

Fabienne Meyerhans, Projektleiterin World Medtech Forum Lucerne, Messe Luzern AG, im Kreuzverhör

## Wie präsentieren Sie eine 23-Milliarden-Branche?



Fabienne Meyerhans, Projektleiterin World Medtech Forum Lucerne, Messe Luzern AG

### Frau Meyerhans, was gab den Ausschlag, ein World Medtech Forum in der Schweiz zu veranstalten?

Meyerhans: Die Schweizer Medizintechnikindustrie mit insgesamt 23 Milliarden Franken Umsatz pro Jahr hat sich für eine eigene Veranstaltung ausgesprochen, die auf ihre Bedürfnisse zugeschnitten ist. 720 Schweizer Hersteller- und Zulieferfirmen mit 49'000 Beschäftigten – nirgendwo sonst auf der Welt gibt es soviel Medizintechnik-Kompetenz auf engstem Raum wie in der Schweiz. Das World Medtech Forum Lucerne (WMTF) versteht sich als offene Plattform.

Zusammen mit unseren Organisationspartnern wollen wir dieser für die Schweiz sehr wichtigen Industrie ein Schaufenster geben und so zur Wirtschafts- und Standortförderung beitragen. Für dieses Ziel war auch die Integration der MediSIAMS sehr wichtig. Es ist für den Standort Schweiz wesentlich, dass möglichst viele Firmen von Anfang an mitmachen, damit die Schweizer Zulieferindustrie ins perfekte internationale Schaufenster gestellt werden kann. Gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten ist eine intensive Marktbearbeitung angesagt. Das WMTF kommt gerade zum richtigen Zeitpunkt.

Die drei Tage in Luzern werden mit vielfältigen Veranstaltungen und Formaten bespielt, wie es sonst weltweit keine andere Veranstaltung macht. Da sind wir einzigartig. Unser Vorbild ist das WEF in Davos.

### Spitzenforschung und Qualität

#### Wie sorgen Sie dafür, dass das WMTF tatsächlich zu einem internationalen Treffpunkt wird?

Die Schweiz verfügt mit gut qualifiziertem Personal (Berufsleute, Ingenieure), mit Spitzenforschung an Universitäten und Spitälern und einer hoch kompetenten Zulieferindustrie über ein einzigartiges «Ökosystem». Dieses Ökosystem bilden wir mit verschiedensten auf die jeweilige Zielgruppe zugeschnittenen Formaten ab. Diese Inhalte machen das WMTF weltweit einzigartig. Wir sind überzeugt, dass diese gebündelte Branchenpower für die weltweiten «Inverkehrbringer» / OEMs der Medizintechnik hochinteressant ist.

Wir sind uns jedoch bewusst, dass es eine gewisse Zeit und einen gewissen Ruf braucht, um eine Veranstaltung im internationalen Markt zu etablieren. Mit unseren zahlreichen Partnern im In- und Ausland ist es uns gelungen, eine grosse Datenbank mit Adressen von potenti-

len Besuchern zu erstellen. Zusammen mit den Kontakten unserer Medienpartner können wir mit rund 1 Million Kontaktchancen rechnen.

#### Welche Inhalte bietet das WMTF und für wen?

Das WMTF bietet der internationalen Medtech-Branche über alle Stationen der Wertschöpfungskette die ideale Plattform. Eine Plattform, die der Industrie gehört. Das WMTF kombiniert Fachmesse, Kongress und Meetings und führt das umfassende und erstklassige Expertenwissen der Zulieferindustrie, der Wissenschaft und Forschung und deren Förderorganisationen zusammen. Alle Marktplayer der globalen Medizintechnikindustrie können sich am WMTF sowohl disziplinär wie auch interdisziplinär austauschen – dafür wurden verschiedenste Gefässe entwickelt.

Der Kongress im KKL Luzern steht unter der Leitung von Medtech Switzerland und fokussiert Markteintrittsstrategien in die relevanten globalen Medizintechnikmärkte. An jedem der drei Kongresstage steht ein bedeutender Absatzmarkt im Zentrum. Aufbereitete Marktdaten, Experteninformationen über Zulassungsverfahren, Rückvergütungsmechanismen und weitere gesetzliche Rahmenbedingungen der einzelnen Märkte bieten relevante Entscheidungshilfen



für Exportvorhaben. Die Kongressteilnehmenden erhalten in Workshops und individuellen Gesprächen die Gelegenheit, die jeweiligen Länderexperten und mögliche Vertriebspartner in Luzern zu treffen. Das bedeutet vielfach den ersten Schritt für den Eintritt in neue Absatzmärkte.

