

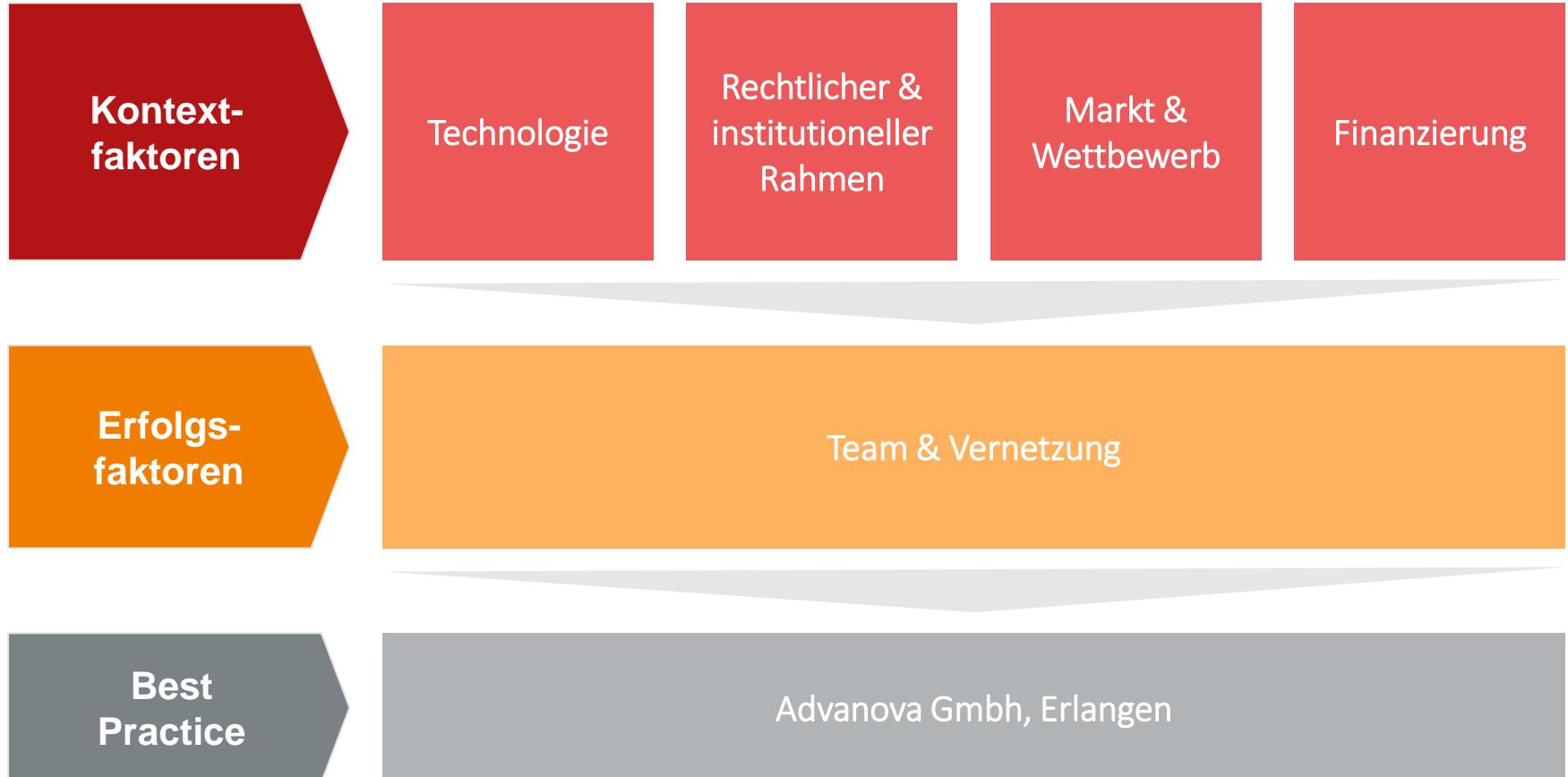
MEDICAL VALUE BY **MEDICAL VALLEY**

Hürden, Stolpersteine und Erfolgsfaktoren für Startups im eHealth Bereich

Dr. Steffen Schmidt / Julien Denis
10.09.2015



Hürden & Stolpersteine im eHealth Bereich



Kontextfaktoren für Startups im eHealth Bereich



Nur wer die Technologie versteht, versteht das Geschäftsmodell

- > Welche Wirkung erzielt die Technologie in der Gesundheitsversorgung?
- > Beachtung des „technischen Umfeldes“ und der Systemvoraussetzungen der Anwendung
- > Notwendigkeit der Integration in bestehende Systeme
