



MedicalMountains

Kick-off  
**Visionsprozess der  
Medizintechnikbranche**

4. Februar 2021





# Ziel der Veranstaltung

1. Ergebnisse der Interviews auf dem Marktplatz präsentieren
2. Arbeitsgruppen definieren
3. Orientierung zum Visionsprozess und Planung 2021



# Agenda

1. Was sind die wesentlichen Ergebnisse unserer Interviews?  
Welche Bedürfnisse der Medizintechnik-Branche sind aus den Antworten erkennbar geworden?
2. Welche Themen-Cluster und Arbeitspakete ergeben sich daraus für unseren Visionsprozess?
3. Wie ist der Visionsprozess konkret geplant?  
Wie fügen wir die Ergebnisse aus den Interviews in die „Architektur“ unseres Visions-Prozesses ein?



# 1. Marktplatz

Was sind die wesentlichen Ergebnisse unserer Interviews?

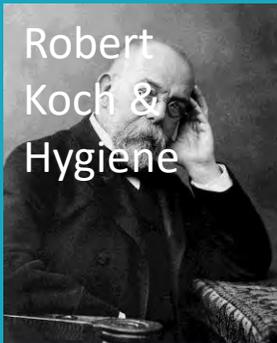
Welche Bedürfnisse der Medizintechnik-Branche sind aus den Antworten erkennbar geworden?



Vergangenheit



# Die Geschichte der Medizintechnik



# Erfolge aus der Region



Das Cluster der innovativen Tüftler



# Die größten Herausforderungen

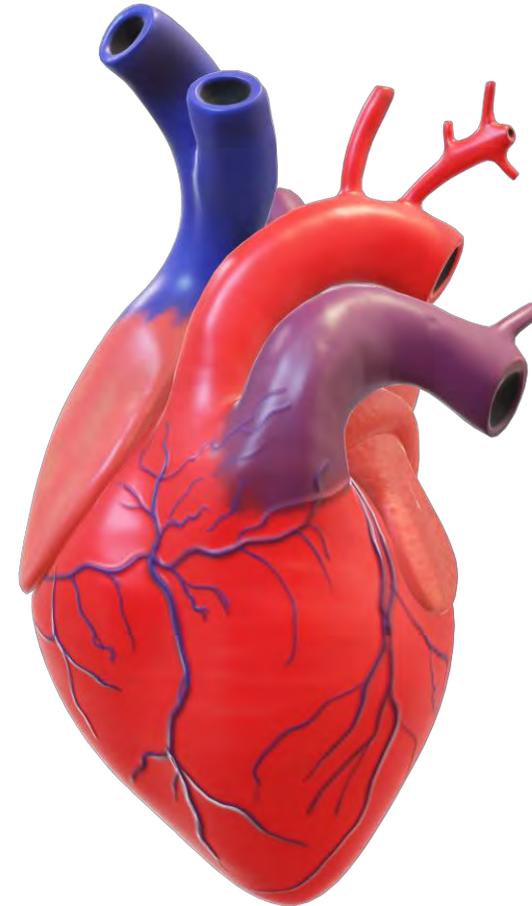


Gegenwart



# Die zentrale Aufgabe der Medizintechnikbranche

- Lebensqualität
- Gesundheitsversorgung & Patientensicherheit
- Wirtschaftsfaktor
- Arbeitsplätze



# Werte, die uns stolz machen



# Kundenbedürfnisse

Patientenversorgung

Qualität

Komplettangebote

Innovative  
Produkte

Produkte  
entsprechend MDR

Lieferfähigkeit

Kosten

Zusammenarbeit

# Kernkompetenzen und Qualitäten



# Erfolgsfaktoren



# Defizite in unserem Cluster

D

## Wettbewerb

Andere überholen uns  
Der Biss fehlt  
Innovationen kommen woanders her

E

## Erfolg als Innovationsbremse

Auf Lorbeeren ausruhen  
Vom Erfolg verwöhnt  
Lethargie

F

## Fachkräfte

Umland ist dünn, Fachkräfte fehlen  
Ausbildung in Digitalisierung  
Vergleichbare Abschlüsse fehlen