### Eine spannende Palette von Höhepunkten

#### Was bietet Die Fachmesse Spezielles?

Während der dreitägigen Fachmesse präsentiert sich die Schweizer Zulieferindustrie den internationalen Herstellern medizintechnischer Produkte. Die Fachmesse versammelt auf kompaktem Raum alle wichtigen Branchenplayer und fördert damit neue Geschäftsmöglichkeiten für Medizintechnikunternehmen aus dem In- und Ausland.

Das Center of Attention (CoA) ist der zentrale Treffpunkt innerhalb der Messe und ist eine Plattform für den offenen und interdisziplinären Austausch zwischen allen Stakeholdern. Das CoA verstärkt den Know-how-Transfer zwischen den schweizerischen Forschungsinstituten von Kliniken, Universitäten und Fachhochschulen mit der Medizintechnikindustrie und vereint zudem Medienpartner, Fachreferenten, Bildungsvertreter sowie Förderorganisationen und Fachverbände. Die Fachmesse bietet neben der eigentlichen Ausstellung aber noch zahlreiche weitere Formate für den ungezwungenen interdisziplinären Austausch, wie unter anderen ein One-to-one-Partnering, Swiss Lounge, diverse Workshops, das Center of Attention, welche den Gedanken eines Forums unterstützen. Zudem können Firmen das WMTF als Rahmen für Corporate Events nutzen.

Schliesslich sind die Meetings zu nennen – spezielle Anlässe, welche Messe und Kongress ergänzen und eine wirksame Begegnungsplattform bedeuten. So freuen wir uns beispielsweise, dass der CTI Medtech Event dieses Jahr im Rahmen des WMTF stattfindet. An der Eröffnungsfeier dürfen wir gespannt sein auf hochstehenden Business-Talk mit der Direktorin des SECO und den VR-Präsidenten der Mathys Ltd. bzw. des Medical Clusters.

#### Welches ist Ihr Ziel betreffend Ausstellern, Besucherzahl, Kongressteilnehmern und Besuchern aus dem Ausland?

Bei einer ersten Veranstaltung sind Prognosen schwierig. Unser Hauptaugenmerk liegt auf der Qualität der Teilnehmer und nicht primär auf der Quantität. Auch da wollen wir uns von anderen Veranstaltungen differenzieren.

Planzahlen haben wir jedoch schon: Für den Kongress erwarten wir 400 Teilnehmer, für die Fachmesse rund 5000 Besucher aus dem In- und Ausland. Bei einer Erstaustragung rechnen wir mit 3000 Besuchern aus der Schweiz und ca. 2000 Besuchern aus dem Ausland, vorwiegend aus den Nachbarstaaten.

Unsere sechs Zielmärkte für 2012 sind: Schweiz, Deutschland, Frankreich, Italien, UK und die USA. In zweiter Priorität sind es die Niederlande, Kanada, Japan, Schweden und Österreich.

Bei den Messeausstellern haben wir mit mit 236 angemeldeten Firmen die geplanten 200 bereits deutlich überschritten.



The advertisement features a large blue background with a subtle circular pattern. In the top right corner is the RUF logo, a red square with the white text 'ruf'. The main headline reads 'Solide und dialogstark.' in large white font. Below the headline is a photograph of an elderly man in a blue and white striped shirt and dark trousers using a blue walker. A woman in white medical scrubs stands beside him, smiling. To the left of the man is a large, plush tiger mascot wearing a blue t-shirt with the RUF logo. The background of the photo shows a calm sea and a clear sky. On the right side of the photo, there is a vertical watermark 'braincom.ch'. At the bottom of the advertisement, there is a text block in white on a dark blue background.











**CarePflege** – die elektronische Pflegedokumentation von RUF – vermittelt eine Gesamtübersicht des Patientendossiers und unterstützt die Zusammenarbeit mit der Ärzteschaft und dem Pflegefachpersonal.

