

Corscience ist als OEM-Firma etabliert

# Ideenschmiede für Notfall- und Telemedizin

Die Erlanger Corscience GmbH & Co. KG kann mit Fug und Recht als Ideenschmiede in Sachen Medizintechnik made in Germany bezeichnet werden. Zeugnis dafür legen zahlreiche Auszeichnungen ab, wie z. B. „Gründer-Champion“ 2005 oder Innovationspreise für diverse Produkte. Prämiert wurde u. a. ein automatischer externer Defibrillator. Grund genug für die MTD-Redaktion, im Rahmen des Schwerpunktthemas Notfallmedizin/Defibrillation ein Interview mit Firmengründer und Geschäftsführer Prof. Dr. Armin Bolz zu führen.

**Herr Prof. Dr. Bolz, Ihr persönlicher Werdegang liest sich als Geschichte eines Start-up-Unternehmens, wie sie im Buche steht: Physikstudium, Habilitation in Physikalisch-Medizinischer Technik, Entwicklungsleiter bei Biotronik, Professor für Biomedizinische Technik an der Uni Karlsruhe, 2001 Gründung der Firma Corscience. Worin gründet Ihr Faible für die Medizintechnik?**

Während meines Studiums lernte ich Dr. Max Schaldach kennen, selbst Professor und Inhaber der Firma Biotronik. Er machte mir klar, dass das berufliche Leben besonderen Spaß macht, wenn man etwas Sinnvolles macht, seine Fähigkeiten nutzt und sein Leben selbstständig in die Hand nimmt. Sein Vorbild leitet mich noch heute in vielen Fragen.

## Weinmann-Tochter wächst dynamisch

**Vor zwei Jahren hatte das Unternehmen noch 30 Mitarbeiter, jetzt sind es 60. Im April haben Sie die Räumlichkeiten des Gründerparks verlassen und sind in neue, eigene Geschäftsräume gezogen. Wie ist das Unternehmen aktuell aufgestellt?**

Corscience gehört gesellschaftsrechtlich der Firma Weinmann, einem Traditionsunternehmen aus den Bereichen Notfallmedizin und Homecare, und meiner Familie. Auf diese Weise kombinieren wir langjährige unternehmerische Erfahrung und technische Expertise. Dabei agiert Corscience mit dem Geschäftsmodell eines OEM-Anbieters völlig frei am Markt, unter anderem auch für Mitbewerber. Ich denke, diese Mischung macht uns so erfolgreich.

Im Jahr 2006 haben wir Umsatz und Gewinn um 50 Prozent steigern können. Auch dieses Jahr erwarten wir wieder ein deutlich positives Wachstum. Auf derzeit etwa 1.000 qm konzentrieren wir uns auf Entwicklung und technische Prüfung. Produktion und andere nicht zentrale Bereiche haben wir ausgelagert. Durch unsere finanzielle Unabhängigkeit haben wir das klare Ziel, dieses Wachstum weiterhin fortzusetzen und zu einem der führenden OEM-Anbieter zu werden.

**Angesichts solcher Dynamik drängt sich die Frage auf: Welche Ideen haben Sie noch in petto und wo sehen Sie das Unternehmen in fünf bzw. zehn Jahren?**

Corscience hat eine strategische Unternehmensplanung und hat sich zum Ziel gesetzt, in den nächsten beiden Jahren



Prof. Dr. Armin Bolz mit dem von Corscience entwickelten AED-Gerät Meducore Easy.

die Umsatzmarke von 10 Mio. zu knacken. Aufgrund der immer engeren Beziehungen zu unseren Bestandskunden sind wir hier auf einem sehr guten Weg. Dabei lassen wir uns von unserem Unternehmensmotto leiten, in dem wir die Steigerung der Lebensqualität und der medizinischen Sicherheit in unseren Fokus stellen.

Mein persönliches Ziel ist es, meine guten Kontakte zu akademischen Kreisen zu nutzen und innovative Ansätze aus dem Herz-Kreislauf-Bereich schnell umzusetzen. Von besonderer Bedeutung sind für mich dabei Fragestellungen, die der Prognose von Herzkrankungen dienen und so beispielsweise Schlaganfällen vorbeugen.

