

MEDIZINTECHNIK-MESSE

Deutsches Tech-Start-up gewinnt ersten Preis bei der Medica

von: Manuel Heckel
Datum: 17.11.2021 17:12 Uhr

Auf der Medizintechnik-Messe Medica in Düsseldorf wurden zwei junge Tech-Firmen mit Preisen gewürdigt. Die Start-ups hoffen durch die Auszeichnung auf mehr Sichtbarkeit.



Die Gewinner des „Healthcare Innovation World Cup“ (von links nach rechts): Dmytro Gazda, Gründer von Esper Bionics (Ukraine), Max G. Ostermeier, Gründer von Implants (Deutschland), Hanna Sjöström, Gründerin von GPX Medical Neola (Schweden).

Schon die Nominierung fühlte sich wie ein Sieg an: „Von 300 Bewerbungen unter die ersten zwölf zu kommen, das ist doch auch schon eine Leistung“, hatte sich Max G. Ostermeier vor der Reise zur Medizintechnik-Messe Medica gesagt. Seine Firma Implants aus Hannover war auf der Shortlist des „Healthcare Innovation World Cup“ gelandet, eines internationalen Preises für neue Medizinprodukte, der auf der Medica ausgelotet wird.

Doch nach der Präsentation der Finalisten stand fest: Implants ist der Gewinner des Wettbewerbs. „Das sorgt für Wind unter unseren Flügeln“, sagt Ostermeier. Mit der Lösung „EyeMate“, die Grüner-Star-Patienten hilft, ihren Augeninnendruck selbst zu überwachen, überzeugte das Unternehmen die Jury. Auch der Forschung kommt die Messung zugute, denn die Messdaten können in einen Cloudspeicher übertragen werden.



Bahman Doaeian, Gründer von Phonolyser, Gewinner der Medica Start-up-Competition 2021.

(Quelle: Messe Düsseldorf, Constanze Tillmann)

Bahman Doaeian, Gründer des finnischen Start-ups Phonolyser, fährt ebenfalls mit einem gewonnenen ersten Platz und einem guten Gefühl zurück nach Hause. Das vor knapp vier Jahren gestartete Unternehmen entwickelt ein Diagnosegerät für Neugeborene, das zuverlässig alle Ausprägungen eines angeborenen Herzfehlers aufspüren soll. Das Team triumphierte in der „Medica Start-up-Competition“, dem zweiten Start-up-Wettbewerb der Medica. „Der Preis kommt genau zur richtigen Zeit“, sagt der ausgebildete Ingenieur Doaeian.

Junge Firmen suchen die globale Bühne

Denn die Auszeichnung stellt die Sieger – und auch die weiteren Platzierten in den Wettbewerben – in das Scheinwerferlicht der Medizinwelt. Etwa 3000 Aussteller sind auf der Medica zu Gast, fast 500 auf der angeschlossenen Zulieferermesse Compamed. Die Firmen stammen aus etwa 70 Ländern – die Veranstaltungen gehen morgen offiziell zu Ende. Und neben etablierten Unternehmen präsentieren sich auch zahlreiche aufstrebende Tech-Firmen auf dem Messegelände.

Sie alle suchen nach Kontakten: zu Industriepartnern, potenziellen Kunden, möglichen Investoren. Denn nach langen Jahren der Entwicklung und Studiererstellung, die gerade im Gesundheitsbereich üblich sind, müssen die jungen Firmen irgendwann an ihrer Sichtbarkeit arbeiten. Implandata etwa bastelt seit etwa einem Jahrzehnt an der Idee, die mit gewöhnlichen Reifendrucksensoren begann.

Heute werden die weiterentwickelten Chips in das Auge von Glaukom-Patienten implantiert. Durch ein Messgerät in Fernbedienungsgröße, das vor das Auge gehalten wird, wird der Chip aktiviert – und sendet den Messwert an den Patienten und über eine Cloud an den Arzt. Statt drei bis vier Messungen im Jahr sind so hunderte Messpunkte möglich, die Krankheit wird so viel engmaschiger überwacht.

