



Dienstag, 18. September 2018  
Maritim Hotel Düsseldorf Airport

#### 4. MedTech-Vertriebskonferenz **Neue Geschäftspartnerschaften im digitalen Zeitalter**

- > Neue Vertriebs- und Geschäftsmodelle
- > „Value Based Healthcare“ und qualitätsorientierte Vergütung
- > Vom Produktlieferanten zum strategischen Geschäftspartner
- > Industrie und Klinikeinkauf
- > Wie können Start-ups und MedTech-KMUs zusammenkommen?
- > Social Selling und Social Buying
- > Strategische Ausrichtung des Vertriebs
- > Services zur Vertriebsunterstützung

# 4. MedTech-Vertriebskonferenz

## Neue Geschäftspartnerschaften im digitalen Zeitalter

am 18. September 2018 in Düsseldorf

### Übersicht

#### Zum Thema

Die Medizintechnik-Branche befindet sich – ebenso wie die gesamte Gesundheitsversorgung – in einem dramatischen Umbruch.

Die Digitalisierung ist die Grundlage dafür, dass in allen Versorgungs- und Geschäftsfeldern zunehmend Daten erhoben und miteinander vernetzt werden. Neue Geschäftsmodelle entstehen. Innovations-, Produktions- und Vertriebsprozesse wandeln sich.

Die Krankenhauslandschaft ist ebenso im Umbruch wie der Lieferantenmarkt. Gleichzeitig treten neue Player wie Google, Apple, Microsoft oder Amazon verstärkt in den Gesundheitsmarkt ein.

Medizinprodukte-Unternehmen sind künftig nicht mehr nur „Produktlieferant“, sondern werden zum „Wertschöpfungspartner“. Das Ziel von neuen Systempartnerschaften im digitalen Zeitalter ist es, gemeinsam mit den Versorgungspartnern Prozesse zu optimieren, Wirtschaftlichkeitsreserven zu heben, Innovationen zu fördern – und damit gemeinsam die Qualität der Patientenversorgung zu verbessern.

Anbieter und Nachfrager rücken enger zusammen. Die KMU-getriebene MedTech-Branche muss und wird sich stärker öffnen: gegenüber Start-ups und ihrer digitalen Expertise, gegenüber Kliniken und Versorgungszentren als strategische Geschäftspartner, gegenüber den Patienten als informierte Kunden.

#### Ziel der Konferenz

Die MedTech-Vertriebskonferenz zeigt Unternehmens- und Krankenhaus-Fallstudien und will die Herausforderungen, vor denen der Vertrieb von Medizinprodukten in Deutschland steht, analysieren und durch Best Practice Lösungsansätze für künftiges Wachstum aufzeigen.

#### Themen der Konferenz

- > Neue Vertriebs- und Geschäftsmodelle
- > „Value Based Healthcare“ und qualitätsorientierte Vergütung
- > Vom Produktlieferanten zum strategischen Geschäftspartner
- > Industrie und Klinikeinkauf
- > Wie können Start-ups und MedTech-KMUs zusammenkommen?
- > Social Selling und Social Buying
- > Strategische Ausrichtung des Vertriebs
- > Services zur Vertriebsunterstützung

#### Zielgruppen

Die Konferenz richtet sich an alle, die Medizinprodukte in Deutschland herstellen oder vertreiben:

Management, Vertrieb, Key Account Management, Market Access, Marketing, Erstattungsmanagement, Pricing, Servicefunktionen, aber auch an Klinikentscheider, Kassenmanager, Dienstleister und Berater.

