



Identifikation af markeds barriere

Denne one-pager omkring markeds barriere i Tyskland og Skandinavien er baseret på den rapporten: Identifikation af markeds barriere udarbejdet i arbejdsplan 6.1.

Rapporten evaluerer forskellige markeds adgangsbarrierer for det skandinaviske og tyske sundhedsmarked for nye produkter. Evalueringen dækker årsager, udfordringer og adgangsbarrierer i forbindelse med adgang til det skandinaviske og det tyske marked, markedstendenser, målgrupper, salgskanaler og samarbejde med brugere og købere. Denne rapport præsenterer resultaterne af kvalitative interviews og workshops med partnere fra forskellige institutioner og virksomheder (f.eks. producenter af medicinsk udstyr og softwareudviklingsselskaber). Workshop og interviews blev udført i Danmark og Tyskland, i alt med 29 deltagere. De tre vigtigste adgangsbarrierer, som udfordrer virksomhederne, er identificeret til: (1) implementering og håndtering af medicinsk udstyrsforordning og national lovgivning, (2) forskellige sundhedsvæsenets systemets struktur og (3) sproget, især nationale beskrivelser af sundhedsvæsenets systemets struktur og andre informationer.

Barriere ved implementering af den nye forordning for medicinsk udstyre og national lovgivning

- Vi er godt informeret om processen i Danmark, men udfordringer er primært udbudsprocessen og den høje efterspørgsel efter evidensbaserede produkter [dansk virksomhed]
- Lovgivningen og strukturen for "Hilfsmittelverzeichnis" i Tyskland [dansk virksomhed]

Forskellige sundhedsvæsenets systemets struktur

- Som leverandør er du ansvarlig for udbudsaftaler/prisaftaler med de større regioner [tysk virksomhed]
- Lovgivningen og strukturen for "Hilfsmittelverzeichnis" i Tyskland [dansk virksomhed]
- I Danmark er der et åbent innovationsmiljø. Dog kæmper DK med markeds skalering. Udbyttet af dette miljø er innovativ produktudvikling med slutbrugeren og behovene i fokus.
- Det tyske marked er ikke interesseret i nye innovative ideer på grund af, hvordan refusionssystemet fungerer [dansk virksomhed]
- Forskelligheder i sundhedssystemer betyder forskellige økonomiske incitamenter med hensyn til behandling af patienter [danske og tyske virksomheder]

Markeds barriere relateret til sprog, især tyske virksomheder nævnte dette

- Relevante oplysninger er kun tilgængelige på nationalt sprog, f.eks. omkring "Hilfsmittelverzeichnis", udbudsproces m.fl. [danske og tyske virksomheder]
- Tyskerne foretrækker at tale tysk [dansk virksomhed]
- Manglende viden om udbudsprocesser på tværs af grænser [tysk virksomhed]
- Oplysninger og viden findes på nationale sprog [danske og tyske virksomheder]

Næste fase er at kortlægge markedsadgangsstrategier til disse tre barrierer, anvendes som udgangspunkt for strategierne til at minimere barriere. Det vil være meget værdifuldt for danske og tyske virksomheder at få adgang til et økosystem, der kender sundhedsområdet og markedsadgangsstrategier understøttet af relevante partnere, tjenester, værktøjer og metoder. Det næste trin er at identificere strategier, der letter virksomhederne adgang til grænseoverskridende markedsindtræden, yderligere at udvikle nye strategier og værktøjer til at overvinde markedsadgangsbarrierer.