 - » Schnittstellen
 - » Interoperabilität
 - » Internationale Standards (z. B. HL7)
 - » Telematikinfrastruktur

Kontextfaktoren für Startups im eHealth Bereich

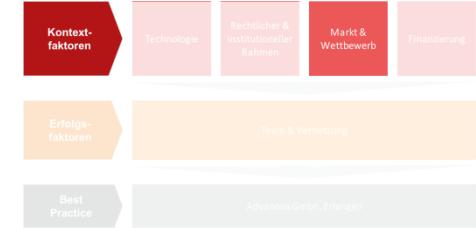


Rechtliches und regulatorisches Umfeld im Gesundheitswesen – die unendliche Geschichte

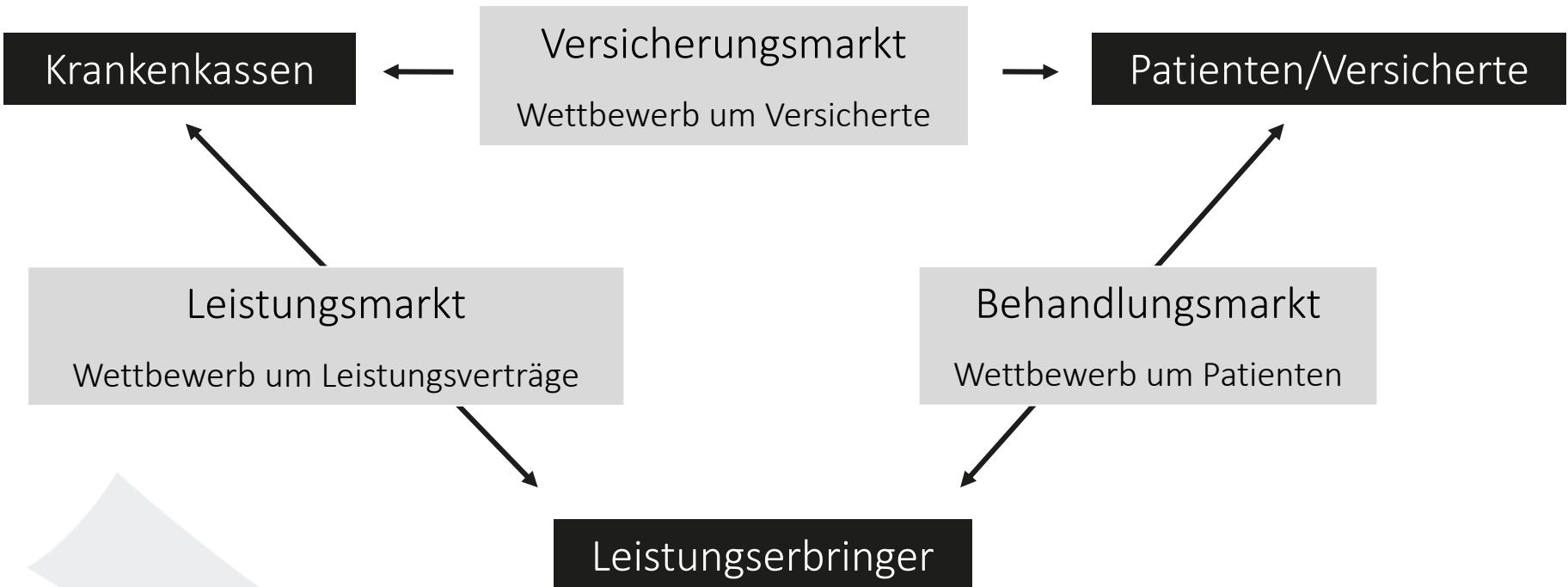
- > Schutz des geistigen Eigentums
- > Anforderungen an Datenschutz und Datensicherheit
 - » komplexe Gesetzgebung, uneinheitlich
 - » Beeinflussung der Produktfunktionen
- > Klassifizierung und Zulassung als Medizinprodukt