#### Referenten

- > **Dr. Jens Deerberg-Wittram**, Director Health Care, The Boston Consulting Group (BCG), München
- > **Manuela Forster**, Strategic Account Manager Corporate/Shared Services, BD, Becton Dickinson GmbH, Heidelberg; Sprecherin des BVMed-Arbeitskreises „Krankenhausmarkt“ (AK KHM)
- > **Dr. Dirk Ghadamgahi**, Medical Director Johnson & Johnson Germany, Austria & Switzerland; Mitglied der Geschäftsführung, Johnson & Johnson Medical GmbH, Norderstedt
- > **Armin Haas**, Geschäftsführer, build'n'break; Chief Experience Office (CXO), code'n'ground AG, Heidenheim
- > **Adelheid Jakobs-Schäfer**, Generalbevollmächtigte Einkauf und Logistik, Sana Kliniken AG, Ismaning
- > **Mark Jalaß**, Divisionsleitung Vertrieb & Marketing Ambulanter Bereich Deutschland, Lohmann & Rauscher GmbH & Co. KG, Rengsdorf
- > **Stefan Krojer**, Leiter strategischer Einkauf, Johanniter Competence Center GmbH, Berlin; Initiator und Betreiber der Plattform „zukunft-krankenhaus-einkauf.de“
- > **Darius Moeini**, Geschäftsführer NUMA Berlin, Startup- & Innovations-Experte
- > **Petra Popp**, Senior Vice President Global Service, Carl Zeiss Meditec AG, Jena

#### Moderation

- > **Joachim M. Schmitt**, Geschäftsführer und Mitglied des Vorstands des Bundesverbandes Medizintechnologie e. V. (BVMed), Geschäftsführer MedInform, Berlin

#### Konferenzbetreuung

- > **Manfred Beeres**, Leiter Kommunikation/Presse, Bundesverband Medizintechnologie e. V. (BVMed), Stellvertretender Geschäftsführer MedInform, Berlin
- > **Carol Petri**, Assistent Kommunikation/Presse, Bundesverband Medizintechnologie e. V. (BVMed), Berlin

# 4. MedTech-Vertriebskonferenz

## Neue Geschäftspartnerschaften im digitalen Zeitalter

am 18. September 2018 in Düsseldorf

### Programm

- 09:00 Uhr Kaffee-Empfang
- 09:30 Uhr Joachim M. Schmitt  
**Eröffnung und Begrüßung**
- 09:45 Uhr Dr. Jens Deerberg-Wittram  
**Auf dem Weg zur qualitätsorientierten Vergütung in Deutschland: Was bedeutet das für die MedTech-Geschäftsmodelle und den künftigen Vertrieb von Medizinprodukten?**
- > Chancen von „Value Based Healthcare“ für die MedTech-Branche
  - > Mehrwert für den Kunden durch Services schaffen: Ansätze und Fallbeispiele
- 10:15 Uhr Dr. Dirk Ghadamgahi  
**Wo liegt die Zukunft der MedTech-Branche?**
- > Vom Produktlieferanten zum strategischen Geschäftspartner
  - > Wie die MedTech-Branche auf die Veränderungen reagieren muss
  - > „Value Based Healthcare“
- 10:45 Uhr Diskussion
- 11:00 Uhr Kaffeepause
- 11:30 Uhr Adelheid Jakobs-Schäfer  
**Medizintechnik-Vertrieb im „Cross-Check“ des Klinikeinkaufs: Geschäftspartnerschaft auf der Basis von Qualität**
- > Medizinische Qualität braucht Messbarkeit
  - > Vertriebsqualität braucht Nachhaltigkeit
  - > Prozessqualität braucht Bodenhaftung
- 12:00 Uhr Darius Moeini  
**Wie können Start-ups und MedTech-KMUs besser zusammenkommen?**
- > Expectation Management
  - > Formen der Zusammenarbeit
  - > Fallbeispiele
- 12:30 Uhr Diskussion
- 12:45 Uhr Mittagessen
- 14:00 Uhr Armin Haas  
**Social Selling: Vertriebsmarketing der Zukunft**
- > Effektive Nutzung von relevanten Social Media-Kanälen im B2B-Vertrieb
  - > Wirtschaftliche Relevanz von Seeding, Listening, Timeline, Mention & Co.
  - > Beispiele und Werkzeuge aus der Praxis
- 14:30 Uhr Stefan Krojer  
**Social Buying: Krankenhaus-Einkauf der Zukunft**
- > Lieferanten werden zum Wertschöpfungspartner
  - > Ergebnisse der Zukunftsstudie „Krankenhaus-Einkauf 2025“
- 15:00 Uhr Diskussion
- 15:15 Uhr Kaffeepause
- 15:45 Uhr Petra Popp  
**Moderne Services zur Vertriebsunterstützung**
- > Unterscheidbarkeit durch Services
  - > Markenerlebnisse schaffen durch Services
  - > Mehrwert durch digitale Services aus Sicht der Kunden
- 16:15 Uhr Podiumsdiskussion  
**Welche Herausforderungen kommen auf den Medizinprodukte-Außendienst zu?**
- Impulsstatement:*  
Manuela Forster  
**Vertrieb strategisch ausrichten**
- > Mehrwert durch Services
  - > Ergebnisse einer Umfrage
  - > Was bedeutet das für die Weiterentwicklung des Vertriebs?
- Weitere Diskussionsteilnehmer:*  
Dr. Dirk Ghadamgahi  
Armin Haas  
Adelheid Jakobs-Schäfer  
Mark Jalaß  
Stefan Krojer

