

Interview mit Herrn M. Wawro, Geschäftsführer der Digital Medics GmbH

Die Digital Medics GmbH ist ein Spin off der Universität Dortmund aus dem Fachbereich Informatik. Nach erfolgreicher F&E Phase ist es in den vergangenen Jahren gelungen Beteiligungskapital einzuwerben und Investoren zu finden. In den kommenden Jahren steht nun die Produkteinführung im Medizinmarkt an. Manzel & Himmerich Consulting sprach mit Herrn M. Wawro, dem Geschäftsführer der Digital Medics GmbH, über die zurückliegenden Erfahrungen und die zukünftigen Herausforderungen.

Dr. B. Himmerich, Manzel & Himmerich Consulting:

Herr Wawro: Die Digital Medics GmbH ist ein Spin off der Universität Dortmund auf dem Gebiet der Informationstechnologie. Welcher Art waren die Gründe für ein Programmiererteam die entwickelte Software im Medizintechnikmarkt eigenständig zu vermarkten?



M. Wawro, Digital Medics GmbH:

Im Grunde genommen war dies von vornherein die Intention. Wir haben das System so angelegt, dass es frei von Altlasten ist und mit der herkömmlichen Vorstellung von Benutzeroberflächen in Befundungssystemen bricht. Diese alten Systeme stellen unserer Meinung nach eher Bremsen für den Befundungsprozess dar. Mit solchen Ideen kann man in Entwicklungsabteilungen von großen Konzernen nicht bestehen; von der Vermarktung durch diese mal ganz abgesehen. Auch für die Weiterentwicklung der Software existiert bereits eine Roadmap mit Ideen, die während der Softwaretests durch

Radiologen entstanden ist. Eine so enge Entwicklung am Kunden ist bei großen Entwicklungsabteilungen (scheinbar nicht möglich, hat aber für uns den Vorteil, dass wir unsere Ideen direkt umsetzen können, ohne durch eine Hierarchie gehen zu müssen, die solche kreativen Freiräume einschränkt.

Dr. B. Himmerich, Manzel & Himmerich Consulting:

Herr Wawro: Welches sind die Alleinstellungsmerkmale Ihres Produktes und Ihrer Servicedienstleistungen? Mit welcher Strategie wird es Ihnen gelingen gegen Global Player wie Siemens oder General Electric Marktanteile zu gewinnen?

M. Wawro, Digital Medics GmbH:

Unsere Software ist von Grund auf neu konzipiert und nutzt insbesondere Technologien, die vorher nur im Bereich der Computerspieleindustrie eingesetzt wurden. So benutzen wir z.B. die Grafikkarte im Rechner als eine zusätzliche Recheneinheit (die um ein vielfaches schneller rechnet als eine CPU) und die gesamte Software ist mehrfädig, d.h. sie nutzt die neuen Multicore Architekturen bis zum Maximum aus. Zwei wesentliche Highlights hinsichtlich der Bedienung sind die stiftbasierte Benutzerschnittstelle (der Radiologe befundet mit Hilfe eines Stiftes direkt auf einem 21-Zoll TFT-Bildschirm) und die Automatismen bei der Vermessung von Strukturen im Bild. Man muss sich das so vorstellen, dass heutzutage ein einzelner Datensatz aus mehreren hundert Bildern bestehen kann, die der Radiologe komplett sichten muss. Will er darauf nun z.B. Volumenbestimmungen von Zysten oder Tumoren vornehmen, so muss er unter Umständen in einigen hundert Schichten diese Strukturen markieren um sie dann immer noch per Hand zu addieren. Unser System erlaubt es dem



Radiologen, interessante Strukturen auf einigen Schlüsselansichten zu markieren, der Rest übernimmt dann der Rechner. Der Computer ist an dieser Stelle wesentlich effizienter

eingesetzt und der Radiologe hat mehr Zeit sich auf seine Kompetenzen zu konzentrieren.

In Bezug auf Marktanteile haben wir eigentlich weniger vor, GE oder Siemens den Markt streitig zu machen, da diese im

Bereich Befundungssoftware auch anteilmäßig keine Marktführer sind, sondern im Bereich der Gerätetechnik. Die Befundungssoftware (auch kurz PACS genannt) ist eher eine Domäne von KMUs und einigen wenigen größeren Unternehmen (wie z.B. Kodak oder Agfa) und dort findet man ein Spektrum an Software, das von den Funktionalitäten eher als basislastig beschrieben werden kann. Solche Highlights wie z.B. automatisches Markieren oder Vermessen findet man nur bei der teuren Software der großen Gerätehersteller.