I

## Sichtbarkeit der Region

Leuchttürme fehlen  
Gemeinsame Identifikation  
Internationale Sichtbarkeit

Z

## Zusammenarbeit

Synergieeffekte nutzen  
Erfahrungsaustausch fehlt  
Kein Zusammenhalt  
Mehr Offenheit

I

## Infrastruktur

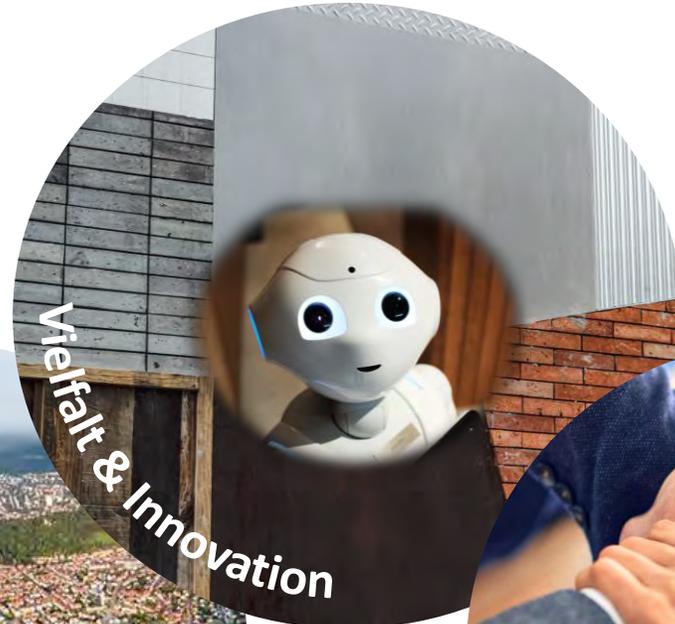
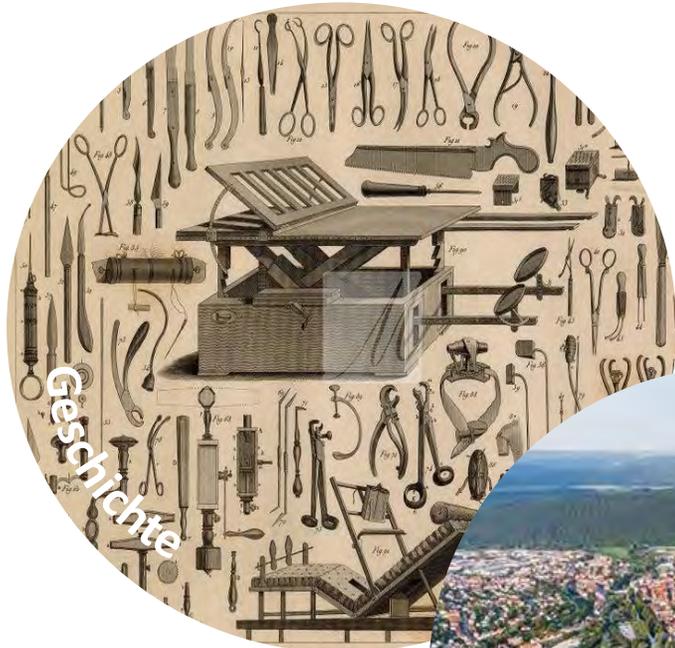
Keine Unikliniken in TUT  
Keine Universitäten  
junge, dynamische Leute kommen nicht nach TUT

T

## Hemmnisfaktoren

Fokussierung auf Mechanik  
Fehlende Wertschätzung  
Regularien  
Fehlende Technologien

