

Die Unternehmen der
Medizintechnologie
www.bvmed.de



Interaktiver Case Study-Workshop
27. und 28. September 2021
BVMed-Akademie | Berlin

Markteinführung für digitale Gesundheitslösungen

TAG 1 | 27. SEPTEMBER 2021

Market Access-Strategie

> Möglichkeiten | Modelle | Handlungsoptionen

TAG 2 | 28. SEPTEMBER 2021

Von der Theorie in die Praxis

> Produktentwicklung | Partnerschaften | Compliance-Management
> Vermarktung | Vertragsmodelle | Wege | Stakeholder

Markteinführung für digitale Gesundheitslösungen

27. und 28. September 2021 | Berlin

Übersicht

Zum Thema

Mit dem Digitale Versorgung-Gesetz schafft der Gesetzgeber verschiedene Optionen, um die digitalen Lösungen in die Versorgung zu bringen. Aufgrund der Vielzahl der digitalen Gesundheitslösungen kommt es jedoch darauf an, eine geeignete Market Access-Strategie zu finden, mit der Sie auch erfolgreich im Wettbewerb bestehen können.

Welche Möglichkeiten, Modelle und Handlungsoptionen für einen gelungenen Markteintritt gibt es? Und welcher Weg ist geeignet für das eigene Produkt?

Auf Basis der neuen regulatorischen Freiräume gilt es zu verstehen, welche operative Accessvariante für welche digitale Versorgungslösung, die jeweils zielführendste ist.

Workshop-Format

Das Thema wird anhand eines virtuellen Unternehmens und der Markteinführung eines fiktiven Produkts vermittelt. Dabei übernehmen unsere Referenten die klassischen Unternehmensrollen Business Unit Head, Produktmarketing, Vertrieb sowie Rechtsabteilung und reflektieren die strategischen Überlegungen aus der jeweiligen Perspektive.

Die Teilnehmer sind Mitglieder des Entscheidungsgremiums (Executive Committee). Sie sind eingeladen, die vorgestellten Lösungen kritisch zu hinterfragen und weiterzuentwickeln. Am Ende des Tages treffen die Mitglieder des Executive Committee eine Entscheidung zum favorisierten Konzept des Marktzugangs.

Zielgruppe

Die Veranstaltung richtet sich an Personen, die sich mit der Vermarktung von digitalen Medizinprodukten und eHealth-Lösungen in Deutschland beschäftigen sowie an Verantwortliche aus Geschäftsführung, Business Development, Vertrieb und Market Access/Reimbursement.

Referenten | Trainer

- > **Gregor Drogies**
Referatsleiter Gesundheits- und Versorgungsmanagement
DAK-Gesundheit | Hamburg
- > **Sebastian Lempfert**
Eigentümer
HCSL - Healthcare Consulting Sebastian Lempfert | Norderstedt
- > **Alexander Maur**
Rechtsanwalt und Partner
Kanzlei am Ärztehaus Frehse Mack Vogelsang | Köln
- > **Maximilian Schwarz**
Geschäftsführer
4K Analytics GmbH | Leipzig

Moderation

- > **Miriam Rohloff**
Referentin Referat Ambulante Gesundheitsversorgung
Bundesverband Medizintechnologie e. V. (BVMed) | Berlin

Workshopbetreuung

- > **Heike Bullendorf**
Leiterin BVMed-Akademie
Bundesverband Medizintechnologie e. V. (BVMed) | Berlin

Anmeldung bis 20.09.2021
online | www.bvmed.de/madigi2021

Die Teilnahme ist nur nach vorheriger Anmeldung möglich, für die Sie eine Anmeldebestätigung per E-Mail erhalten.

Veranstaltungsort

BVMed-Akademie
Raum Berlin
Reinhardtstraße 29 d
10117 Berlin

Anfahrtsbeschreibung

Teilnahmegebühr

Die Teilnahmegebühr beinhaltet Verpflegung und Veranstaltungsunterlagen. Sie wird nach Erhalt der Rechnung ohne jeden Abzug fällig und beträgt pro Person zzgl. gesetzlicher MwSt.:

550,00 € | Tag 1 **oder** 2
990,00 € | Tag 1 **und** 2

Veranstalter

BVMed-Akademie
c/o Bundesverband Medizintechnologie e. V.
Reinhardtstraße 29 b, 10117 Berlin
Tel. | +49 30 246255-0
www.bvmed-akademie.de

Stornierung

Eine kostenfreie Stornierung ist bis spätestens 5 Werktage vor Seminarbeginn möglich. Danach wird die Teilnahmegebühr auch bei Nicht-Teilnahme fällig.