- > Welche Verordnungen gelten in dem adressierten Teilmarkt?
 - » starker politischer Einfluss von Interessengruppen
 - » Konfliktpotenziale
- > Welche Vergütungs- und Erstattungsmodalitäten existieren?

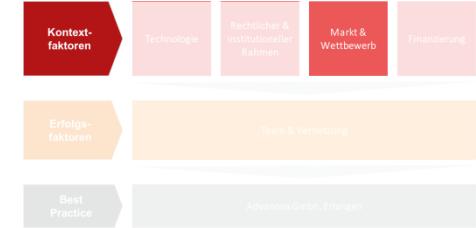
Kontextfaktoren für Startups im eHealth Bereich



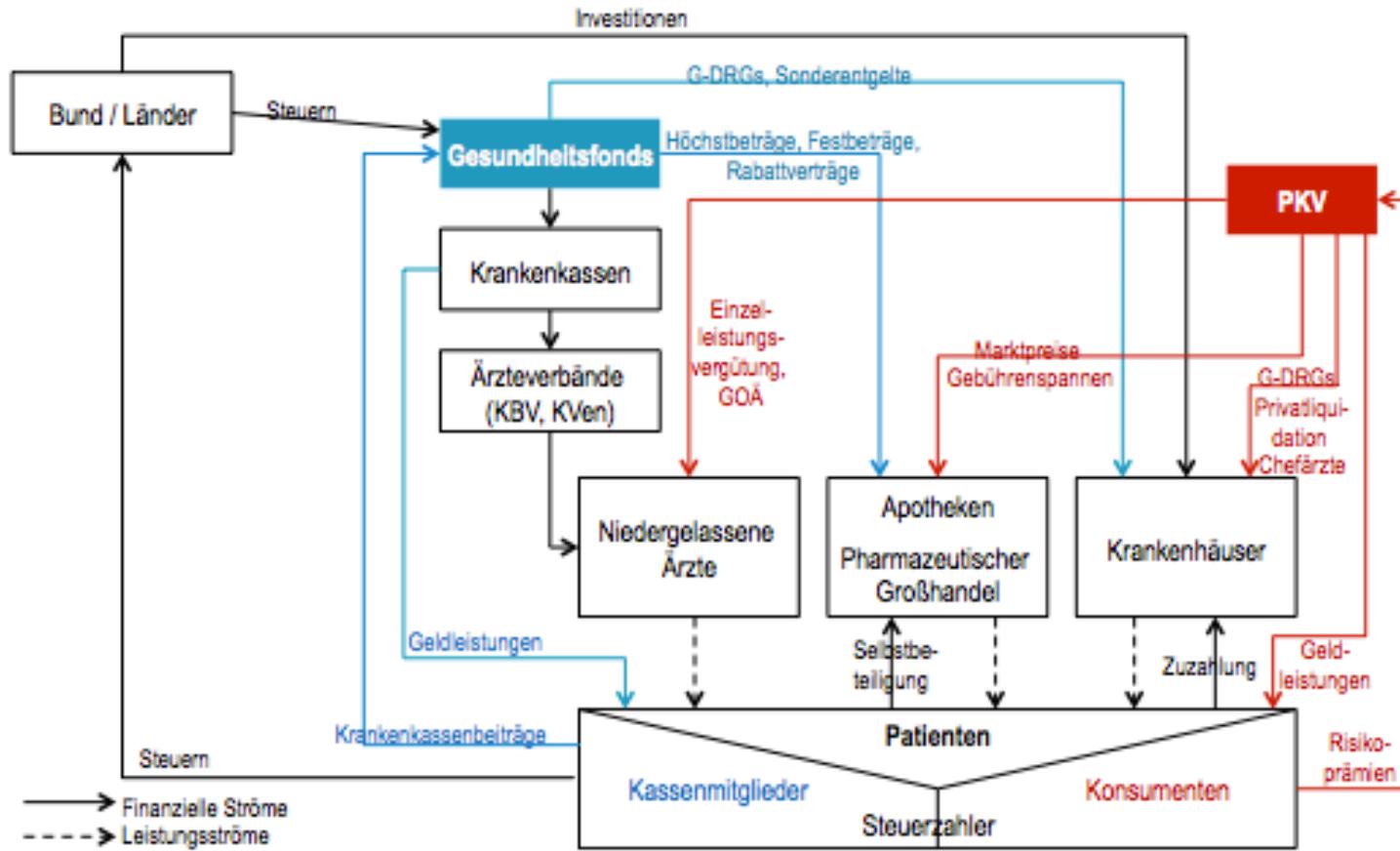
Markt und Wettbewerb im Gesundheitswesen – kein Markt wie jeder andere