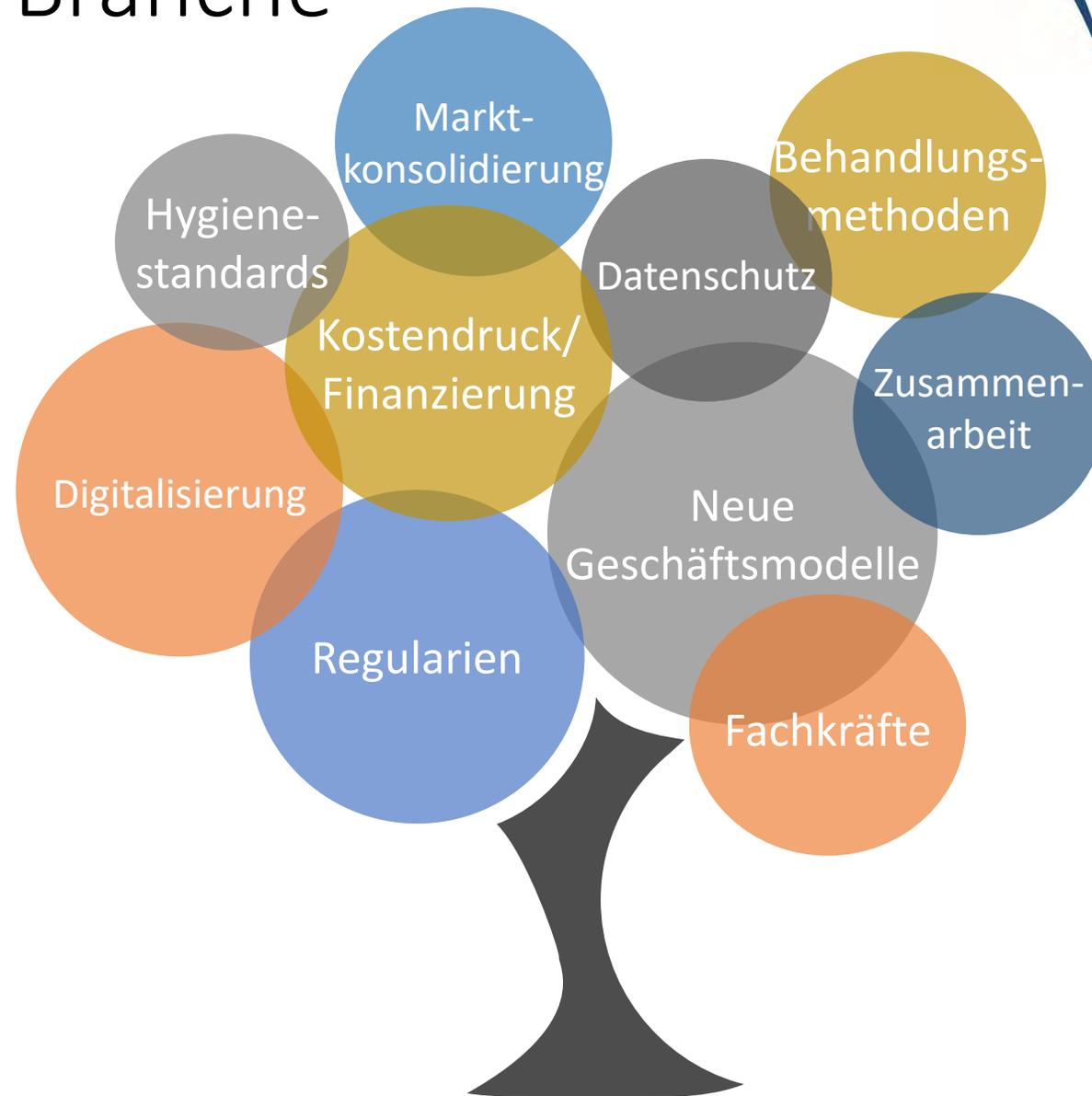
# Differenzierung & USPs



Zukunft



# Trends in der Branche



# Technologien



# Kundenbedürfnisse

Preis-Leistung immer wichtiger

Neue, bezahlbare Technologien

Neuer Fokus: Erhalt der Gesundheit  
Alt: Behandlung der Krankheit

Patienten stehen im Vordergrund

Individuelle Behandlung, höhere Lebensqualität, Ästhetik, verkürzte Behandlungszeiten