Der Nachteil bei letzteren Systemen ist, dass die Benutzerfreundlichkeit sehr niedrig ist und die Entwicklung zu weit weg vom Kunden passiert. Unsere Strategie platziert uns genau in das Spannungsfeld zwischen der Basissoftware von KMUs und den „High-Tech“ Systemen der großen Gerätehersteller, mit dem Unterschied das wir unsere Funktionalitäten am Kunden entwickeln und nicht innerhalb der mitunter scheuklappenbehafteten Entwicklungsabteilung. Das

heißt, wir bieten die volle Funktionalität (und mehr) in einem Preissegment, das eher an den Basissystemen orientiert ist als an den Systemen der Gerätehersteller.

Dr. B. Himmerich, Manzel & Himmerich Consulting:

Herr Wawro: Viele Gründer sind auf der Suche nach Beteiligungskapital. Welche Erfahrungen haben Sie auf diesem Weg gemacht und in welchen Punkten war das dortmund-project für Sie und Ihr Unternehmen eine Hilfe und von Vorteil?

M. Wawro, Digital Medics GmbH:

Kapitalsuche ist eine durchaus anstrengende und vor allem langwierige Tätigkeit. Als wir das Unternehmen gegründet haben, hatten wir zwar mit einem entsprechenden Aufwand dafür gerechnet, aber nicht mit dem Aufwand der nachher tatsächlich benötigt wurde. Wir wurden während dieses Prozesses - der insgesamt knapp 15 Monate in Anspruch nahm - sowohl von Kapitalgebern geprüft, als auch von unabhängigen Gutachtern und immer wieder mussten wir Planungen ändern,

Präsentationen vorbereiten und außerdem unser Produkt zur Marktreife entwickeln.

Der Gewinn des start2grow Wettbewerbs war für uns natürlich ein großer Vorteil, denn man hatte zumindest die Aufmerksamkeit der Investoren. Letztendlich ist der Kontakt mit unserem Leadinvestor über das dortmund-project entstanden.

Dr. B. Himmerich, Manzel & Himmerich Consulting:

Herr Wawro: Auf welche Herausforderungen, Fragen und Engpässe sollten sich Gründer einstellen, wenn es um den Bereich Capital Marketing geht?

M. Wawro, Digital Medics GmbH:

Die Hauptherausforderung dürfte es sein, eine Mehrfachbelastung über eine lange Zeit aushalten zu können. Da wir gleichzeitig noch mit der Produktentwicklung beschäftigt waren, kommt der gesamte Akquisitionsprozess als zusätzliche Belastung auf, die natürlich die volle Aufmerksamkeit benötigt. Unserer Erfahrung nach achten Investoren im Wesentlichen auf drei Dinge:



Das Team muss stimmen, d.h. der Investor muss überzeugt sein, dass das Team den Plan auch umsetzen kann.

Das Business muss stimmen. Insbesondere das Produkt oder die Dienstleistung in Zusammenhang mit der Planung der wichtigen Punkte Vertrieb und Marketing muss stimmig und vor allem erfolgsversprechend sein.

Der Markt muss stimmen. Idealerweise arbeitet das Unternehmen in einem Wachstumsmarkt in dem die Marktsituation - Sättigung, Art des Wettbewerbs - es erlaubt, ein weiteres Unternehmen zu etablieren.

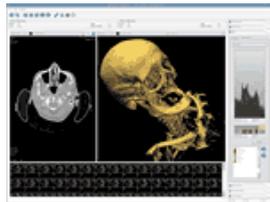
Dr. B. Himmerich, Manzel & Himmerich Consulting:

Herr Wawro: Ihr Kernmarkt liegt auf dem Gebiet der bildgebenden Software für Krankenhäuser und Praxen. Wie darf man sich ihr Produkt vorstellen, d.h. welcher Nutzen ist für den Arzt gegeben und wie sieht der damit verbundene Mehrwert aus?

