

PHILIPS SPEECH RECOGNITION SYSTEMS

Wiener Melange mit Sprengsatz



Schulterschluss: Ladewig (Kuhlmann) und Wassink (Philips) nehmen fortan gemeinsam den Markt ins Auge.

Philips Speech Recognition Systems GmbH kauft ein: Erst übernahmen die Wiener den Vertriebszweig von Dictanet, dann mit Kuhlmann Informations-Systeme einen der Großen, die Philips Spracherkennung im Klinikumfeld integrieren. Beide Male schwieg Philips. Bescheidenheit einer Marktgröße? Es scheint eher so, als bereite Philips in aller Stille das Umkrempeln des Klinikmarktes für Spracherkennung vor.

Eigentlich fängt die Geschichte anders an: Zu Beginn des Jahres schwappte das Gerücht durch die Branche, der Elektronik- und Hardware-Hersteller Royal Philips denke darüber nach, Philips Speech Recognition Systems GmbH (PSRS) als Software-Hersteller zu verkaufen. Manko der Wiener Entwicklungssparte: fehlender Marktzugang.

Dem kann begegnet werden, mag man sich in der Triester Strasse im zehnten Wiener Bezirk gesagt haben. Und machte die Kasse auf: Im Sommer schnappte sich PSRS die Vertriebspartie von Dictanet aus Berlin. Schon damals schwieg PSRS zu seinem Coup. Schweigen begleitete auch die zweite Akquisition, die am 11. September unter Dach und Fach kam: PSR übernahm mit Kuhlmann Information-Systeme aus Elmshorn einen etablierten und verbreiteten Integrator im Klinikumfeld.

Man gebe kleinere Akquisitionen nicht offiziell bekannt, so Philips noch kurz vor der Medica. Die Anmerkung, dass Philips nun den Klinikmarkt für Spracherkennung in Eigenregie

massiv umkrempeln könne, hatte im Eiltempo ein Terminangebot auf der Medica zum Gespräch mit den beiden Geschäftsführern Marcel Wassink (Philips) und Holger Ladewig (Kuhlmann) zur Folge.

„Wir brauchen immer mehr Service Capability“, beleuchtet Wassink die Gründe einer Integrator Suche, denn: „SpeechMagic ist keine Box, die man einfach über die Mauer schmeißt.“ Da Kuhlmann stark im Vertrieb sei und Philips die technologische Basis bereitstelle, sei dies eine mögliche logische Konsequenz der langjährigen Partnerschaft gewesen. „Wir haben schon seit zehn Jahre eine Partnerschaft“, blickt Wassink zurück. In dem Sinne ändere sich geschäftlich

Nuance:

„Der Zusammenstchluss hat sicher Bedeutung für uns im deutschen Markt“, prognostiziert Peter Hauser, Internationaler Channel Manager von Nuance. „Doch wir haben eine starke Roadmap für den Deutschen Markt, an der wir festhalten.“

Entwicklung bei der Sprachverarbeitung wird zusätzlichen Nutzen für den Anwender schaffen durch Schnittstellen und Integrationen ganz tief in den Krankenhaus-Informationssystemen“, prognostiziert Ladewig, Geschäftsführer von Kuhlmann.

Stufe zwei des Konzepts ist daher schon im Visier – wenn nicht in Arbeit: „Dazu möchten wir dem Anwender einen zusätzlichen Nutzen darstellen, also Hilfestellung geben während der Erstellung der Befunde“, blickt Ladewig in die Zukunft. Was das konkret bedeutet, ist, dass die Spracherkennungs-Software beim Diktat einer Befundung zum Beispiel Plausibilitäts- und Unverträglichkeits-Checks zwischen Medikation und Indikation sowie Kontraindikationen zwischen einzelnen Präparaten in Echtzeit abgleicht und den Arzt bei Risiken warnt. Zudem wird er auf fehlende Eingaben und Informationen aufmerksam gemacht.

„Solche Entwicklungen lassen sich nur mit einem sehr guten Zugang zu dem Partnernetzwerk und den Endkunden durchführen“, schließt Wassink die

4voice:

„Ich habe eine hohe Übereinstimmung mit Marcel Wassink, über die Marktentwicklung“, sagt Kurt Martin, Vorstand von 4voice in München. „Wir bedienen nicht mehr nur Technikbegeisterte, sondern Personen, die Arbeitserleichterung erwarten.“

in dem Markt nichts Wesentliches. „Kuhlmann hat immer über Partner vertrieben und wir können jetzt gemeinsam mehr machen.“ Wie dieses Mehr aussehen kann? „Die zukünftige

Argumentation zum Kuhlmann-Erwerb ab. 400 Installationen im Klinikbereich und 500 bei niedergelassenen Ärzten sprechen für einen sehr guten Zugang. Aber Kuhlmann ist nicht der einzige, der auf Philips-Technologie setzt.