## Für große und kleine Partner attraktiv

**Ihr Schwerpunkt liegt in Forschung & Entwicklung. Dabei arbeiten Sie als mittelständische Firma mit den großen „Playern“ genauso zusammen wie mit Firmengründern. Was macht Corscience als Partner für beide Gruppen so attraktiv?**

Die Ursache unseres Erfolges liegt primär in unserem Geschäftsmodell. Wir bieten als OEM-Dienstleister die gesamte Palette von Forschung über Entwicklung bis hin zur Zulassung und Produktionssteuerung. Für die „Kleinen“ sind wir interessant, weil wir auf preiswerte Art viele Bereiche abdecken, die sie sich erst mühsam aneignen müssten. Allein die Frage der Zulassung zum Medizinprodukt oder des Qualitätsmanagements ist für viele ein Brief mit sieben Siegeln, für uns jedoch Routine.

Als Beispiel sei hier die Cerbomed GmbH genannt, die ein Verfahren zur Depressionstherapie durch uns entwickeln lässt. Für Bee Systems in der Schweiz haben wir beispielsweise einen EEG-Verstärker medizinisch zugelassen und führen das System nun über die FDA in den USA ein. Dieses Know-how ist einfach Gold wert.

Die „Großen“ hingegen haben durch uns die Möglichkeit, strategisch nicht im Fokus liegende Randaufgaben durch uns abarbeiten zu lassen oder aber Innovationen einzukaufen, die hochspezielles Expertenwissen im Bereich der Vitalparametermessung, der Signalverarbeitung oder der drahtlosen Übertragung erfordern. Unsere Kooperationen mit Fresenius Medical Care, Siemens, Viasys oder Zeiss sind stets hochspannende Projekte, bei denen beide Partner profitieren.

Immer mehr von Bedeutung wird dabei die Funktion des Wissensmaklers. Know-how lässt sich nicht nur als Dienstleistung vermarkten. Manche Kunden kommen und fragen uns, wo man denn bestimmte Komponenten beziehen kann. In Zeiten immer geringerer Margen wird dies immer wichtiger.

## Einzige OEM-Firma für Defis

**Die Produktgruppe der automatischen externen Defibrillatoren (AED) spielt bei Ihnen eine große Rolle. Wie sehen Sie Corscience aktuell im Marktgeschehen?**

Corscience ist meines Wissens nach der einzige Anbieter weltweit, der Defibrillatortechnologie weltweit als OEM-Gerät, Modul oder in Lizenz anbietet. Dabei sind wir nicht nur auf unsere AED-Technologie stolz, für die wir 2004 aufgrund der hervorragenden EKG-Analyse auch den bayerischen Innovationspreis erhalten haben, sondern auch auf unsere professionellen Module, die wir kundenspezifisch anpassen. Auf diese Weise sind wir bereits in Europa, Südamerika und Indien sehr gut vertreten.

**Sie kennen ja auch die Gerätefeatures von anderen Anbietern. Wohin geht der technologische Trend bei AEDs?**

Speziell der Bereich der AEDs ist technisch ausgereizt. Die Detektion von Kammerflimmern erfolgt fehlerfrei, die Therapie ist seit Jahren Standard. Im Vordergrund der Entwicklungen steht daher die Benutzerführung und vor allem der Preis. Seit „Plus“ als Discounter beginnt, Defibrillatoren zu vermarkten, ist diese Branche weiter unter Druck geraten. Ich sehe hier den gleichen Trend wie bei den Blutdruck-Messgeräten: gut und preiswert.

## Defis über den Discounter

**Obwohl Ihr Hauptaugenmerk nicht auf der Vermarktung Ihrer Produkte liegt, müssen Sie doch darauf achten, für den Markt und nicht an ihm vorbei zu entwickeln. Was spielt hier künftig für Defis eine Rolle?**



Im April 2007 sind die neuen Geschäftsräume der Firma in Erlangen eingeweiht worden.



