

MEDI Verbund setzt auf Medizinprodukte-Fachhandel

Der Fachhandel stellt für niedergelassene Ärzte einen unverzichtbaren Geschäftspartner dar. Gerade in der Phase der Praxisneugründung läuft ohne die Unterstützung des Händlers vor Ort kaum etwas, sagte Werner Conrad, Geschäftsführer der MEDI Verbund Dienstleistungs GmbH (Stuttgart) im Gespräch mit der MTD-Redaktion auf der Messe Medizin 2007 in Stuttgart. Daraus ergäben sich oft jahrzehntelange gute Geschäftskontakte.



Niedergelassene Ärzte verlassen sich auf den Service des Fachhandels, so Werner Conrad von der MEDI Verbund Dienstleistungs GmbH.

In MEDI Deutschland sind etwa 12.000 bis 13.000 Ärzte organisiert (vor allem niedergelassene) aus Baden-Württemberg (4.300 direkt + 2.000 Kooperationspartner), Rheinland-Pfalz (1.000), Berlin (1.000), Ärztenetz Westfalen-Lippe (3.500), Mecklenburg-Vorpommern (300) sowie eine wachsende Zahl von Medizinern im MEDI-Verbund Bayern. Hauptziel des Verbundes ist die fachübergreifende Kooperation von Haus- und Fachärzten. Damit sie die „ambulanten Möglichkeiten voll ausschöpfen“, werden entsprechende Verträge zur Integrierten Versorgung entworfen und geschlossen.

Zu den Aktivitäten gehöre auch die Option des gemeinsamen Einkaufs von Geräten und Verbrauchsmaterial (Praxisbedarf). Die Dienstleistungs GmbH handle hier mit relevanten Lieferanten Konditionen aus. Namentlich verweist Conrad auf Geschäftsbeziehungen u. a. mit folgenden Firmen: Beiner Medizintechnik Praxiseinrichtungen, MTR, Brune Medizintechnik, EHS Medizintechnik, Sonoring/Dormed, Esaote, Mediwa, DocCheck, DS Medizintechnik, Zimmer MedizinSysteme sowie Sanitätshaus/Medizintechnik Stähle.

Doch häufig nehmen, so Conrad, die Ärzte die entsprechenden Preise lediglich als Orientierungspunkt bzw. Verhandlungsgrundlage mit ihren angestammten Lieferanten. Conrad: „Das haben wir uns zwar anders vorgestellt, doch dem Ziel eines günstigen Einkaufes wird trotzdem gedient.“

Mit fünf Mitarbeitern mache man einen Jahresumsatz von ca. 920.000 Euro. Das Geschäftsfeld Medizinbedarf (Provisionen aus Einkaufsverträgen) trage hierzu weniger als zehn Prozent bei, was allerdings 2007 verdoppelt werden soll. Auf Akzeptanz bei den Ärzten stoße dagegen das „Powershopping“: Der Verbund sammelt Aufträge für bestimmte Geräte, bis festgelegte Stückzahlen erreicht sind, zu denen der Fachhandelslieferant zuvor günstige Konditionen zugesichert habe.

„In diesem Sinne ist der MEDI Verbund das betriebswirtschaftliche Gewissen der Ärzte, die zumeist keine ausdrückliche Investitionsplanung machen“, erläuterte Conrad. Er empfiehlt den Ärzten zudem die Bildung von Gerätegemeinschaften, um immer auf dem aktuellen Stand der Technik zu sein.

Zur Verbesserung ihrer betriebswirtschaftlichen Ergebnisse seien günstigere Einkaufskonditionen jedoch nur ein begrenzt wirksames Mittel. Entscheidend sei vielmehr die Erschließung von zusätzlichen Einnahmequellen außerhalb des Budgets wie sog. privat abgerechnete IGeL-Angebote mit entsprechenden Geräten. Hier setze der Verbund zudem auf die Kooperation mit entsprechend spezialisierten Herstellern und Händlern. Ein weiterer Weg bestehe in Verträgen nach § 73 ff. u. a. zur hausarztzentrierten Versorgung.