Kontextfaktoren für Startups im eHealth Bereich



Markt und Wettbewerb im Gesundheitswesen – kein Markt wie jeder andere



Kontextfaktoren für Startups im eHealth Bereich



Markt und Wettbewerb im Gesundheitswesen – kein Markt wie jeder andere

- > Wachstumsmarkt Gesundheit – unter Druck
- > Rationalitätenfalle, Verantwortungsvakuum, angebotsinduzierte Nachfrage, etc.
- > Der Gesundheitsmarkt umfasst ein Volumen von ca. 300 Mrd. Euro
 - » Erster Gesundheitsmarkt
 - » gesundheitsrelevante Waren und Dienstleistungen, die im Rahmen des bestehenden Finanzierungssystems (GKV, PKV, Pflegeversicherung) erstattet werden
 - » Volumen: rund 232 Mrd. Euro (Gesundheitsausgaben der Sozialversicherungen + PKV)
 - » Zweiter Gesundheitsmarkt
 - » gesundheitsrelevante Waren und Dienstleistungen, die privat finanziert werden (Konsumausgaben)
 - » Volumen: rund 60 – 90 Mrd. Euro

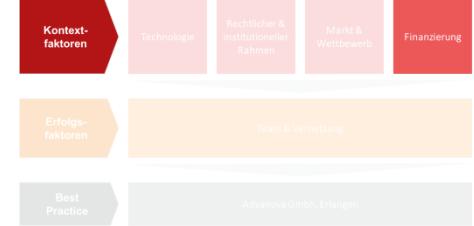
Kontextfaktoren für Startups im eHealth Bereich



Markt und Wettbewerb im Gesundheitswesen – kein Markt wie jeder andere

- > Eine gute Idee ist noch kein gutes Geschäftsmodell
 - » Wer sind die Stakeholder und wie sind deren Interessen?
 - » Welchen Effekt hat mein Produkt in der Versorgung mit welchen Konsequenzen für die Akteure?
 - » Ist die Akzeptanz beim Anwender gegeben?
 - » Ist der Anwender auch der Kunde?

Kontextfaktoren für Startups im eHealth Bereich



Finanzierung von eHealth Startups – gewusst wie!

- > Welche Finanzierungsmöglichkeiten existieren grundsätzlich und welche ist für mich geeignet?
- > Euphorie der Idee vs. langer Atem im Gesundheitswesen
 - » vgl. Marktbesonderheiten
 - » bürokratische, langwierige Prozesse
 - » Konsequenz: Hohen Überzeugungs- und Zeitaufwand einkalkulieren

Erfolgsfaktoren für Startups im eHealth Bereich



1) TEAM & VERNETZUNG ALS A&O

- > Interdisziplinarität
- > Kommerzialisierungsinteresse
- > Medizinische Komponente!
- > Know-How durch eigenes Team oder Kooperationspartner über
 - » Technologie
 - » Rechtlicher & institutioneller Rahmen
 - » Markt & Wettbewerb
 - » Finanzierung



