

Innovationen
machen neue Märkte
Markterschließung

Ohne Markt keine Finanzierung

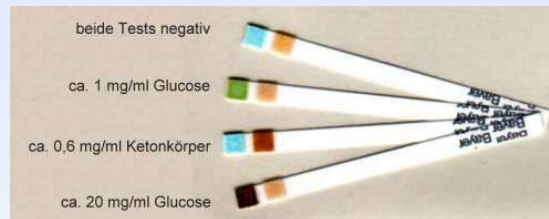
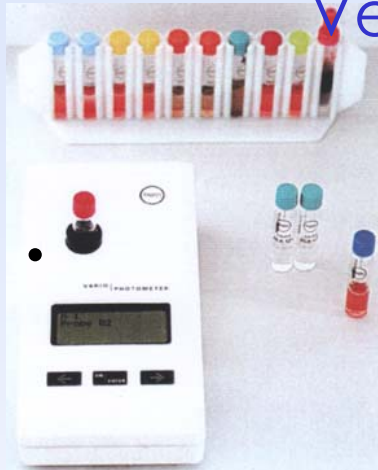
Markterschließung Anforderungen an eine Innovation

- Technologisch eine erhebliche Verbesserung, Veränderung des Versorgungsprozesses im Gesundheitswesen, im Wertschöpfungsprozess (Nahrungsmittel, Wasser etc.).
- Patentrechtlich sauber
- Marketing Research
- Keep it simple für den Anwender
- Der Markt muss bereit dafür sein, wenn nein, wer kann diesen Markt entwickeln und wie teuer ist dies .

Traumvision

Veränderung des Marktprozesses

Blutzuckermessung



1970-1985 Einmal pro Woche

Kosten pro Jahr : Nicht eingestellter Diabetiker > 7000€

Marktvolumen pro Jahr : 1985 ca. 150 Mio €

Heute 1-7 mal pro Tag

Eingestellt ca. 2000€

2010 ca. 5 Mrd. €

Checkliste Geschäftsentwicklung mit Vertriebspartnern

Eigener Vertrieb oder Verkauf an Dritte



- Ein AD kostet 100.000 € und mehr pro Jahr in Europa (1Mio € bis 2 Mio € Umsatz pro AD)
- Bewertung eines potentiellen Vertriebspartners
 - Zielgruppe
 - Qualifikation des AD
 - Fortbildung der Kunden
 - Kundenservice
- Kaufinteressent
 - Schubladenkauf ? Über den Tisch ziehen ? Innovationsgeil ?
 - Vermarktungsstärke (Märkte machen) ?
 - Zukunftspartnerschaft ?

Vertriebspartner Ausland



- Kann der Partner die Zulassungen machen
- Wie vertreibt er ?
- Kann er produzieren ?
- Ist er bereit zu investieren
- Referenzen mit anderen kooperierenden Unternehmen
(Vertrauensbindung kurzfristig, langfristig)



