

Digitale Innovationen

Werbung beim Ministerialapparat

Junge Unternehmen haben es im Gesundheitswesen nicht einfach. Oft fehlt das gegenseitige Verständnis, klagen die Jungunternehmer. Gesundheitsminister Jens Spahn will nun seine Mitarbeiter aus dem Ministerium für den digitalen Gesundheitsmarkt begeistern.



Foto: vegafstock.abbie.com

Wann wird aus einer Idee ein erfolgreiches Unternehmen? Viele Institutionen suchen auf Veranstaltungen nach dem einen guten Einfall.

Seit mehr als drei Jahren sind viele Institutionen im Gesundheitswesen auf der Suche nach jungen Erfolg versprechenden Start-up-Unternehmen. Ohne einen „Pitch“ von Ideen scheint keine Institution und keine Veranstaltung im Gesundheitswesen mehr auszukommen. Noch vor zwei Jahren wurden diese Fünf-Minuten-Vorträge nur in den Zirkeln der jungen Unternehmer gehalten. Gelegentlich kamen auch Abteilungsleiter von großen Konzernen vorbei, um aus der kreativen Kraft der Jungen schöpfen zu können. Nun ist das anders: Kein Kongress ohne Pitch-Sessions, Unternehmen aus der Gesundheitswirtschaft engagieren sich in den Nachwuchsakademien, kurz „Incubators“. Auch die Kassenärztliche Bundesvereinigung hat zwei Pitches veranstaltet und will im September einen Sieger küren und diesen den Weg in die Versorgung bereiten.

So weit ist das Bundesgesundheitsministerium (BMG) noch nicht. Während der frühere Minister Hermann Gröhe (CDU) sich auf zwei Sommerreisen mit Journalisten bei Pitch-Sessions über die neuen Ent-

wicklungen bei Start-ups informiert hat, holt der heutige Hausherr Jens Spahn (CDU) die jungen Unternehmer in sein Ministerium nach Berlin. Unter dem Motto „Innovation trifft Politik“ ließ Spahn fünf Start-ups vor seinen Mitarbeitern ihre Ideen vorstellen. Von den Unternehmen sind einige bereits gut am Markt positioniert, andere stecken noch in den Kinderschuhen. Spahn will mit dieser freiwilligen Fortbildung im Rahmen einer längeren Mittagspause seinen Mitarbeitern ein Gefühl dafür geben, „was da in der digitalen Gesundheitsszene abgeht“, so Spahn bei der Begrüßung. Im BMG wird dem Vernehmen nach an mehreren Gesetzesvorhaben zum Thema E-Health gearbeitet. Nach Spahns Überzeugung sollen die Mitarbeiter auch lernen, dass „bevor etwas reguliert wird, man es verstehen sollte“.

Fünf Unternehmen, fünf Minuten

Unter diesem Motto geht es Schlag auf Schlag: Unter der Moderation von Gottfried Ludewig, zuständiger Abteilungsleiter für Digitales im BMG, präsentiert sich jedes Unternehmen in fünf Minuten. Ein paar Nachfragen aus dem Publikum sind zugelassen. Als erstes präsentiert sich Ada-Health, eins der Top-Unternehmen aus Berlin, welches kürzlich 40 Millionen Euro bei Investoren eingesammelt hat. Mitgründer Daniel Nathrath erklärt, wie die Software 12 000 Krankheiten analysieren kann. Zunächst war die Entwicklung als System zur Unterstützung von ärztlichen Diagnosen gedacht, seit zwei Jahren setzen sie auch auf den Patienten als Zielgruppe. Rund vier Millionen Nutzer hat Ada, nach eigenen Angaben sind sie in 130 Ländern im App-Store vorhanden. In Deutschland

wird die App für Patienten seit acht Monaten angeboten.

Als zweites steht Maximilian Grönemeyer vor den BMG-Mitarbeitern: Er ist Mitgründer von „Kenkou“, Japanisch für Gesundheit. Sein Unternehmen setzt auf Prävention von Stress- und damit Herz-Kreislauf-Krankheiten. Die App misst mit verschiedenen Technologien den Stresslevel. Aus den gewonnenen Daten werden täglich Tipps zum Lebensstil geliefert. Als drittes Unternehmen präsentiert „Mimi“ einen Hörtest, der möglichst frühzeitig den Hörverlust zu erkennen. Die als CE-Klasse 1 zugelassene App hat bereits die Krankenkasse Barmer als Partner für Präventionsprogramme und wurde 1,5 Millionen Mal heruntergeladen.

Auch das Unternehmen „neotiv“, eine Ausgründung der Universität Magdeburg, setzt auf Prävention: Mit einem eigens entwickelten digitalen Biomarker soll mithilfe der App frühzeitig erkannt werden, ob eine Alzheimer-Erkrankung vorliegt. Noch ist die App nicht erhältlich, die Zulassung zum Medizinprodukt laufe, ein Antrag für den Innovationsfonds soll gestellt werden, berichtet Gründer Chris Rehse.

„Preventicus“ aus Jena ist Unternehmen Nummer fünf bei diesem ersten BMG-Pitch. Gründer Thomas Huebner erläutert, wie seine App als Prävention eines Schlaganfalls und bei Vorhofflimmern eingesetzt werden kann. Auch hier wird der Puls mithilfe des Smartphones gemessen und im Notfall einen Alarm ausgelöst.

Das BMG will diese Veranstaltungsreihe für Mitarbeiter in jedem Quartal fortsetzen. Auch andere Gründer sollen so die Gelegenheit bekommen, ihre Visionen zu präsentieren. **Rebecca Beerheide**