



Auf Partnersuche

Gary Todd verkauft virtuelle Patienten für Trainingszwecke. Angehende Ärzte und Krankenschwestern sollen daran üben, wie man Katheter setzt. Todd ist Informatiker. In der vergangenen Woche präsentierte seine vor vier Jahren gegründete Firma UK Haptics das Trainingsmodul Virtual Veins. Die Technik ist kompliziert: Mit speziellen Nadeln pieksen die Studenten auf ein Feld unterhalb eines Bildschirms. Dank Drei-D-Technik sieht es so aus, als stächen sie dabei in die Venen eines echten Patienten. Über ein Dialogfeld erhalten sie umgehend Feedback, wie gut sie waren. „Es ist wie bei einem Computerspiel“, sagt Todd.

Das junge Unternehmen sitzt in Rothbury, im Norden Englands. Todd beschäftigt 14 Mitarbeiter. Sein Trainingsmodul soll erst Großbritannien, dann Europa und schließlich den Weltmarkt erobern. Bis zu 6 Mio. € will UK Haptics in den nächsten vier Jahren umsetzen. „Allein schaffen wir das jedoch nicht“, sagt Todd. „Wir brauchen Partner mit guten Kontakten.“

Bislang hatten Unternehmen wie UK Haptics große Schwierigkeiten, solche Partner in Europa zu finden. Eine neue Internetplattform, die den europäischen Standort stärken soll, könnte das nun ändern.

Der europäische Medizintechnikmarkt ist unübersichtlich. Zwar war

Der europäische Markt für Medizintechnik ist zersplittert. Ein Internetportal soll Unternehmen und Universitäten helfen, Allianzen zu schmieden und Cluster zu bilden – um der Konkurrenz aus den USA und Japan etwas entgegenzusetzen

Lukas Heiny

nik in Europa hat Potenzial, aber noch ist sie zu segmentiert, um gegen die USA oder Japan dominieren zu können“, sagt Manfred Zauner, Studiengangleiter für Medizintechnik an der Fachhochschule Linz. „Es ist schwer, in diesem Markt den Überblick zu behalten“, bestätigt der deutsche Branchenverband BVMed. Für die europäische Medizintechnik ist das ein Wettbewerbsnachteil. Denn obwohl der Markt insgesamt groß ist, zerfällt er. Todds Suche nach Partnern könnte lang und teuer werden.

Genau dieses Manko soll bald behoben sein. Das zumindest hat sich das EU-Projekt Innofire zum Ziel gesetzt. Die europäische Medizintechnik soll enger zusammenrücken – und damit stärker werden. „Wir wollen das Entstehen von Medizintechnik-Clustern in Europa fördern und die einzelnen Cluster dann vernetzen“, sagt Lucia Seel, die seit 2004 das Projekt mit einem Volumen von 1,75 Mio. € koordiniert. „Darin sehen wir eine Chance, den rasant wachsenden Markt zu bündeln.“

Mitte November stellt das Projekt sein Herzstück vor: die neue Internetplattform Medimap. Über dieses Portal sollen die Player der Branche zusammenfinden. „Wir hoffen, dass die Medizintechnik in ganz Europa davon profitiert“, sagt Seel.

Das Konzept ist einfach. Auf einer Landkarte präsentieren sich Medizintechnikunternehmen, For-

schungsrichtung. Über eine Visitenkarte können sie gezielt Kooperationswünsche formulieren, mit direkten Durchwahlnummern auf die erste und zweite Führungsebene. Egal ob für Joint Ventures, Forschungs- oder Vertriebspartnerschaften, Lizenzabkommen oder finanzielle Beteiligungen strategischer Partner – sowohl mit einer Text- als auch mit der geografischen Suchmaske sollen die Akteure zusammenfinden. „Medimap positioniert sich zwischen einer Spezialmesse und Google“, sagt Rainer Hagedorn von Zenit, dem Zentrum für Innovation und Technik in Nordrhein-Westfalen. Unter seiner Leitung ist Medimap entstanden. „Das hat es in Europa bislang nicht gegeben.“

Die Vermittlung europaweiter Kooperationen gelingt bisher erst in Ansätzen. Seit 1995 versucht etwa ein Netzwerk von EU-Verbindungsbüros, sogenannter Innovation Relay Centres (IRC), den Technologieaustausch und die Clusterbildung zu fördern, auch in der Medizintechnik. „Das Netzwerk vermittelt den Unternehmen Partner aus ganz Europa“, sagt Hicham Abghay, der das Medizintechniknetz der IRC leitet. Zentral sind dabei Kooperationsbörsen während der großen Branchenmessen, auf denen die IRC gezielt Unternehmen nach einer Profilliste für kurze Kontaktgespräche zusammenbringen. Jedoch sind die Unternehmen dabei auf begrenzte Zeiten und externe Vermittlung angewiesen.

