

"Vi vil skabe en forandret innovationskultur"

Af STEFAN SINGH KILAYO offentliggjort 21.03.14 kl. 12:00

Et Stanford-inspireret initiativ, der på sigt bl.a. kan udmøntes i en MBA-uddannelse, vil skabe kommercielt tænkende ambassadører for innovation i både det offentlige og det private.

Man skal tænke hele værdikæden med både betaler, bruger og erhvervsliv ind i innovationen i sundhedssektoren, og det er bl.a. med det sigte, at initiativet Inno-X årligt uddanner 8 kandidater, der meget gerne skulle være med til at sprede innovativ tankegang som ringe i vandet, der rækker ind på både hospitalsafdelingen og hos virksomhederne.

"Vores kandidater er allerede så småt i gang med at påvirke deres hjemmeliv i det offentlige sundhedsvæsen. De bruger de redskaber, vi har givet dem, til at skabe mere innovation ude i afdelingerne. Og de er mere åbne for at inddrage eksterne parter," forklarer Sys Zoffmann Glud, der er projektleder for Inno-X, og fortsætter:

"Det håber vi kan sprede sig som ringe i vandet i både det offentlige og det private, så vi får ambassadører, der kan være med til at sprede denne innovationskultur, som giver en forståelse af, at det kan være nødvendigt med mere end den monofaglighed, der er i hospitalsvæsenet."

Kendskab til begge sider

Der er efterhånden flere og flere midler til OPI-projekter, og det at have ambassadører på begge sider af bordet tror Sys Zoffmann Glud på, kan være med til at skabe nogle endnu bedre projekter, hvor den sproglige barriere er nedbrudt.

"Skal man lave noget, der kan skabe værdi i hele værdikæden, så er man nødt til at have kendskab til både sundhedsvæsenet og den kommercielle side."

Bevillingerne til initiativet fra Vækstforum, Region Midtjylland, Aarhus Universitet og Aarhus Universitet faldt på plads i april sidste år, hvorefter rekrutteringen til innovations- og iværksætteruddannelsen biomedical design begyndte. Uddannelsen er inspireret af Stanfords biodesign-program.

Bevillingerne rækker til næste års kandidater. Derefter kigger man på at ændre strukturen, så det bliver en MBA-lignende betalingsuddannelse. Det kan også betyde, at uddannelsen ændres til enten at være en deltidsuddannelse over to år eller en fuldtidsuddannelse over et år. Håbet er også, at det kan blive et nationalt initiativ med base i Aarhus, så der bliver sendt kandidater ind fra hele landet.

Blandet flok

Første årgang bestående af 8 kandidater begyndte august 2013, som har været i gang på deltid ved siden af deres fuldtidsjob.

"De er blevet klædt på med en række etnografiske værktøjer til at foretage feltstudier ude i det kliniske miljø. De har brugt to måneder på en hospitalsafdeling på Aarhus Universitetshospital, hvor de har gjort sig rigtig mange observationer, ud af hvilke de har trukket nogle problemstillinger frem, hvor de kan se, at der er et behov, som skal dækkes. Enten af bedre procedurer eller måske af et produkt i en eller anden form." Sidenhen har kandidaterne arbejdet med at omformulere behovene til mere konkrete tanker og derefter prioriteret dem, også med udgangspunkt i det kommercielle marked.

Det er en blandet flok af kandidater. Der er to læger, en radiograf, en fysioterapeut, to ingeniører, en jordemoder, og en udenlandsk kandidat, der har arbejdet med produktudvikling.

"Den tværfaglighed er særdeles gavnlig for processen. Man ser på behovsstadiet fuldstændigt forskelligt på problemstillingen, og man ser meget forskelligt på løsningerne."

Værdi for bruger, betaler og firma

Kandidaterne lærer altså ifølge projektlederen også at tænke i kommercielle baner. Hvordan er markedet skruet

sammen, hvorfor dækker de eksisterende produkter ikke de behov, som man har fundet i klinikken, og på den måde finde ud af, hvordan man kan differentiere sig med den løsning, man selv arbejder på?

"Vi satser også meget på at indarbejde en bevidsthed om at tage hensyn til hele værdikæden. Man skal ikke blot have en bevidsthed om, at der er forskel på bruger og betaler i sundhedsvæsenet, men også at tænke på at skabe værdi for både bruger, betaler og den virksomhed, der evt. skal kommercialisere et produkt, hvad enten det bliver et start-up eller en eksisterende virksomhed, ligesom der også gerne skal være et sundhedsøkonomisk output."

De skal kunne sandsynliggøre værdi for hele kæden i systemet. Man fokuserer eksempelvis meget på at skabe løsninger, der kan afkorte patientens ophold på hospitalet.

"Men hvis opholdet på hospitalet bliver afkortet med den konsekvens, at man skubber nogle udgifter over på kommunen, så kan løsningen møde nogle barrierer ude i kommunen. Så det skal som minimum være bevidst om," siger Sys Zoffmann Glud og pointerer:

"Kombinationen af at træne behovsdrevet innovation, frem for teknologidrevet innovation, og at tænke skridtet videre i forhold til at inddrage hele værdikæden og det sundhedsøkonomiske aspekt, er ret unikt i Danmark indtil videre, vil vi mene."

Forandret kultur

Det skal som først nævnt gerne kunne sende ambassadører ind i både det offentlige og det private system.

"Vi håber hvert år at kunne have et godt match af kandidater, der er ansat i det offentlige sundhedsvæsen og så i det private erhvervsliv," siger hun og tilføjer:

"Vi vil skabe en forandret innovationskultur inden for sundhedsinnovation. At skabe en erhvervsrettet innovationstankegang i både det private og det offentlige."

Mange af de løsninger, kandidaterne er i gang med at arbejde på, har ifølge Sys Zoffmann Glud potentiale i forhold til at blive partner med en eksisterende virksomhed med henblik på videre udvikling.

"Vi skal måske om en måned eller to til at gå i gang med skabe konkrete kontakter til virksomheder og få etableret nogle samarbejder. Det er lovende."

Inno-X blev oprindeligt startet op under navnet Bio-X, men måtte af rettighedshensyn skifte navn. Ud over uddannelsesbenet, som er beskrevet i denne artikel, er der også et forskningsben.

[Sundhedsprojekter snupper innovationsmillioner](#)

[Lægers produkt-behov bliver kortlagt i database](#)

[Nyt initiativ skal få industrien ind i hjertet af supersygehus](#)