In Arztpraxen stehen immer mehr Leasinggeräte

Niedergelassene Ärzte entscheiden sich bei der Investition im Medizingerätesektor zunehmend für Leasing. So hat die Ärzte- & Apotheker-Leasing GmbH (München) in den vergangenen fünf Jahren die Zahl ihrer Kunden von 1.000 auf rund 7.000 gesteigert, wie Geschäftsführer Dr. med. Friedrich Baumann im Gespräch mit MTD erläuterte. Der Jahresumsatz erreichte 2006 mit etwa 20 Mitarbeitern rund 10 Mio. Euro. Derzeit laufen etwa 1.200 Verträge mit einem Gesamtbestand von 1.500 Geräten.

In der Kombination Leasing und Produkt-Know-how habe die Ärzte- & Apotheker-Leasing GmbH eine Alleinstellung auf dem deutschen Markt. Dies ermögliche deren Kunden und Partnern aus der Medizintechnikbranche – Herstellern wie Händlern – eine größtmögliche Flexibilität bei Vertragsabschluss sowie während und am Ende der Vertragslaufzeit.

Arztpraxen seien eindeutiger Schwerpunkt. Derzeit stammen ca. fünf Prozent der Verträge aus dem Klinikbereich – mit steigender Tendenz. Im Raum Bayern erfolgt zum Teil eine direkte Kundenbetreuung, im übrigen Bundesgebiet übernehmen dies kooperierende Hersteller und Händler. Ein Schwerpunkt bei Vertragsabschlüssen liege derzeit bei Ultraschallgeräten wegen des kommen den bundesweiten Mindeststandards von 256 Graustufen.

Gut laufe auch der Endoskopie-Sektor. Nachdem nur noch fachärztliche Internisten entsprechende Darmspiegelungen durchführen dürfen, steige bei diesen die Fallzahl. Im Zuge dessen wachse der Bedarf an vorzuhaltenden Instrumenten, Neu- bzw. Ersatzanschaffungen aufgrund erhöhter Abnutzung seien in deutlich kürzeren Zeitabschnitten erforderlich. Dies lasse sich durch entsprechend angepasste Leasingkonstellationen betriebswirtschaftlich sinnvoll abbilden.

Ärzte- und Apotheker-Leasing hat neben dem Hauptstandort München Service-Büros in Düsseldorf und Hamburg. Seit Ende 2005 ist man auch in Österreich aktiv. Kurzfristig sollen Aktivitäten in der Schweiz und Südtirol anlaufen. Das Auslandsgeschäft werde jedoch durch unterschiedliche gesetzliche Regelungen für Leasing erschwert.

Zunehmende Bedeutung gewinne der Internetauftritt (wwwaea-leasing.de). Kunden stehen hier umfangreiche Informationen zu Leasing sowie Neu- und Gebrauchtgeräten zur Verfügung. Für Partner von Ärzte- & Apotheker-Leasing ist ein Passwort-geschützter Bereich eingerichtet, der Herstellern und Händlern eine umfassende Leasingbetreuung ihrer Kunden ermögliche.

Als Sonderkonzept im Vorfeld der Mehrwertsteuererhöhung habe die Ärzte- & Apotheker-Leasing ihren Kunden, so Dr. Baumann, Ende 2006 verstärkt den Mietkauf angeboten.

Eine durchschnittliche Leasingperiode für medizintechnische Geräte dauert – passend zu den vielen Geräteinnovationszyklen – vier Jahre. Die Leasingchwelle beginne bei 500 Euro – Sinn macht es laut Dr. Baumann jedoch ab 5.000 Euro, der Schnitt liege bei 25.000 bis 30.000 Euro. Nach Ablauf der Leasingzeit haben die Ärzte die Möglichkeit der Vertragsverlängerung, der Gerätübernahme oder des Geräteaustausches gegen aktuelle Versionen. Bei Ultraschall z. B. liege die Rate für Neugeräte mittlerweile bei 30 Prozent mit steigender Tendenz.