<http://www.sprueche-suche.de/wp-content/uploads/2014/05/spruch-komm-wir-machen-teamwork.jpg>

Erfolgsfaktoren für Startups im eHealth Bereich



LEHRSTUHL FÜR
MUSTER-
ERKENNUNG

eGait



Universitätsklinikum
Erlangen



Molekulare Neurologie



ASTRUM IT

MEDICAL VALLEY
Europäische Metropolregion Nürnberg

Erfolgsfaktoren für Startups im eHealth Bereich



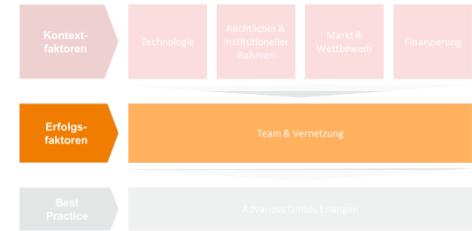
2) DAS PRODUKT: INTUITIV, EINZIGARTIG, VOLLKOMMEN

- > Hohe Inakzeptanz gegenüber Inventionen bei medizinischem Fachpersonal
- > MDD & MPBetrV: IEC 62366 (Gebrauchstauglichkeit)
- > Interoperabilität
- > Abwägung Datenschutz gegen Offenheit (Cloud)

→ je intuitiver desto besser

→ Wissenschafts-Kooperation sinnvoll

Erfolgsfaktoren für Startups im eHealth Bereich



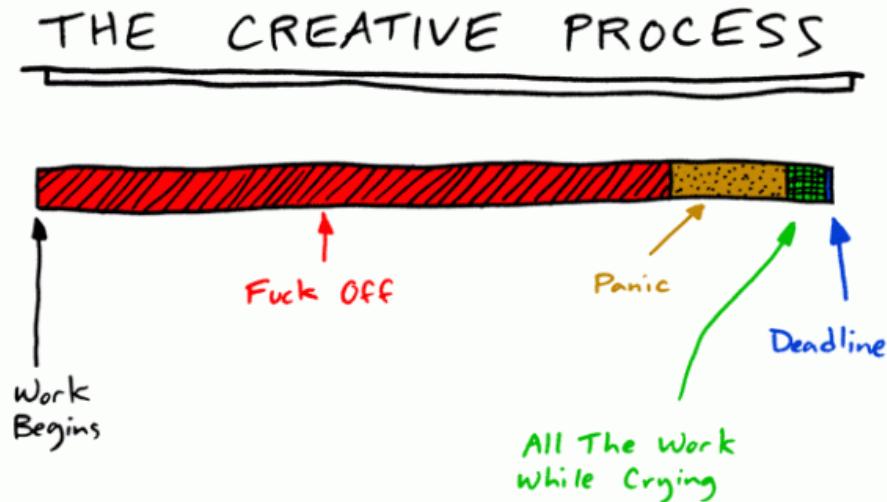
3) KONZENTRATION AUF DAS KERNGESCHÄFT

- > Welche Termine sind wichtig/ nicht so wichtig/ unwichtig?
- > Wie gestalte ich meine Arbeitsabläufe optimal?