Neue Geschäftsmodelle

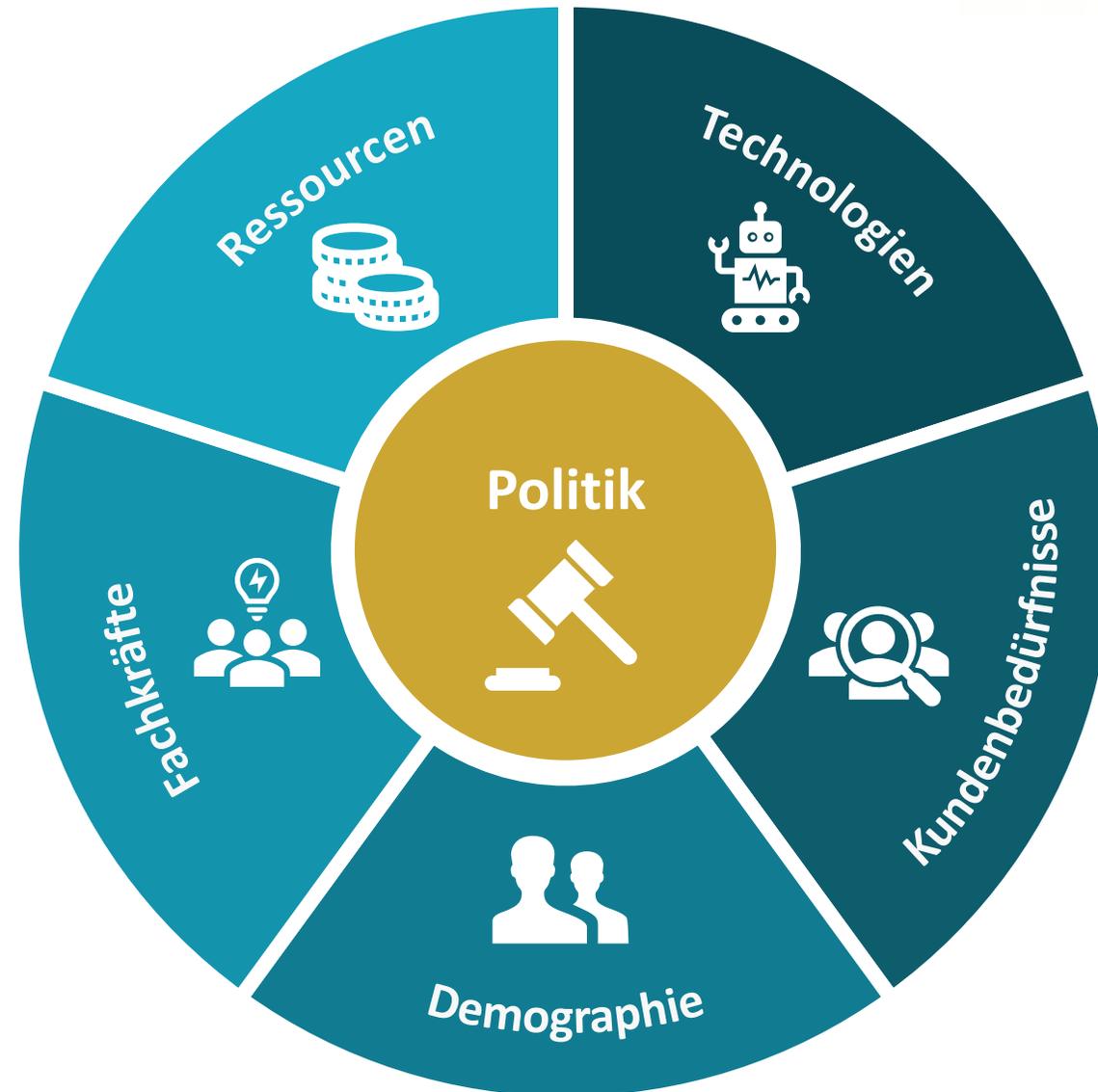
Produktfokus auf: einfache Anwendung, Ergonomie, Mehrwert, Hygienestandards

Vertrauen, Lieferfähigkeit & Liefertreue, Flexibilität, schnelle Reaktionszeiten

Neue Bezahl- & Leasingmodelle, Full-Service, 1-Stück-Lose, digitale Plattformen

Partnerschaften werden wichtiger

# Einflussfaktoren in der Zukunft



# Herausforderungen

H

## Wettbewerb

Internationaler Konkurrenzdruck  
Preis-Leistungs-Anforderungen  
Kostendruck  
Abwanderung ins Ausland (Produktion & Entwicklung)