Die BVMed-Akademie behält sich den Wechsel von Dozenten und/oder Verschiebungen bzw. Änderungen im Programmablauf vor. Muss eine Veranstaltung aus Gründen, die die BVMed-Akademie zu vertreten hat, ausfallen, so werden lediglich bereits gezahlte Teilnahmegebühren erstattet. Weitergehende Ansprüche sind ausgeschlossen.

Markteinführung für digitale Gesundheitslösungen | Tag 1

27. September 2021 | Berlin

Übersicht

Zum Thema

Mit dem Digitale Versorgung-Gesetz schafft der Gesetzgeber verschiedene Optionen, um die digitalen Lösungen in die Versorgung zu bringen.

- > So sollen verschiedene digitale Gesundheitsanwendungen künftig in der Regelversorgung erstattungsfähig sein.
- > Selektivvertragliche Versorgungen auf Grundlage digitaler Medizinprodukte sollen ermöglicht werden.
- > Zudem – und das öffnet gänzlich neue Türen – sollen Kassen die Möglichkeit haben, digitale Innovationen zu fördern oder selbst zu entwickeln.

Doch auch darüber hinaus gibt es unzählige Ansätze, die eigene Entwicklung im Gesundheitssystem zu platzieren. Aufgrund der Vielzahl der digitalen Gesundheitslösungen kommt es jedoch darauf an, eine geeignete Market Access-Strategie zu finden, mit der Sie auch erfolgreich im Wettbewerb bestehen können. Für den gelungenen Markteintritt kann dies auch bedeuten, die klassische Erstattungssystematik und die geläufigen Versorgungskonzepte hinter sich zu lassen und ein eigenes Konzept zu entwickeln.

Tag 1 des Workshops soll Möglichkeiten, Modelle und Handlungsoptionen aufzeigen und dabei unterstützen, geeignete Wege für das eigene Produkt zu ermitteln und zu bewerten.

Dabei stehen folgende Fragen im Fokus:

- > Wie definiere ich mein Produkt?
- > Welche Optionen des Marktzugangs bestehen neben NUB und Hilfsmittelverzeichnis?
- > Welche Möglichkeiten haben Krankenkassen, digitale Lösungen finanziell zu fördern bzw. zu erstatten? Wie können diese Möglichkeiten genutzt oder weiterentwickelt werden?
- > Wie kann ich das Produkt in ein Versorgungskonzept integrieren – und wer sind geeignete Kooperationspartner?
- > Welche Möglichkeiten ergeben sich daher für die Finanzierung des Produkts?
- > Welche juristischen Aspekte sind zu berücksichtigen, z. B. Compliance, Datennutzung, Produkthaftung?

Ziel

Die Teilnehmer erhalten einen praxisnahen Überblick über die vielfältigen Fragestellungen, die mit dem Market Access von digitalen Produkten verbunden sind.

Es wird Hintergrundwissen zu den zentralen Elementen vermittelt, welches den Teilnehmern ermöglicht die offenen Fragen für das eigene Unternehmen bzw. Produkt zu identifizieren und auf dieser Basis die nächsten Schritte zu planen.

Programm

- 09:30 Uhr Kaffee-Empfang
- 10:00 Uhr **Begrüßung & Vorstellungsrunde**
- > Einführung | Das interaktive Workshop-Format
 - > Kurzvorstellung & Erwartungen der Teilnehmer
- 10:20 Uhr **Situation des virtuellen Unternehmens**
- > Das Unternehmen | Portfolio, Organisation
 - > Das Produktportfolio | Indikation, Markteinführung
 - > Versorgungslandschaft und Marktteilnehmer
 - > Unternehmensziele und Ziele auf Produktebene
- 11:00 Uhr **Handlungsoptionen und strategische Überlegungen | Teil 1**
- > Präsentation der Konzepte zum Erreichen der Unternehmensziele
 - > Darstellung von Aufwand und Nutzen der Konzepte | Prozesse, Kooperation
 - > Rechtliche Rahmenbedingungen des Produkts Medizinprodukt, Produkthaftung, Datenschutz
 - > Rechtliche Rahmenbedingungen von Geschäftsmodellen | Zusammenarbeit mit Fachkräften, Vertragsgestaltung, Vergütung und Abrechnung
 - > Abgrenzung Medizinprodukt, Hilfsmittel, Methode und die Bedeutung für den Marktzugang
 - > Marktzugang und relevante Stakeholder
 - > Geschäftsmodelle und Operationalisierung
 - > Typische Fallstricke bei der Umsetzung
 - > Hinweise zum externen und internen Projektmanagement
 - > Zusammenarbeit mit Krankenkassen
 - > Anforderungen der Krankenkassen an die Zusammenarbeit und Hinweise für die Gesprächsführung
 - > Beispielhafte Darstellung von Business Cases
 - > Zusammenfassende Bewertung der vorgestellten Handlungsoption
- 12:00 Uhr **Fragen & Diskussion**
- 12:30 Uhr Mittagspause
- 13:30 Uhr **Handlungsoptionen und strategische Überlegungen | Teil 2**
- 14:30 Uhr **Zusammenfassende Beurteilung und Ausblick**
- > Zusammenfassende Beurteilung
 - > Abstimmung der Teilnehmer über die überzeugendste Handlungsoption
 - > Praxisfragen der Teilnehmer
- 15:15 Uhr **Fragen & Diskussion**
- 15:45 Uhr Ende Tag 1 des Workshops