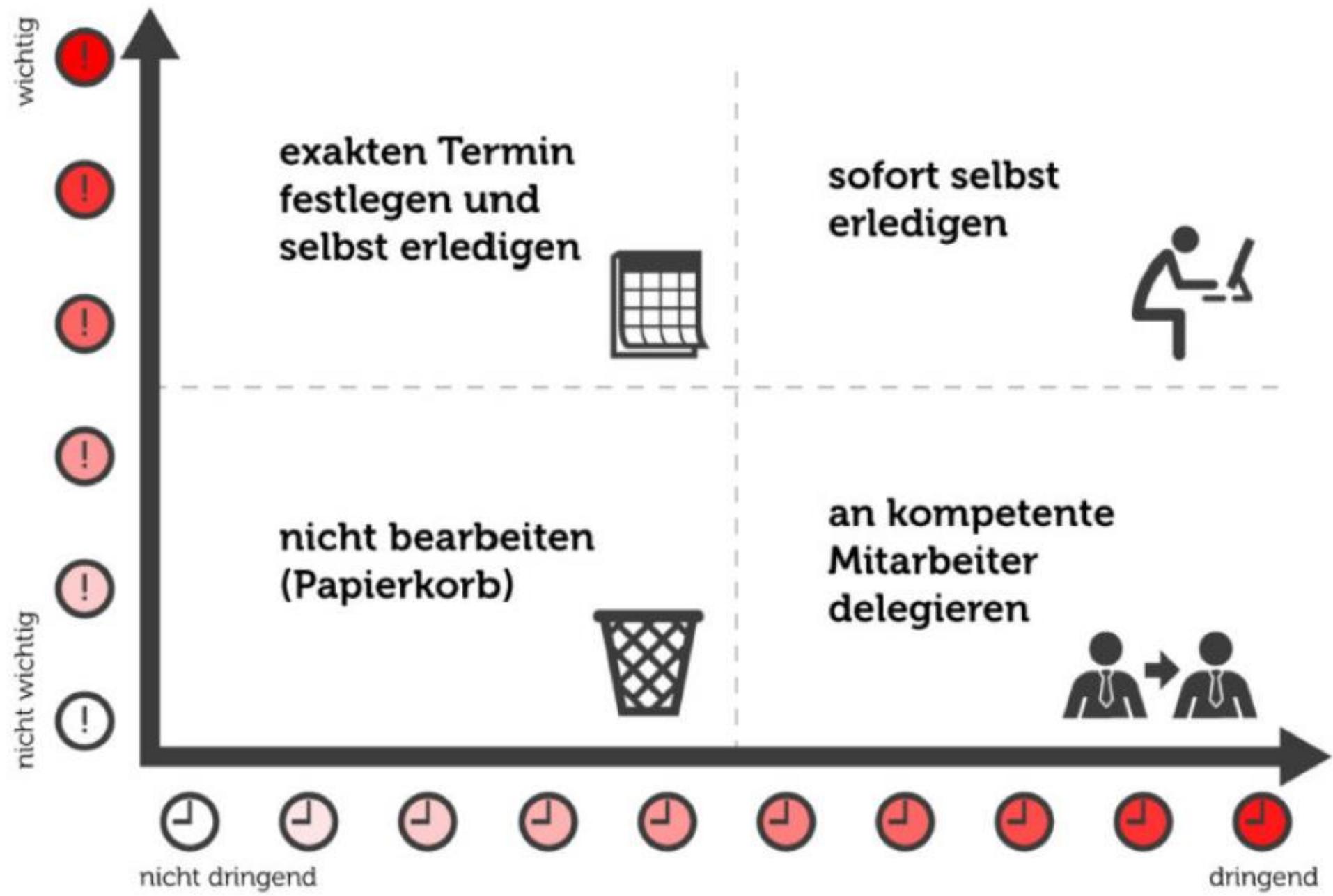
http://www.selection-germany.de/wp-content/uploads/2012/09/scholzfriends_welthungerhilfe1.jpg

Seite 13



<http://t3n.de/news/wp-content/uploads/2014/10/prokrastination-595x390.gif>



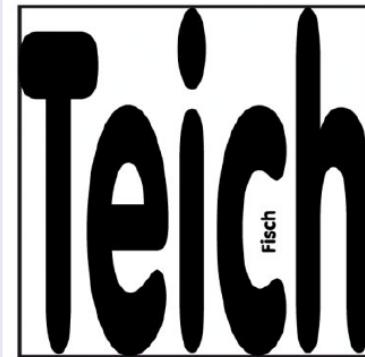


Erfolgsfaktoren für Startups im eHealth Bereich

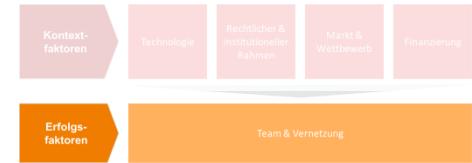


4) BESONDERHEIT DES MARKTES KENNEN

Grundsätzlich gilt: „Besser ein großer Fisch im kleinen Teich, als ein kleiner Fisch im großen Teich“