E

## Mentalität

Lethargie, Trägheit  
Reaktionsgeschw.  
Unternehmertum fehlt  
Über den Tellerrand schauen  
Gesättigte Generation Z

M

## Fachkräfte

Lohnniveau steigt durch Abwerbungen  
Know-how zu Megatrends  
Know-how geht verloren  
Immer weniger Fachkräfte

M

## Gesellschaft & Politik

Disruptiver Wandel  
Gesetzliche Vorgaben (MDR)  
Fallpauschalen in Krankenhäusern  
Kostenerhöhung

N

## Zusammenarbeit

Unternehmen unter einen Hut bringen  
mehr Zusammenarbeit und Unterstützung

I

## Infrastruktur

Standortattraktivität (Wohngebiet, Familien ansiedeln, internationale Schulen)  
Stärke durch Infrastruktur

S

## Corona

Wie geht es weiter?

# Nutzung von Synergien

## Zusammenarbeit

Plattformen, Austausch,  
Kontaktpflege,  
Netzwerk



## Vertrauen

Offenheit, Transparenz,  
Hemmnisse abbauen



## Gemeinsamkeit

Gemeinsame(r/s) Nenner,  
Verständnis, Nordstern  
Ausrichtung, Vision



## Unterstützung

ExperTables, Börsen,  
Ausschüsse, Projekte,  
Veranstaltungen



## Strukturen

Standards, Zugang zu  
Kliniken



## F & E

Mehr Marketing,  
steuerfreie  
Fördergelder



# Gemeinsame Vermarktung

## Gemeinsames Label

frisches Image  
Silicon Valley

geniale Idee  
Bsp: „Wir können  
alles außer  
Hochdeutsch“

Hype finden  
Hookline für den  
Cluster

gemeinsame  
Identifikation  
MedicalMountains  
wird zur Marke

## Erfolgsgories

positive  
Beispiele

Messbare,  
fühlbare  
Ergebnisse

Mit  
Innovationen  
Werbung  
machen

zeigen, dass  
Dinge, die wir  
tun, erfolgreich  
sind

## Gemeinsame Auftritte

Innovationen  
gemeinschaftlich  
darstellen

Kampagne  
(Messen,  
Kongressen)

Gemeinschafts-  
stände

Unternehmer-  
katalog

gemeinsame  
digitale  
Plattform  
(eigenes  
Amazon)

## Kanäle

Botschafter aus  
den  
Unternehmen

Mehr Online-  
präsenz  
Mehr virtuell

Tuttlingen  
Medtech-Stadt  
(analog VW-  
Stadt)

Rundgänge  
durch Cluster  
Imagefilm für  
die Region

## Werte

handwerkliche  
Fähigkeiten

Job-Vielfalt,  
professionelle,  
internationale  
Unternehmen

Ortsverbunden-  
heit, Familien-  
freundlich

Werben mit  
"Medizintechnik  
rettet Leben"

## Stakeholder

Kooperation mit  
den Großen für  
mehr Strahlkraft

Strategische  
Partnerschaften

Renommiertes  
Krankenhaus mit  
Link zu  
Tuttlingen

Große  
Unternehmen  
nutzen, damit  
alle bekannt  
werden

*„Durch die Innovation hat jeder seine eigenen Produkte. Zusammen können wir bestimmend auf dem Weltmarkt werden.“*

**Prof. Dr. Holger Reinecke**

Geschäftsführer bei Schoelly Fiberoptic GmbH

## 2. Themen-Cluster und Arbeitspakete

Welche Themen-Cluster und Arbeitspakete ergeben sich daraus für unseren Visionsprozess?





# 1

## Sichtbarkeit schaffen

- Vermarktung der Medizintechnikbranche
- Wahrnehmung der Branche verbessern
- Mehrwert-Kommunikation durch Emotionen



# 2

## Lebensqualität verbessern

Purpose/Sinnhaftigkeit der Branche



# 3

## Patient im Mittelpunkt

- "Zielgruppe" Patient → Nähe herstellen
- Patientensicherheit
- QM/Regularien/Zulassung



# 4

## Technologien und Innovationen treiben

- (Technologische) Welten zusammenbringen
- Interdisziplinäres Arbeiten → Einbindung Kliniken/Chirurgen
- Innovationstreiber bleiben/werden