Markteinführung für digitale Gesundheitslösungen | Tag 2

28. September 2021 | Berlin

Übersicht

Zum Thema

Der erste Tag des Seminars führte die Teilnehmer durch den Prozess, digitale Komponenten für das Unternehmen zu eruieren und hinsichtlich ihrer Marktfähigkeit zu bewerten.

Der zweite Tag baut unter der Überschrift »von der Theorie in die Praxis« auf die Ergebnisse des ersten Tages auf. Dabei werden zwei wesentliche Handlungsstränge beleuchtet:

1. Produktentwicklung mit dem KI-Projekt, Entwicklungspartnerschaften und dem Daten- bzw. Compliance-Management
2. Vermarktung des Produkts bei den Vertragspartnern, Vertragsmodelle und Wege des Market Access sowie die Entwicklung von Argumentationsketten bei relevanten Stakeholdern

Behandelt werden die aktuellen Entwicklungen im Kontext des Digitale Versorgung-Gesetz sowie der Digitalisierungsstrategien der Krankenkassen.

- > Herausforderungen bei Entwicklung und Betrieb digitaler Versorgungslösungen im deutschen Gesundheitswesen
- > Rechtliche Konstrukte, die es ermöglichen Risiken sinnvoll zu minimieren und zu lenken
- > Anforderungen der neuen Market Access- und Erstattungswege für digitale Lösungen

Der zweite Tag widmet sich der Realisierung der am ersten Tag favorisierten digitalen Komponenten. Es geht nun nach der Strategiefindung, den idealen Weg für eine schnellen Market Access zu definieren.

Auf Basis der neuen regulatorischen Freiräume gilt es zu verstehen, welche operative Accessvariante für welche digitale Versorgungslösung, die jeweils zielführendste ist.

Ziel

Die Teilnehmer erhalten einen praxisnahen Einblick in die verschiedenen Lösungsstrategien für die erfolgreiche Realisierung von Versorgungslösungen mit dem Schwerpunkt digitaler Komponenten.

Es wird Hintergrundwissen zu den zentralen Elementen vermittelt, welches den Teilnehmern ermöglicht die Realisierungsrisiken für das eigene Unternehmen bzw. Produkt frühzeitig zu erkennen und auf dieser Basis die Lösungsräume dafür zu entwickeln.

Programm

- 09:30 Uhr Kaffee-Empfang
- 10:00 Uhr **Begrüßung & Vorstellungsrunde**
- > Einführung | Das interaktive Workshop-Format
 - > Kurzvorstellung & Erwartungen der Teilnehmer
- 10:20 Uhr **Wrap-Up | Tag 1**
- > Das Unternehmen | Marktsituation, Portfolio, Team
 - > Die digitalen Lösungen | Handlungsfelder, Nutzen
 - > Rahmenbedingungen für Market Access und MALADIE
- 11:00 Uhr **Handlungsoptionen und strategische Überlegungen | Teil 1**
- > Herausforderungen bei KI-Projekten
 - > Projektstrukturen und -partner
 - > Risiko- und Compliance-Management bei digitalen Versorgungslösungen
 - > Schnittstellen und Integration
 - > Betrieb und Management
 - > Weiterentwicklung und langfristige Verfügbarkeit
 - > Case-Study auf Basis der bestehenden digitalen Produktideen von MALADIE
 - > Interaktive Entwicklung der Inhalte über eine moderierte Diskussion
- 12:30 Uhr Mittagspause
- 13:30 Uhr **Handlungsoptionen und strategische Überlegungen | Teil 2**
- > Realisierung des Marktzuganges unter operativen Gesichtspunkten
 - > Anforderungen der Marktteilnehmer für eine Produktunterstützung
 - > Varianten des Market Access
 - > Investition- und Refinanzierungsmodelle
 - > Pricingmodelle für die einzelnen Komponenten
 - > Verkaufs- und Argumentationsstrategien
 - > Diskussion der Modelle und Strategien
 - > Praxisfragen der Teilnehmer
 - > Abstimmung über die überzeugendste Handlungsoption
- 15:00 Uhr **Zusammenfassende Beurteilung und Ausblick**
- > Zusammenfassende Beurteilung
 - > Gemeinsame Empfehlung zur Weiterentwicklung
- 15:30 Uhr **Fragen & Verabschiedung**
- 15:45 Uhr Ende des Workshops