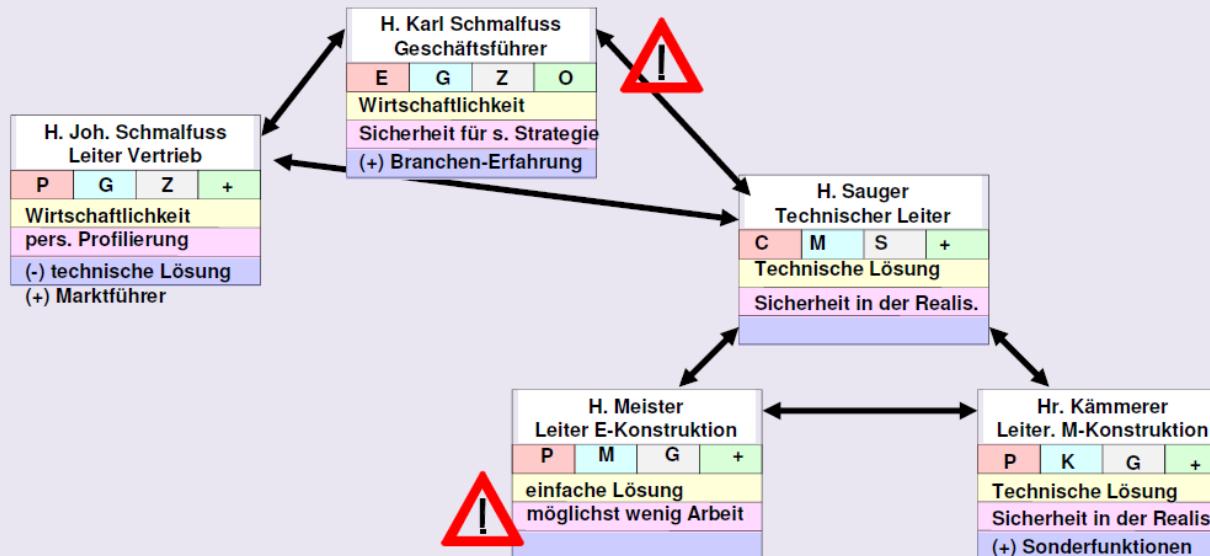
Erfolgsfaktoren für Startups im eHealth Bereich



4) BESONDERHEIT DES MARKTES KENNEN

> Buying-Center-Analyse im Gesundheitswesen besonders wichtig!

Rollen		Einfluss	Handlungsbedarf	Haltung	Wichtige Informationen
Prüfer		Anwender	Groß	Zwingend	Klein
Entscheider			Klein	Signifikant	
Coach			Mittel	Gering	



Im KH noch komplexer:

- Geschäftsführer
- Ärztlicher Direktor
- Kaufm. Direktor
- Pflegedienstleitung
- Leiter IT
- Leiter Einkauf

Erfolgsfaktoren für Startups im eHealth Bereich



5) PASSENDE FINANZIERUNG ZUR RICHTIGEN ZEIT

- > Vertrieb & Zulassung im non-consumer-Bereich (Praxen, Kliniken etc.) oftmals im BP unterschätzt! (90% der Businesspläne)
- > Phasen-kompatible Finanzierungsunterstützung in Anspruch nehmen
 - » EXIST
 - » BP-Wettbewerbe
 - » Business Angel
 - » Investoren
- Lieber ein Schritt zurück statt Kontakte zu „verbrennen“

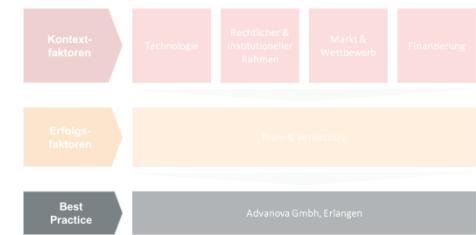
Erfolgsfaktoren für Startups im eHealth Bereich