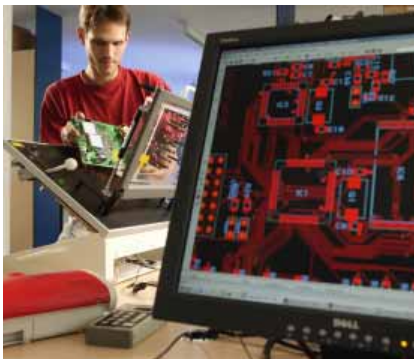
Hoher Besuch zur Einweihung: Prof. Dr. Bolz mit dem Erlanger Oberbürgermeister Dr. Siegfried Ballais und dem bayerischen Staatsminister Erwin Huber.

Wir sind stets in engem Austausch mit unseren Kunden. Da wir meist über Lizenzmodelle auch am erfolgreichen Vertrieb mitprofitieren, sind für uns Markttendenzen von hoher Bedeutung. Im Augenblick sind zwei Tendenzen hervorzuheben: Die aktuellen Gesetze, die in europäischen Nachbarstaaten die Nutzung von AEDs in Büros teilweise sogar vorschreiben, eröffnen einen Massenmarkt. Hierfür müssen spezielle, sehr einfache und robuste Geräte entwickelt werden. Dazu arbeiten wir über die niederländische Firma Cardiatech sehr eng mit einem Netz verschiedener Discounter im Ausland zusammen.

Auf der anderen Seite stellen wir im professionellen Bereich einen sehr interessanten neuen Trend fest: die Koppelung von Defibrillation und Beatmung in einem Gerät. Auf diese Weise lässt sich der Reanimationsverlauf deutlich vereinfachen und sicherer gestalten. Dies ist für uns von besonderem Interesse, da Corscience in diesem Bereich auch eigene Patente besitzt.

**Stichwort Auslandsmarkt – hier ist Corscience ebenfalls aktiv. Wie behaupten Sie sich im globalen Wettbewerb und wie kommt es zu diesen Geschäftskontakten?**

Tue Gutes und rede darüber! Wir bemühen uns, stets höchste Qualität zu liefern. Und wenn wir das schaffen, dann zeigen wir das auch nach außen. Von besonderer Bedeutung ist dabei heutzutage das Internet. Wenn jemand etwas sucht, was macht er? – Er googelt. Wir sind in allen wesentlichen Suchbegriffen auf der ersten Google-Seite zu finden.



Das Unternehmen ist auf die OEM-Entwicklung von Medizingeräten spezialisiert.

Viele Kontakte ergeben sich auch über Messen und direkte Ansprache. Mehr und mehr bauen wir aber auch unser Netzwerk aus und verbinden uns mit ortsansässigen Fachleuten, die für uns in ihrem Land werben. So bedienen wir beispielsweise die meisten europäischen Länder direkt, jüngst kam Spanien dazu. Dabei muss man einfach ein wenig flexibel bleiben. Die unterschiedlichen Zollregelungen, Mentalitäten und Marktgegebenheiten erfordern es, dass wir individuell eine Kooperationsbasis finden.

**Eine Frage zur Praxis: Wie lange dauert es von der Idee bis zur Marktreife eines neuen Defis? Wie läuft die Entwicklung ab, wie viele Manntage bzw. welche Kosten werden veranschlagt?**

Das ist sehr schwer in dieser allgemeinen Form zu beantworten. Wenn Sie ein völlig neues Gerät entwickeln wollen, müssen Sie mit drei Jahren und deutlich mehr als 2 Mio. Euro rechnen. Greifen sie aber auf bereits vorhandene Baugruppen zurück, sind Ergebnisse für ein Zehntel bereits nach einem Jahr zu haben. Diesen Zeit- und Kostenvorteil bieten wir unseren OEM-Kunden.

**Forschung und Entwicklung sind kostenintensiv. Erhält Corscience auch öffentliche Fördermittel?**

Ja, da wir viele innovative Ansätze verfolgen, werden wir auch von der öffentlichen Hand unterstützt. Beispiele sind telemedizinische Fragen oder aktuell die bayerische Förderung einer Kooperation mit Fresenius, in der wir eine neue kon-

tinuierliche Blutdruckmessung entwickeln. Da wir gute Verbindungen zu Projektträgern besitzen, kann dies auch für unsere Kunden von Vorteil sein.