(Ende der Veranstaltung gegen 17:00 Uhr)

# 4. MedTech-Vertriebskonferenz

## Neue Geschäftspartnerschaften im digitalen Zeitalter

am 18. September 2018 in Düsseldorf

### Anmeldung

**Anmeldeschluss: 17. September 2018**

Fax an: +49 (0)30 246 255-79

Scan an: [petri@bvmed.de](mailto:petri@bvmed.de)

Name, Vorname:

---

Position:

---

E-Mail:

---

Firma:

---

Bestellnr./PO-Nr. (wenn erforderlich):

---

Ansprechpartner:

---

Straße:

---

PLZ/Ort:

---

Telefon:

---

Telefax:

---

E-Mail:

---

Datum, Unterschrift:

---

**Hinweis:**

Mit Ihrer Anmeldung erklären Sie sich mit der Verwertung (Print, Digital, Online) der im Rahmen der Veranstaltung gefertigten Fotoaufnahmen einverstanden.

Der Verwendung der Daten können Sie jederzeit widersprechen, ohne dass hierfür andere als die Übermittlungskosten nach den Basistarifen entstehen.

**Information**

Carol Petri, Tel.: +49 (0)30 246 255-19

E-Mail: [petri@bvmed.de](mailto:petri@bvmed.de)

**Termin**

Dienstag, 18. September 2018,  
09:30 - 17:00 Uhr

**Veranstaltungsort**

Maritim Hotel Düsseldorf Airport  
Maritim-Platz 1, 40474 Düsseldorf  
Tel.: +49 (0)211 5209-0

Fax: +49 (0)211 5209-1000

E-Mail: [info.dus@maritim.de](mailto:info.dus@maritim.de)

Anfahrtsbeschreibung:

<http://www.maritim.de/de/hotels/deutschland/hotel-duesseldorf/lage-anfahrt>

**Teilnahmegebühr**

Die Teilnahmegebühr beträgt 585 € pro Person zzgl. gesetzlicher MwSt. Inbegriffen sind Mittagessen, Tagungsgetränke sowie die Veranstaltungsunterlagen. Die Teilnahmegebühr wird nach Erhalt der Rechnung ohne jeden Abzug fällig.

**Anmeldung**

Bis spätestens 17. September 2018 auf diesem Anmeldebogen oder unter [www.bvmed.de/vertriebskonferenz](http://www.bvmed.de/vertriebskonferenz).

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

**Stornierung**

Wird eine Anmeldung nicht spätestens fünf Werktage vor dem Veranstaltungsbeginn schriftlich widerrufen, so wird die volle Teilnahmegebühr auch bei Nichtteilnahme fällig.

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

**MedInform**

c/o Bundesverband Medizintechnologie e. V.

Reinhardtstraße 29 b, 10117 Berlin

Tel.: +49 (0)30 246 255-0

Fax: +49 (0)30 246 255-55

[www.medinform.de](http://www.medinform.de)

**Übernachtung im Tagungshotel:**

Einzelzimmer Comfort inkl. Frühstück: 179 Euro

Reservierung: + 49 (0)211 5209-1456

Stichwort "MedInform-Konferenz"