Insgesamt hat Ärzte- und Apotheker-Leasing Produktpartnerschaften mit rund 100 Herstellern und Händlern. Zu den Produktsparten gehören: Endoskope (u. a. EHS, Fujinon, Olympus, Pentax, Karl Storz, Richard Wolf), Ultraschall (u. a. Siemens, Sonoace, Esaote), EKG/Ergometrie (u. a. Schiller, GE, Viasys), EMG/EEG (u. a. Viasys, Nihon Kohden), Laser (Deka, Lumenis, Lasering, Asklepion), Narkose (u. a. Dräger).

Im eigenen Sonostudio in München würden sowohl Neugeräte als auch viele Gebrauchtgeräte angeboten. Vor allem Allgemeinärzte, die „aufrüsten“ müssen, und Praxisneugründer interessieren.



Dr. Friedrich Baumann weiß als Arzt, was Ärzte wollen: Geräte und Leasing aus einer Hand.

ten sich für „Leasing-Rückläufer“. Was bis zu fünf Jahre alt sei, werde wieder verleast, ältere Geräte würden verkauft. Der Gebrauchtgeräte-Bereich mit sieben Rubriken im Internet werde wöchentlich aktualisiert und erreiche Kunden im In- und Ausland – hier dominieren derzeit osteuropäische Kunden. Es kommen aber auch Käufer aus Saudi-Arabien, der Türkei und dem Irak.

SonoSite wächst in Deutschland zweistellig

Die SonoSite GmbH (Erlangen) hat 2006 ein zweistelliges Umsatzwachstum erreicht. In Deutschland sind nach Angaben des neuen Geschäftsführers Thomas Roth ca. 800 der tragbaren Ultraschallgeräte installiert. Dies erklärte er gegenüber MTD auf der Medizin-Messe Ende Januar in Stuttgart. Weltweit sei das US-Unternehmen führend in diesem am schnellsten wachsenden Segment des Ultraschallmarktes, so Roth.

Hierzulande werden die Produkte seit 2001 über eine eigene Tochter vertrieben – von 1999 bis 2001 geschah dies über

die Niederlassung von Esaote. Beschäftigt sind rund 20 Mitarbeiter, davon sind die sieben Außendienstler hauptsächlich für die Fachgruppen Anästhesie, Notfall (Krankenwagen, Rettungshubschrauber) sowie Intensiv zuständig. Die übrigen Zielgruppen werden über den Vertriebspartner Siemens betreut, der dadurch einen nicht unerheblichen Beitrag zum deutschen SonoSite-Umsatz leistet.

Zukünftig sehe man gerade in Praxisgemeinschaften und Medizinischen Versorgungszentren zusätzliche gute Absatzchancen für tragbare Geräte. Außerdem werde für den stationären Betrieb eine Dockingstation angeboten. Der Vertrieb der in den USA hergestellten Geräte laufe bis auf den Veterinär-Sektor direkt. SonoSite stehe mit seinen Produkten vor allem im Wettbewerb mit GE Medical und Esaote sowie ein paar anderen Herstellern von tragbaren Ultraschallsystemen.

Roth zeichnet seit Mitte Januar verantwortlich für die deutsche SonoSite-Tochter. Er bringt 16 Jahre Erfahrung in der Ultraschallbranche mit und war zuletzt in gleicher Position bei der Esaote Germany GmbH, wo er seit 1992 in verschiedenen Positionen beschäftigt war. Davor arbeitete er bei Diasonics Sonotron, die heute zu GE Healthcare gehört. Roth wird in seiner neuen Position direkt an Dieter Schwartmann berichten, der Vizepräsident für den europäischen Markt ist und seit Dezember 2005 auch für die Deutschland-Tochter verantwortlich zeichnet.

ras



Zahlreiche Fachhändler wie z. B. EHS Medizintechnik zeigten in Stuttgart Flagge.