D A C H



Basisumsatz und Referenzmarkt

- Referenzkunden aus diesen Ländern sind der Eintritt in den Weltmarkt

Weltmarkt boomt mit den Wohlstandskrankheiten und demographischer Entwicklung

Diabetes

HerzKreislauf

Onkologie

Osteoporose, Alzheimer, Parkinson

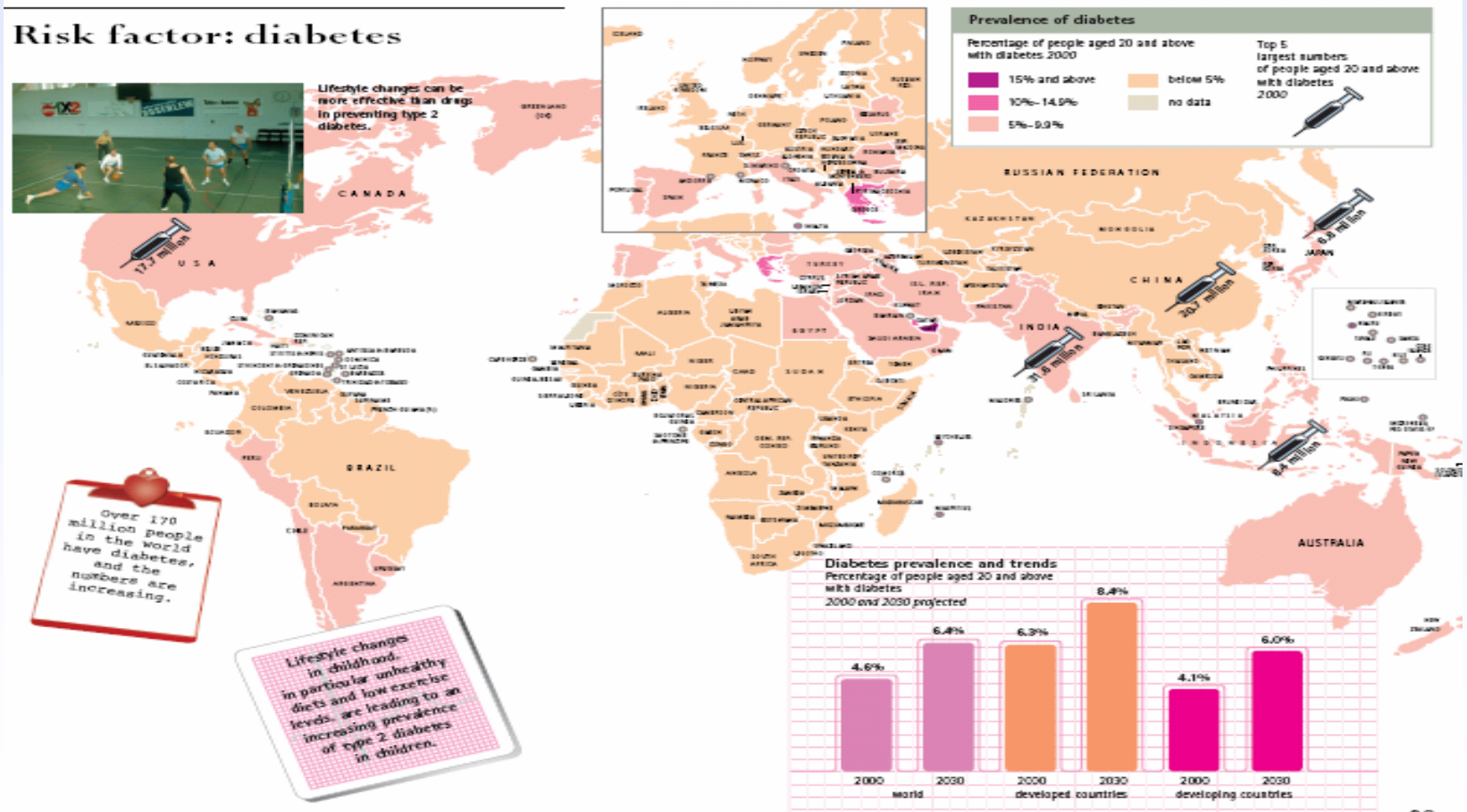


WHO Diabetes-Entwicklung

Risk factor: diabetes



Lifestyle changes can be more effective than drugs in preventing type 2 diabetes.



World

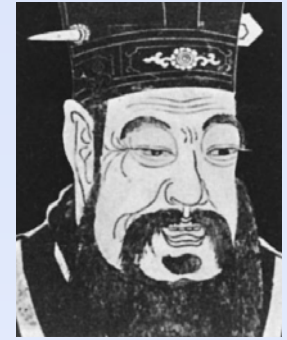
Boomende Gesundheitsmärkte

Geschätzte Kaufkraft Kennzahlen

- EU (ca. 5 x D)
 - Nordamerika 0,8 EU
 - Indien 0,5 EU – 1 EU (2015)
 - Russland und ehemalige Staaten 0,2 EU – 0,3 EU in 2015
 - China 0,75 EU - 1 EU (2015)
 - Tigerstaaten und Japan und Südkorea 0,8 EU – 1 EU (2015)
 - Arabische Welt 0,3 EU – 0,6 EU (2015)
 - Südamerika 0,2 EU – 0,5 EU (2015)
 - Rest of the World 0,3 EU
-
- Fazit Gesamtmarkt ca. 31 mal so groß wie Deutschland

Vertriebsweisheit

Das Erlebte wird umgesetzt



Tell me - and I forget!
Show me - and I remember!
Involve me - and I know it!

Konfuzius