# 5

## Digitalisierung neu denken

- Prozesse
- Produkte
- OP-Saal



# 6

## Zusammenarbeit leben

- Know-how teilen
- Synergien nutzen
- Open Access



# 7

## (Unternehmens-) Führung gestalten

- Menschen befähigen
- Fachkräftegewinnung
- Chance (New) Generations → Generationen managen, Vielfalt nutzen



# 8

## Geschäftsmodelle der Zukunft Entrepreneurship

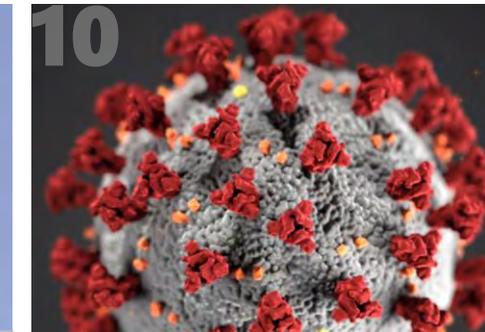
- (Infra-) Strukturen schaffen
- Start-up Fond
- Plattform Economy  
Gemeinsame Vertriebsformen entwickeln



# 9

## Nachhaltigkeit garantieren

Corporate Social Responsibility



# 10

## Corona-Booster nutzen

Aus Krisen lernen

# 3. Visionsprozess und weitere Planung

Wie ist der Visionsprozess konkret geplant?

Wie fügen wir die Ergebnisse aus den Interviews in die „Architektur“ unseres Visions-Prozesses ein?



## Vision der Medizintechnik

---

- Ein klares, möglichst konkretes Bild davon, wo Sie in rund 10 Jahren sein wollen
- Ein Bild, das besser ist als der Status Quo
- Eine ersehnte, aber schwer erreichbare Wirklichkeit



# Prozessarchitektur Medizintechnik

---

## 4-stufig

1. Zukunftsbild
2. Werte und Leitsätze
3. Motto
4. Handlungs-  
Empfehlungen

# Prozessarchitektur

## 1. Zukunftsbild

---

- „Was?“
- 6-8 Visionselemente  
= Kernaussagen zur  
gewünschten Zukunft
- „Output“



## Prozessarchitektur 2. Werte/Leitsätze

---

- „Wie?“
- Welche Werte brauchen wir, um die Visionselemente zu erreichen?
- Konkret ausformulierte Leitsätze, welche die Zukunft beschreiben
- „Input“



## Prozessarchitektur

### 3. Motto

---

- Welcher grundlegende Gedanke prägt unsere Vision?
- Reduktion auf das Wesentliche – und das damit breitenwirksam Kommunizierbare
- Kommunikationskampagne



# Prozessarchitektur

## 4. Handlungs-Empfehlungen

- Wie müssen wir täglich handeln, um unsere Vision zu erreichen?
- „Interpretation“ der Vision bezogen auf die unterschiedlichen Stakeholder/Interessengruppen



# Prozessarchitektur

Vom Abstrakten zum Konkreten

---

## 4-stufiges Workshop-Design

1. Zukunftsbild

*Visionäre und Experten*

2. Werte und Leitsätze

*Strategen*

3. Motto

*MedicalMountains*

4. Handlungs-Empfehlungen

*Umsetzer*

# Nächste Termine 2021

- 25.03.2021 16-20 Uhr – Workshop
- 24.06.2021 16-20 Uhr – Workshop
- 02.09.2021 16-20 Uhr – Workshop
- 11.11.2021 16-20 Uhr – Workshop  
(jeweils gleicher TN-Kreis)
- 09.12.2021 10-17 Uhr – Abschlussveranstaltung 2021





# MedicalMountains

**„Zusammenkommen ist ein Beginn,  
Zusammenbleiben ist ein Fortschritt,  
Zusammenarbeiten ist ein Erfolg.“**

Henry Ford (1863-1947)  
amerikanischer Großindustrieller





# MedicalMountains

MedicalMountains GmbH  
Yvonne Glienke & Britta Norwat  
Katharinenstraße 2  
78532 Tuttlingen

+49 7461 969721-1  
[glienke@medicalmountains.de](mailto:glienke@medicalmountains.de)