Da wäre zum Beispiel DictaPlus. Die Dürener haben mit DictaPlus 5 s eine sehr moderne und leistungsfähige Applikation am Markt. Schwierigkeiten stellen einzig fehlende Schnittstellen zu KI-, RI- und anderen Systemen dar. Dennoch: Das Programm wird gerade in allen 39 öffentlichen Pariser Krankenhäusern integriert. Und es setzt eine neuere Version von SpeechMagic ein, die erstmals Erkennung direkt auf dem Arbeitsplatzrechner ermöglicht, ohne dass der mit einem Server verbunden sein muss. Gute Gründe, einen Mitbewerber wie diesen jetzt von der Entwicklung abzukoppeln und zum Partner zweiter Klasse zu machen.

„Natürlich müssen wir alle Partner, die wir haben, gleich unterstützen. Da haben wir auch sehr viel Erfahrung aus der Vergangenheit“, versichert Wassink und führt als Referenzen Siemens und GE Healthcare an, mit denen Philips bei medizinischen Großgeräten im harten Wettbewerb steht. Und dann: „DictaPlus haben ihren Schwerpunkt eher auf dem Jura-Markt“, sagt der PSRS-Geschäftsführer und zitiert Zahlen: „Sie haben in Deutschland über 1.000 Kanzleien, die SpeechMagic nutzen.“ „Damit sei der Wettbewerb für DictaPlus...“ – sagt's und unterbricht sich, denn er spreche jetzt für DictaPlus, das müssten sie wohl selbst machen.

Vielleicht auch nicht, denn was sich da unterschwellig andeutet, ist die charmante Anweisung auf eine zukünftige Marschrichtung, raus aus dem Klinikmarkt. Denn ergänzte DictaPlus die fehlenden Schnittstellen, was in Jahresfrist vermutlich zu realisieren wäre, würde das Programm aus dem Rheinland ein höchst potenter Gegner – falls Philips nicht auch noch die Dürener erwirbt. Entsprechende Versuche, munkelt der Markt, soll es gegeben haben: PSRS

Mediainterface:

„Die Verschwiegenheit wird Gründe haben“, meint Achim Gröber, Geschäftsführer von Mediainterface. Er will nicht die Zukunft bewerten. Man muss abwarten, ob sich ein Monopol entwickelt, wie es Nuance in anderen Bereichen aufgebaut hat.

habe versucht, parallel zu Kuhlmann auch DictaPlus zu erwerben. Das hätte in der Tat viel Sinn gemacht. Die

Kernmärkte Jura und Medizin wären abgedeckt. Und diverse Lizenzen für medizinische Programme und Systeme, die Kuhlmann hat, hätten parallel oder ersatzweise in ein junges, modernes Produkt integriert werden können. Gänzlich aus der Luft gegriffen dürfte die Fama nicht sein. „Wir befinden uns in einem sehr dynamischen Markt mit vielen Optionen“, orakelt Wassink.

Eine Kampfansage an Nuance, den zweiten großen Anbieter von Spracherkennung, sieht Wassink aber durch den Erwerb von Kuhlmann und dem anerkannt guten Dictanet-Vertriebsteam nicht: „Nuance ist ein Hersteller von Spracherkennung. Punkt. Für uns ist das im deutschen Medizinmarkt kein Mitbewerber.“

Hätte Nuance nicht Anfang des Jahres in den USA mit Dictaphone gleichfalls einen Integrator im Kliniksektor gekauft, könnte das sogar stimmen. Aber der Schritt über den großen Teich ist nicht so groß. Und mit 4voice aus München ist bereits ein sehr aktives Unternehmen mit Spracherkennung von Nuance im deutschsprachigen Raum solide aufgestellt. Dass hier freundliche Koexistenz zu erwarten ist, scheint eher märchenhaft. „Prinzipiell sind wir offen, auch für Leute, die jetzt Mitbewerber sind“, wirbt Wassink zwischen den Zeilen um eine Migration der Bajuwaren.

Denn auch wenn sich Philips Mühe gibt, tief zu stapeln, von kleineren Zukäufen spricht und davon, dass eine lokale Erwerbung auf den globalen Gesamtmarkt wenig Auswirkungen haben wird: Prognosen besagen, die Investitionen in IT steigen bis 2010 auf fünf Prozent des jährlichen Klinik-Budgets. Und unverkennbar erfährt Spracherkennung eine deutlich zunehmende Akzeptanz bei Ärzten wie Klinikleitungen. Unter solchen Umständen ist auch ein einzelnes Stück des Milliarden-Kuchens zu attraktiv, um es im Rachen des Gegners verschwinden zu sehen. <<

Nicklas Geisendorf

Photo: Philips/Kalauer