M. Wawro, Digital Medics GmbH:

Der Hauptnutzen besteht in einer Zeitersparnis, in der Regel sind es 30%. Unsere Software erlaubt es dem Benutzer sehr schnell mit großen Datenmengen zu arbeiten, da viel der Verarbeitung im Hintergrund passiert, was dank der neuen Multicore Architekturen sehr gut skaliert. Das stiftbasierte Interface sorgt für eine hohe Arbeitsergonomie - Radiologen befunden i.d.R. mehrere Stunden am Tag am Bildschirm - und ermüdungsfreies Arbeiten.

Bei bestimmten Anwendungen können wir die Befundungszeiten sogar von 30min und mehr drücken, z.B. bei der Bestimmung des Schlagvolumens von Herzkammern. Hier kommen die bereits erwähnten Automatismen zum Einsatz, die dem Radiologen den lästigen Teil der Arbeit abnehmen.



Dr. B. Himmerich, Manzel & Himmerich Consulting:

Herr Wawro: Ausgehend von der momentanen Situation steht Ihr Unternehmen mitten in der Aufbauphase. Neben der Produktentwicklung kommen Aufgaben aus den Bereichen Vertrieb, Marketing und Organisation hinzu. Welche Maßnahmen und strategischen Instrumente stehen Ihnen hierfür intern und extern zur Verfügung und wie schafft man es aus Ihrer Sicht, schnell eine funktionierende Unternehmenskultur zu etablieren?

M. Wawro, Digital Medics GmbH:

Insbesondere im Bereich Vertrieb arbeiten wir an langfristigen Partnerschaften mit Vertriebsgesellschaften für Medizintechnik. So arbeiten wir bereits mit einem englischen Unternehmen, das sich auf den Vertrieb von Medizinprodukten in den EMEA Ländern spezialisiert hat. Darüber hinaus pflegen wir eine strategische Partnerschaft mit WACOM - dem Hersteller der Grafiktablets für unser Befundungssystem. Intern spielt natürlich die Personalpolitik eine wichtige Rolle, gerade in der Aufbauphase muss das Unternehmen personell belastbar besetzt sein, sowohl im Bereich der Entwicklung als auch im Vertrieb. Als Organisations- und Koordinierungsmaßnahme werden wir noch im 1. Quartal ein ERP/CRM System etablieren. Das erleichtert sowohl die Kommunikation im Vertrieb als auch die Kommunikation mit den Investoren, die natürlich auf dem Laufenden gehalten werden wollen.

Dr. B. Himmerich, Manzel & Himmerich Consulting:

Herr Wawro: Betrachtet man den zurückgelegten Weg, dann sind Sie im Jahre 2005 als Sieger aus dem start2grow Wettbewerb hervorgegangen. War dies auch ein zusätzlicher Anreiz zur Unternehmensgründung und was bedeutete der Siegeltitel für die Digital Medics GmbH materiell und immateriell?

M. Wawro, Digital Medics GmbH:

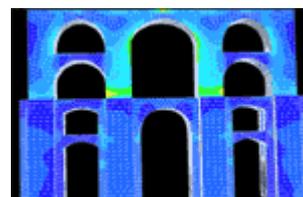
Sicher war der Gewinn des Wettbewerbs eine Bestätigung für uns, der Gründungswille war allerdings schon vorher vorhanden. Besonders positiv war das Durchleuchten des Businessplans durch die vielen unabhängigen Gutachter, was dazu führte, die Planungen immer detaillierter und besser auszuführen. Vom materiellen Standpunkt aus hat uns der Gewinn im Prinzip über das erste Jahr seit Gründung durchfinanziert.

Dr. B. Himmerich, Manzel & Himmerich Consulting:

Herr Wawro: Der Medizintechnikmarkt und somit auch die Geräteindustrie stehen unter starkem Kostendruck durch die Gesundheitsreform. Welche Chancen und Risiken ergeben sich hieraus für die Digital Medics GmbH?

M. Wawro, Digital Medics GmbH:

Der Kostendruck ist unserer Meinung nach weniger bei den Medizintechnikherstellern, als bei den Häusern und Praxen sehr hoch. Sicherlich ist es so, dass die Gesundheitsreform zu Investitionsstaus führt, nur sind Krankenhäuser und Praxen nicht mehr konkurrenzfähig wenn deren Technik veraltet ist.