Ähnliches plant gerade auch der europäische Dachverband der Medizinprodukteindustrie, Eucomed. Nationale Innovationszentren sollen künftig Wissenschaft und Wirtschaft enger verbinden – und Europa so wettbewerbsfähiger machen. Anfang 2007 entscheidet sich, ob die EU das Projekt fördert. Bis zum Sommer soll es dann losgehen.

Innerhalb der Branche sind die Erwartungen an Medimap hoch. Obwohl das Portal offiziell noch gar nicht gestartet ist, haben sich bereits rund 120 Institutionen und Unternehmen online registriert – mit unterschiedlichen Interessen.

Die einen hoffen auf die neue Markttransparenz. „Gerade für kleinere Firmen ist die Plattform ein Tool, um den Markt im Blick zu haben“, sagt Todd von UK Haptics. „Das Projekt hilft uns, in Europa sichtbar zu werden“, sagt auch Florence Degreef, Business-Develop-

Studien an. Mit Medimap will es außerdem Forschungspartner finden, um neue Märkte zu erschließen.

Darum geht es auch BMP. Das Labor in Aachen überprüft Medizinprodukte im Auftrag der Hersteller auf ihre Bioverträglichkeit. „Für uns ist Medimap ein äußerst effektives Marketinginstrument“, sagt Patrick Niedhart, zuständig für den Vertrieb bei BMP. „Wir wollen damit unseren Kundenkreis im Ausland deutlich erhöhen.“ Vor allem die einfache und anonyme Suche sei attraktiv.

Unterschiedlich sind auch die Hoffnungen der bereits eingeschriebenen Forschungseinrichtungen. Die Universität Newcastle etwa hofft, so die Patente ihrer Wissenschaftler leichter auf den Markt zu bringen. „Mit starken, kommerziellen Partnern in ganz Europa wollen wir unsere Spin-offs überlebensfähig

machen“, sagt Graham Hopson aus der Business-Development-Direktion. Und die Fachhochschule in Linz setzt vor allem auf Vorteile für die eigene Forschung und die Studierenden. Über die Plattform will sie Industriepartner für Diplomarbeiten und Berufspraktika finden.

Mit dem offiziellen Start von Medimap beginnt die Kennenlernphase. Erst mit Ende des EU-Projekts Mitte 2007 werden Gebühren fällig. Dann wird die Plattform kommerzialisiert. Und dann sollten spätestens die Mängel der Startphase behoben sein. Für eine effektive Partnersuche müssten vor allem die Teilnehmerprofile genauer werden, kritisieren einige der schon eingeschriebenen Nutzer. Bislang stehen hinter den meisten Firmennamen nur grobe Schlagworte. In dieser Form sei Medimap nicht viel wert.

Das Wichtigste für den Erfolg aber ist die Zahl der registrierten Player. Erst bei einer hinreichend großen Profilzahl sind die Ergebnisse einer Partnersuche mehr als reine Zufallstreffer. Rund 16 000 Medizintechnikunternehmen gibt es in Europa. „Wenn wir 50 Prozent erreichen, wäre das ein Riesenerfolg“, sagt Medimap-Entwickler Hagedorn. „Die kritische Masse liegt bei 3000 bis 5000 Profilen.“

Bis spätestens Ende 2007 soll Europa erschlossen sein. Langfristig plant Hagedorn jedoch Größeres. Nach Europa soll Medimap die Welt vernetzen – um den Standort Europa noch besser zu positionieren. Bis Ende 2008 folgen die USA. Und bis 2009 sollen auch Unternehmen und Universitäten aus Asien, Australien und den Golfstaaten als Punkt auf der Karte auftauchen. ■

Quelle: **Financial Times Deutschland, medbiz**, November 2006, Titel: „Auf Partnersuche“