hat. Zusätzlich wird bei einigen Kooperationsformen auf Artikel verwiesen, in denen konkrete Beispiele detaillierter vorgestellt werden.

Kooperationen zwischen Wissenschaft und Wirtschaft

Eine besondere Möglichkeit besteht im Gesundheitswesen bezüglich der Kooperation von Wissenschaft und Wirtschaft, da die Universitätskliniken zugleich wissenschaftlicher Partner und Anwender von neuen telemedizinischen Anwendungen sein können. Die Ergebnisse veröffentlichen die Wissenschaftler in der Regel im Sinne eines ‐free revealing‐. Sie geben ihre Erfahrungen dabei gerne an das interessierte Fachpublikum (über Tagungen und Publikationen) als auch an die Wirtschaft weiter. Dies funktioniert auch deshalb so gut, da Hochschulen bzw. Universitätskliniken häufig nicht daran interessiert sind, funktionsfähige Prototypen selbst zur Marktreife weiterzuentwickeln und zu vertreiben. Langfristig können auch sie davon profitieren, wenn sie ihr Know-How an einen Hersteller weitergeben, der dann eine professionelle Produktentwicklung starten kann. Die Hersteller profitieren auch davon, wenn sie die Zusammenarbeit mit dem initialen ‐Lead User‐ aufrechterhalten...

Ä

Dokumentinformationen zum Volltext-Download

Ä Titel:

Open Innovation und Lead Users in der Telemedizin Artikel Ä ist erschienen Ä in:

Telemedizinführer Deutschland, Ausgabe 2009

Kontakt/Autor(en): Drews Consulting e. K.

Paul Drews

Beim Schlump 90

20144 Hamburg

Tel.: +49 (0) 40 / 41 35 56 10

Fax: +49 (0) 40 / 41 35 56 11

info@drewsconsulting.de Seitenzahl:

4,5 Sonstiges:

1 Abb. Dateityp/ -größe: PDF / Ä 132 kB Ä Click&Buy-Preis Ä in Ä Euro: 0,00

Ä Rechtlicher Hinweis:

Ein Herunterladen des Dokuments ist ausschließlich Ä zum persönlichen Gebrauch erlaubt. Jede Art der Weiterverbreitung oder Weiterverarbeitung ist untersagt.

Hier gehts zum freien PDF Download...