Gerade der steigende Konkurrenzdruck - insbesondere bei Privatpatienten - zwischen den Häusern ist eine direkte Folge der Gesundheitsreform.

Kleinere Häuser werden entweder geschlossen oder durch größere übernommen. Wir rechnen damit, dass der Einkauf bei den großen Ketten (Helios, Asklepius etc.) in absehbarer Zeit stärker zentralisiert wird und die IT-Landschaft immer weiter vereinheitlicht wird, auch wenn der Zeithorizont dafür sicherlich bei 5-10 Jahren liegt.

Eine solche Kette als Kunden zu haben wäre natürlich ein großer Erfolg für uns. Im Kontrast zu dieser Vereinheitlichung

wird die Anzahl der radiologischen Praxen nicht zurückgehen, sondern eher moderat steigen. Jedoch werden die Praxen immer größer. Wo heute noch zwei oder drei Radiologen eine Praxis unterhalten, werden es in einigen Jahren eher Großpraxen von sechs und mehr Radiologen sein. Diese Praxen werden von der technischen Ausstattung her den Häusern in nichts nachstehen und stellen für uns den interessantesten Teil des Marktes dar. Hier sind die Entscheider auch die Anwender und gerade die Anwender sind es, die unser System interessant finden.

Dr. B. Himmerich, Manzel & Himmerich Consulting:

Herr Wawro, also wird auch der Medizintechnikmarkt zunehmend ein Marketingmarkt und gegebenenfalls in Richtung eines Marktes mit einer höheren Wettbewerbsdynamik tendieren, wie wir bereits in den Marktstudien und Umfragen für Sie herausgefunden?

M. Wawro, Digital Medics GmbH:

Ja und Nein, es bleibt abzuwarten, ob bei den gegebenen Strukturen mehr Wettbewerb aufkommt und somit kleinere, schnellere und bessere Anbieter wie wir bessere Marktchancen erhalten. Außer Frage steht aber, dass die Unterstützung durch Manzel & Himmerich Consulting im Form der Marktumfrage und Marktklassifizierung dazu geführt hat, dass wir bekannter geworden sind und aus dem Befragungspool heraus konkret Marketingaktivitäten betreiben werden. Für uns ist diese Zusammenarbeit sicherlich von Vorteil, für viele Start Ups ist aber eher ungewöhnlich in der jetzigen frühen Produktphase bereits eine Marketingroadmap zu besitzen und diese umzusetzen.

Dr. B. Himmerich, Manzel & Himmerich Consulting:

Herr Wawro: Investoren sind in der Regel eher ungeduldige Menschen. Wird es einen direkten Einfluss ins operative Geschäft seitens der Investoren geben oder haben Sie weiter freie Hand und können eher langfristig planen?

M. Wawro, Digital Medics GmbH:

Die Frage kann man wahrscheinlich nicht eindeutig beantworten. Unsere Investoren sind sicherlich nicht in erster Linie daran interessiert in das operative Geschäft einzugreifen. Wir sind uns auch sicher, dass das nicht passieren wird, es sei denn, die Planzahlen werden nicht eingehalten. Für den Fall

wird natürlich die Strategie noch mal hinterfragt werden müssen und man wird sich mit allen Investoren noch mal an den Tisch setzen müssen um gemeinsam eine Lösung zu erarbeiten.

Dr. B. Himmerich, Manzel & Himmerich Consulting:

Herr Wawro: Auf die Frage: "Wo steht die Digital Medics GmbH in 5 Jahren?" – welche Antwort würden Sie uns geben?

M. Wawro, Digital Medics GmbH:

In fünf Jahren sind wir eine bekannte Größe im PACS Markt und verfügen über einen deutschlandweiten Direktvertrieb sowie Vertriebspartner in anderen europäischen Ländern.

Herr Wawro wir danken Ihnen für dieses Interview.

Weitere Informationen über die Digital Medics GmbH als auch Manzel & Himmerich Consulting erhalten Sie unter:

Digital Medics GmbH

Herr M. Wawro

Otto-Hahn Str. 15

44227 Dortmund

www.digitalmedics.de

info@digitalmedics.de

www.manzelhimmerich.de

bernd.himmerich@manzelhimmerich.de