Im Juni erhielt das Unternehmen aus Hannover seine CE-Zertifizierung, parallel arbeitet das Team an einer Zulassung in den USA. „Wir sind jetzt an einem Punkt, wo wir in die kommerzielle Phase hineingehen“, sagt Implandata-Gründer Ostermeier, „da wollen und müssen wir mehr Öffentlichkeitsarbeit betreiben.“

Auszeichnung mit direkten und indirekten Effekten

Die Teilnahme an Wettbewerben ist dabei eine mögliche Strategie, um auf sich aufmerksam zu machen. Und sie wirkt: Start-ups, die in den Vorjahren bei Medica-Ausschreibungen mitgemacht haben, bestätigen das. Erstens bringen Auftritt und Präsentation vor der Jury einen Lerneffekt: „Man lernt beim Pitch, auf verschiedene Fragen einzugehen“, berichtet Lukas Liedtke, Mitgründer des Start-ups Kamedi. Die Karlsruher traten 2019 mit ihrem „Heat-it“-Stick an, der als Smartphone-Anhängsel den Schmerz von Insektenstichen neutralisieren soll; es reichte für den dritten Platz. Zweitens sorgt der Messeauftritt für wertvolle Kontakte: Kamedi kam auf der Medica mit seinem heutigen Vertriebspartner für Slowenien ins Gespräch.

Drittens kann die Auszeichnung auch für einen Imageschub sorgen. Im vergangenen Jahr siegte beim „World Cup“ das Bayreuther Start-up Incontalert, deren nicht-invasiver Sensor den Füllstand der Blase überwacht. Man habe sich intensiv auf Messen und bei Accelerator-Programmen präsentiert, während man sich auf die Finanzierungsrunde vorbereitet habe, sagt Mitgründer Jannik Lockl – jeder Auftritt und jede Erwähnung habe beim „Aufhübschen“ geholfen. Ob bei reinen Geldgebern, Industriepartnern oder möglichen strategischen Investoren: „Am Ende des Tages ist man dadurch bei denen im Hinterkopf“, so Lockl.

Viel Ruhm, kaum Reichtum

Für die diesjährigen Sieger müssen sich die Effekte erst noch einstellen. Unmittelbar nach dem Pitch hätten sich erste Gespräche neben der Bühne ergeben, weitere Kontaktanfragen seien bei LinkedIn aufgetaucht, berichtet Phonolyser-Gründer Doaeian.

Das Preisgeld ist hingegen meist nur ein nettes Zubrot in dem kapitalintensiven Segment: Implandata erhält trotz des ersten Platzes erstmal keine direkte Zahlung, hat aber im nächsten Jahr bei einer weiteren Prämierung noch die Chance auf 10.000 Euro – in dem Start-up stecken heute bereits 17 Millionen Euro Investorengelder. Für das finnische Team um Doaeian gibt es 2000 Euro: „Das Preisgeld könnte bei solchen Wettbewerben ruhig ein bisschen höher sein“, sagt der Gründer, „schließlich kostet bei uns Hardware-Start-ups jeder Entwicklungsschritt eine Menge Geld.“

Handelsblatt **Inside**
DIGITAL HEALTH

Ihnen gefällt dieser Beitrag aus unserem exklusiven
Fachbriefing?

[Empfehlen Sie Handelsblatt Inside Digital Health weiter!](#)

Mehr: Innovationsförderung für mobiles MRT

© 2020 Handelsblatt GmbH - ein Unternehmen der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH & Co. KG

Verlags-Services für Werbung: www.iqm.de (Mediadaten) | Verlags-Services für Content: Content Sales Center | [Sitemap](#) | [Archiv](#)

Realisierung und Hosting der Finanzmarktinformationen: vwd Vereinigte Wirtschaftsdienste GmbH | Verzögerung der Kursdaten: Deutsche Börse 15 Min., Nasdaq und NYSE 20 Min.