



Bildquelle: KI-generierte Illustration

Präsenz-Workshop

01. Oktober 2026

Erfolgreich im Klinik-Einkauf: Strategien für den MedTech-Vertrieb

Verständnis für Entscheidungsprozesse im Klinik-Einkauf und deren Bedeutung für eine wirksame Vertriebsstrategie im Krankenhausmarkt

- > Entscheidungslogiken und Einflussfaktoren im Klinik-Einkauf
- > Strukturen und Entscheidungswege in Krankenhäusern sowie relevante Zielgruppen
- > Erfolgsfaktoren in der Ansprache: überzeugende Argumentationslinien und typische Erwartungen des Einkaufs
- > Aufbau nachhaltiger, strategischer Partnerschaften zwischen Lieferant, Klinik-Einkauf und Anwendern

Erfolgreich im Klinik-Einkauf: Strategien für den MedTech-Vertrieb

01. Oktober 2026 | Berlin

Thema

Der **Klinik-Einkauf** agiert heute als **strategischer Gatekeeper** zwischen Wirtschaftlichkeit, Versorgungssicherheit und Anwenderinteressen. Für MedTech-Unternehmen bedeutet das: Wer die Entscheidungslogik, Einflussfaktoren und internen Strukturen im Krankenhaus nicht versteht, verliert im Vertrieb an Wirksamkeit.

Der Workshop zeigt, wie Klinik-Einkauf wirklich funktioniert, welche **Rollen** Einkaufsgemeinschaften spielen und wie Unternehmen ihre Vertriebsansprache gezielt auf die **Bedürfnisse** von Einkäufer:innen und Anwender:innen ausrichten können. Anhand praxisnaher Beispiele und konkreter **Handlungsempfehlungen** lernen die Teilnehmenden, wie sie Vertrauen aufbauen und ihre Produkte erfolgreich im Klinikmarkt positionieren.

Ziel

Die Teilnehmenden entwickeln ein fundiertes Verständnis für die **Strukturen, Entscheidungswege und Anforderungen** im Klinik-Einkauf. Sie lernen, wie sie ihre Vertriebsstrategie gezielt auf unterschiedliche Akteure im Krankenhaus ausrichten und ihre Argumentation entlang der tatsächlichen Bedürfnisse des Einkaufs schärfen. So sind die Teilnehmenden nach dem Workshop in der Lage:

- > Einkaufsprozesse und Entscheidungslogiken im Krankenhaus besser einzuordnen,
- > die relevanten Zielgruppen im Klinikum differenziert anzusprechen,
- > ihre Produkte verständlich und überzeugend zu positionieren,
- > Vertrauen beim Klinik-Einkauf systematisch aufzubauen und
- > ihre Vertriebsprozesse effizienter und zielgerichteter zu gestalten.

Zielgruppe

Die Veranstaltung richtet sich an Unternehmen, die tagtäglich mit dem Klinikeinkauf in Verbindung sind und sich im Spannungsfeld zwischen Wirtschaftlichkeit, Lieferfähigkeit und Service befinden.

Referent

- > **Rüdiger Müller**
Unternehmensberater im Gesundheitswesen | Stockheim

Moderation

- > **Olaf Winkler**
Leiter Referat Industrieller Gesundheitsmarkt
Bundesverband Medizintechnologie e.V. (BVMed) | Berlin

Seminarbetreuung

- > **Tina Wilke**
Referentin BVMed-Akademie
Bundesverband Medizintechnologie e. V. (BVMed) | Berlin

Ablauf

09:30 Uhr Kaffee-Empfang

10:00 Uhr Olaf Winkler
Begrüßung

10:10 Uhr Rüdiger Müller
Der Klinik-Einkauf als Entscheider: Ziele, Herausforderungen und Einflussfaktoren
> Motivationen, Zielkonflikte und Rahmenbedingungen im Klinik-Einkauf
> Zentrale Entscheidungsfaktoren und interne Einflussgrößen
> Bedeutung von Wirtschaftlichkeit, Versorgungssicherheit und Anwender-interessen

11:30 Uhr **Einkaufsgemeinschaften im Klinikmarkt: Strukturen und Marktdynamiken**
> Rolle und Bedeutung von Einkaufsgemeinschaften
> Aktuelle Entwicklungen und Markttrends
> Auswirkungen auf Beschaffungsprozesse und Lieferantenstrategien

Fragen der Teilnehmenden und Diskussion

12:30 Uhr Mittagspause

13:30 Uhr **Vertrauen als Erfolgsfaktor: Zusammenarbeit zwischen Einkauf, Anwender und Lieferant**
> Erfolgsfaktoren in der Kommunikation mit dem Klinik-Einkauf
> Positionierung des Lieferanten als Lösungsanbieter und Partner
> Schnittstelle zwischen Einkauf und medizinischem Anwender

14:30 Uhr **Erfolgreiche Ansprache im Klinik-Einkauf: Argumentation und Positionierung**
> Erwartungshaltungen des Einkaufs an Anbieter
> Wirkungsvolle Argumentationslinien und typische Fallstricke
> Praxisbeispiele und Transfer in den eigenen Vertriebsalltag

15:30 Uhr **Vom Erstkontakt zum Abschluss: Strukturierte Vertriebsprozesse im Klinikmarkt**
> Phasen der Zusammenarbeit mit dem Klinik-Einkauf
> Steuerung komplexer Entscheidungsprozesse
> Erfolgsfaktoren für nachhaltige Geschäftsbeziehungen

Fragen und Abschlussdiskussion

16:30 Uhr Ende

Erfolgreich im Klinik-Einkauf: Strategien für den MedTech-Vertrieb

01. Oktober 2026 | Berlin

Anmeldung bis 22.09.2026 | 15:00
online | www.bvmed.de/klinikeinkauf-26

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

Die Teilnehmerzahl ist auf 12 Personen begrenzt. Anmeldungen werden in der Reihenfolge ihres Eingangs berücksichtigt.

Stornierung

Kostenfreie Stornierung ist bis 21 Werktage vor Seminarbeginn möglich. Danach wird die volle Teilnahmegebühr auch bei Nicht-Teilnahme fällig. Es gelten unsere »**Teilnahme- und Stornierungsbedingungen**«.

Teilnahmegebühr

Inbegriffen sind die Workshopunterlagen.

BVMed-Mitglieder

590,00 Euro | zzgl. MwSt. | pro Person
702,10 Euro | inkl. MwSt. | pro Person

Nicht-Mitglieder

650,00 Euro | zzgl. MwSt. | pro Person
773,50 Euro | inkl. MwSt. | pro Person

Die Rechnungslegung erfolgt nach Durchführung des Webinars, Fälligkeit nach Erhalt der Rechnung ohne jeden Abzug.

Änderungen/Anpassungen

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.

Veranstalter

BVMed-Akademie
c/o Bundesverband Medizintechnologie e. V.
Georgenstraße 25, 10117 Berlin
Tel. | +49 30 246255-0
info@bvmed-akademie.de
www.bvmed-akademie.de