



Andreas Joehle, Vorstandsvorsitzender der Paul Hartmann AG, (re.) und Michal Krejsa, Geschäftsführer Hartmann Österreich, (li.) im Gespräch mit der ÖKZ

©HARTMANN

The end of sexy: Ein neues Paradigma für Innovationen

Die Digitalisierung ist kein Allheilmittel für das Gesundheitswesen. Bei Innovationen kommt es zukünftig darauf an, messbare Mehrwerte zu schaffen.

Davon ist der CEO der HARTMANN Gruppe, Andreas Joehle, überzeugt und schlägt einen Kurswechsel und eine neue Denkweise für die Entwicklung von Innovationen vor.

Bei der Debatte um Innovationen im Gesundheitsbereich blicken viele in der Industrie derzeit nur auf Produkte und Dienstleistungen, die bahnbrechende Veränderungen versprechen. Digitalisierung gilt in vielen Bereichen als Allheilmittel.

Dabei geraten zentrale Fragen aus dem Blickfeld: Welchen messbaren Mehrwert schaffen die Innovationen für Patienten und das Pflegepersonal? Wie lassen sich Kosten senken? Wie gehen Patienten mit Leistungskürzungen um? Diese Fragen sind entscheidend und weisen auf einen ganzheitlichen Ansatz hin, weil zum einen die Lebenserwartung der Menschen in Europa steigt und chronische Krankheiten zunehmen. Damit steigen die Kosten im Gesundheitssystem weiter – und das bei gleichbleibenden oder womöglich sinkenden Budgets. Zum anderen wird sich der Fachkräfte-Mangel weiter verstärken. So ist beispielsweise in den OECD-Ländern etwa ein Drittel aller Mediziner älter als 55 Jahre. Bis 2030 könnten alleine in Deutschland mehr als 400.000 Pflegekräfte fehlen.

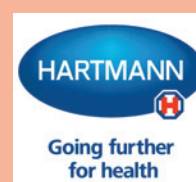
Diesen Rahmenbedingungen müssen wir uns stellen. Sie werden einen starken Einfluss auf die Entwicklung von Innovationen im Gesundheitssektor haben. Andreas Joehle, CEO der HARTMANN Gruppe, einem der führenden europäischen Anbieter von Medizin- und Pflegeprodukten, schlägt deshalb ein neues Paradigma für die Innovationswelt im Gesundheitsbereich der Zukunft vor. Er stellt dazu folgende Thesen auf:

- :: Die Kosten werden zum entscheidenden Treiber für die Entwicklung von Innovationen. Zukünftig wird es auf Produkte und Dienstleistungen ankommen, die einen messbaren, evidenzbasierten Mehrwert schaffen.
- :: Jede Innovation muss mittelfristig dazu beitragen, Zeit und Kosten zu sparen. Abläufe und die Anwendung von Produkten müssen einfacher werden, damit auch weniger qualifizierte Pflegekräfte gewisse Aufgaben übernehmen können. Ein Beispiel hierfür ist die meist sehr kostenintensive und aufwendige Behandlung chronischer Wunden. HARTMANN geht den Weg, auf nur zwei Produkte zu setzen, mit denen sich die Mehrheit der Wundtypen behandeln lässt. Diese können dann auch von Assistenten in Praxen angelegt werden, die eine Schulung erhalten haben.
- :: Digitale Innovationen zu schaffen, nur um einem Trend zu folgen, ist keine Lösung. Neue Produkte und Dienstleistungen im Gesundheitsbereich müssen stattdessen eines oder mehrere der folgenden Kriterien erfüllen: den medizinischen Fachkräften mehr Zeit

verschaffen, die Qualität verbessern, einfach anwendbar sein und einen positiven wirtschaftlichen Effekt haben. Nur dann ist auch die Digitalisierung sinnvoll.

Die zukünftigen Rahmenbedingungen werden die Welt der Innovationen also stark verändern: von vermeintlich spektakulär – sexy – hin zu vernünftig, smart und Mehrwert schaffend. ::

2 Jubiläen, ein Unternehmen



HARTMANN Österreich wird 40 und die Paul Hartmann AG feiert 2018 ihr 200-Jahre-Jubiläum.

Was 1818 als deutsche Baumwollspinnerei begann, ist heute ein weltweit agierendes Unternehmen im Gesundheitswesen. Damals wie heute galt und gilt es, sich den aktuellen Herausforderungen zu stellen – von den Anfängen der Wundbehandlung über das Aufkommen der Desinfektion bis hin zur Digitalisierung. Der heute verfolgte Ansatz der ganzheitlichen Patientenversorgung bedeutet auch für die Paul Hartmann AG, sich in ihrer Unternehmenskultur so weiterzuentwickeln, um ihre gesteckten Ziele zu erreichen.

www.hartmann.info