## Diagnose via Telemedizin

**Sie sprachen es oben bereits an, dass die telemedizinische Komponente in der Medizintechnik eine immer größere Rolle spielt. Wie sieht dies bei Defis aus und welche anderen Produkte haben Sie bereits mit dieser Technologie bestückt?**

Wir sind einer der wenigen Komplettanbieter für kundenspezifische Telemedizinlösungen. Wir bieten unterschiedliche drahtlose Sensoren (Waagen, Blutdruck-Messgeräte, Peakflow-Messgeräte, EKG-Geräte etc.), die gesamte Datenübermittlungstechnik sowie die notwendige IT an. Kunden sind vor allem Krankenkassen bzw. ihre Dienstleistungstochter, aber auch zunehmend Krankenhäuser.

Ein besonderes Highlight ist ein Telemedizinportal, das wir derzeit für die Firma Omron entwickeln und das demnächst online geht. Im Bereich der Defibrillation wird die Telemedizin in absehbarer Zeit nicht wesentlich Fuß fassen, hingegen im Notfallbereich sehr wohl. So haben wir zum Beispiel kürzlich 15 Krankenhäuser in Barcelona mit EKG-Fernübertragung ausgerüstet, um eine schnelle Einbindung eines Experten zu ermöglichen.

## Kooperation mit Händlern

**Sehen Sie in Telemedizin-Geräten auch Chancen für den medizintechnischen Fachhandel?**

Oh ja, sehr wohl. So haben wir z. B. für die MHH Hannover ein Telemedizinportal zur Überwachung von Lungentransplantationspatienten entwickelt. Die Auslieferung und Einstellung der Peakflow-Messgeräte vor Ort wird dabei von einem unserer Fachhandelspartner übernommen. Unser Geschäftsmodell basiert sehr stark auf einer Kooperation mit Fachhändlern, da nur sie in ökonomisch vertretbarer Weise einen guten Service vor Ort leisten können.

**Sie bieten die von Ihnen entwickelten Produkte ja auch über Ihre Website an. Welche Rolle spielt der Eigenvertrieb?**

Kurz: Keine. Viele Händler schrecken zunächst einmal davor zurück und denken, wir machen ihnen Konkurrenz. Für uns ist der Internetshop eine Art Marketing für unsere Entwicklungsdienstleistungen und OEM-Geschäfte nach dem Motto: Schau mal, lieber Interessent, das alles haben wir schon entwickelt und produzieren es. Meldet sich ein wirklich Interessierter und verlangt Informationen, so leiten wir ihn an unseren Fachhandels- oder OEM-Partner weiter.

**Was machen Sie in F&E sowie Produktion selber und was kaufen Sie zu?**

Im Bereich F&E versuchen wir stets, besonderes Spezialwissen von einem kompetenten Partner zu kaufen. Beispielsweise entwickeln wir keine Batterie- oder Akkupacks selbst. Die Produktion haben wir komplett nach außen vergeben, steuern und kontrollieren sie aber sehr eng.

**Corscience steht nicht nur für Medizintechnik, sondern auch für weitere Technologie-Sparten. Könnten Sie abschließend deren Inhalte und Stellenwert im Unternehmen kurz beschreiben?**

Corscience ist und bleibt ein Medizintechnik-Unternehmen. Allerdings erproben wir teilweise Technologien außerhalb unseres Kerngeschäftes, um damit Erfahrungen zu sammeln und die medizinische Verwendbarkeit zu prüfen.

Als Beispiel sei hier das Thema Ortung genannt. Über [www.ortungsportal.com](http://www.ortungsportal.com) bietet Corscience die Möglichkeit, Mobilfunkgeräte zu orten. Darüber hinaus verkaufen wir auch spezielle GPS-gestützte Geräte, die eine punktgenaue Lokalisation ermöglichen. Derzeit nutzen mehr als 40.000 Kunden aus den unterschiedlichsten Bereichen unsere Technologie. Zu erwähnen sind hierbei Privatleute, die Angehörige suchen, Detektive oder Speditionen. Diese Aktivitäten betreiben wir, um damit letztlich die Ortung von Demenzzkranken oder Risikopatienten zuverlässig anbieten zu können.

Aber auch darüber hinaus sind wir immer bemüht, in enger Kooperation mit Hochschulen neueste Technologien zu erproben und zu nutzen sowie technologische Probleme zu lösen.

**Herr Dr. Bolz, danke für das interessante Gespräch.**

ras