ZUSAMMENFASSUNG

- 1) TEAM & VERNETZUNG ALS A&O
- 2) DAS PRODUKT: INTUITIV, EINZIGARTIG, VOLLKOMMEN
- 3) KONZENTRATION AUF DAS KERNGESCHÄFT
- 4) BESONDERHEIT DES MARKTES KENNEN
- 5) PASSENDE FINANZIERUNG ZUR RICHTIGEN ZEIT

Best Practice: Advanova GmbH, Erlangen



Universitätsklinikum
Erlangen



eXIST
Existenzgründungen
aus der Wissenschaft



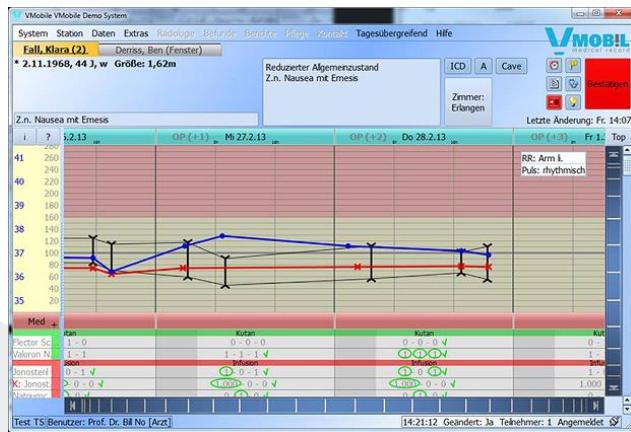
Bundesministerium
für Wirtschaft
und Technologie



Businessplan
Wettbewerb
netzwerknordbayern



MEDICAL VALLEY
center



BayernKapital
Venture Capital für Bayern



BayStartUP



High-Tech Gründerfonds



MEDICAL VALLEY
Europäische Metropolregion Nürnberg

Best-practice-Beispiel ADVANOVA



Technologie

Die unübersichtliche und oft unleserliche Mappe bildet die Basis für die Organisation des Stationsalltags – und führt zu Zeitverlust, Qualitätsproblemen und finanziellen Einbußen.



KIS-Hersteller- und Hardware-neutral

Rechtlicher & institutioneller Rahmen

Datenschutz-Zertifikate

Markt & Wettbewerb

Klare USP gegenüber Konkurrenten

Finanzierung

Funding in jeder Phase erlangt

VMobil ist die Lösung - behandlungsrelevante Patientendaten überall auch mobil einsehen und vollständig dokumentieren.

Team & Vernetzung



Geschäftsführende Gesellschafter (von links)
Bastian Bleisinger und Dr. Frank Hemer

Erfolgsfaktoren für Startups im eHealth Bereich



- 1) TEAM & VERNETZUNG ALS A&O ✓
- 2) DAS PRODUKT: INTUITIV, EINZIGARTIG, VOLLKOMMEN ✓
- 3) KONZENTRATION AUF DAS KERNGESCHÄFT ✓
- 4) BESONDERHEIT DES MARKTES KENNEN ✓
- 5) PASSENDE FINANZIERUNG ZUR RICHTIGEN ZEIT ✓

UNSERE ERFOLGSFORMEL



Dr. Steffen Schmidt & Julien Denis

Medical Valley EMN e.V.

Henkestraße 91
91052 Erlangen
Germany

Fon: +49 9131 530 28 63

Fax: +49 9131 970 49 21

team@medical-valley-emn.de
www.medical-valley-emn.de

**INNOVATION BEGINNT
MIT EINER IDEE.**

**WIR HELFEN IHNEN
BEI DER ENTFALTUNG.**



under construction

Bayerisches Staatsministerium für
Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie



under
construction

MV-ClinIC

Industrie-
in-Klinik-
Plattform

Universitätsklinikum Erlangen

Fraunhofer IIS

METEAN

FAU

ZIMT

financing

Business modelling

Networking &
team development

Education & scouting

Crowdfunding

Medical Valley Award

Innovationsgutschein

BayTOU