Ruf Gruppe, Rütistrasse 13, 8952 Schlieren  
www.ruf.ch, info@ruf.ch, Tel. 044 733 81 11

# Programmübersicht Kongress










## Executive Day Tuesday September 25

Plenary session @ KKL Luzern Workshops @ Messe Luzern

WELCOME <span style="float: right;">08.30</span>		GLOBAL CHALLENGES				NEW BUSINESS MODELS			PROBLEM SOLVING <span style="float: right;">11.15 12.00 13.30 and 15.30</span>																							
SPEECH	 <b>Dr. Patrick Dümmler</b> Managing Director Medtech Switzerland	 <b>PD Dr. Rubino Mordasini</b> President of the Board of Directors Medical Cluster	 <b>Dr. Theresa Visarius</b> Moderator Medtech Switzerland	 <b>Aleksandar Ruzick</b> Senior Principal IMS Consulting Group	 <b>Dr. Meinrad Lugin</b> Member of the Managing Board B. Braun Melsungen AG	 <b>Dr. Anne-C. Faist</b> CEO and Member of the Board Mathys AG	 <b>Luciano Cattani</b> Interim CEO Eucomed	COFFEE BREAK	 <b>Beatus Hofrichter</b> MedTech Leader CH IMS Consulting Group	 <b>Dr. Mari Scheffele</b> Global Head of Strategy Novartis Pharma AG	 <b>Andrea Ponti</b> Managing Director J.P. Morgan	NETWORKING LUNCH Transfer to the Messe Luzern (10 min by bus)	Panel	Workshops																		
	Welcome to the World Medtech Forum Lucerne 2012 – Day 1		Introduction of speakers		PowerVote introduction and facilitation – Presented by IMS Consulting Group		Challenges of the medtech industry – Lessons learned		How can medtech provide innovation in a tighter healthcare spending market? An SME perspective		How can medtech overcome the rising regulatory and market access hurdles? The perspective of an industry organization				Introduction <b>Dr. Theresa Visarius</b> <b>Aleksandar Ruzick</b>	Participants <b>Luciano Cattani</b> <b>Dr. Anne-C. Faist</b> <b>Beatus Hofrichter</b> <b>Dr. Meinrad Lugin</b> <b>Andrea Ponti</b> <b>Dr. Mari Scheffele</b>	Discussion Medtech business models in times of increasing challenges	Medtech regulation – What investors are looking for	Medtech regulation – insights and answers													
	medtech switzerland		medical duster		medtech switzerland		ims consulting group		B. BRAUN		MATHYS									Eucomed		ims consulting group		NOVARTIS		J.P. Morgan		CTI Invest	zühlke	FASMED		
	Introduction into alternative business models – Insights from the Medtech Industry 2012 Study		Navigating changes in medtech – The perspective of a life science company		Navigating changes in medtech – An investor's perspective		Medtech business models in times of increasing challenges		Meet the investors – What investors are looking for		Medtech regulation – insights and answers									All workshops run in parallel; each workshop will be repeated once												








## European Day Wednesday September 26

Plenary session @ KKL Luzern Workshops @ Messe Luzern

WELCOME <span style="float: right;">08.30</span>		EUROPEAN CHALLENGES			MANAGING COMPLEXITY				PROBLEM SOLVING <span style="float: right;">11.15 12.00 13.30 and 15.30</span>																									
SPEECH	 <b>Dr. Patrick Dümmler</b> Managing Director Medtech Switzerland	 <b>Dr. Theresa Visarius</b> Moderator Medtech Switzerland	 <b>Aleksandar Ruzick</b> Senior Principal IMS Consulting Group and	 <b>Dr. Katarzyna Mazur-Hofäiss</b> President Reconstructive EMEA Zimmer GmbH	 <b>Jack Lee</b> CEO Swissray Medical AG	COFFEE BREAK	 <b>Dr. Sašo Jezernik</b> Business Manager Altran SA	 <b>Dr. Hans-Hermann Janknecht</b> Head of Procurement RDR Roche Diagnostics	 <b>Beat Grob</b> CEO Central Europe Bossard AG	 <b>Shayesteh Fürst-Ladani</b> Managing Director and Founder SFL Regulatory Affairs & Scientific Communication Ltd.	NETWORKING LUNCH Transfer to the Messe Luzern (10 min by bus)	Panel	Workshops																					
	Welcome to the World Medtech Forum Lucerne 2012 – Day 2		Introduction of speakers		PowerVote introduction and facilitation – Presented by IMS Consulting Group		What is the future of the European medtech market? – The perspective of a US based medtech company		The successful strategy of bilateral branding and leveraging synergies between Switzerland and Asia					How to manage new technologies – The perspective of a technology provider		How to manage the value chain – The perspective of a European manufacturer		How to prepare for medtech regulatory changes – Insights into recent developments at the European Commission		Introduction <b>Dr. Theresa Visarius</b> <b>Aleksandar Ruzick</b>	Participants <b>Shayesteh Fürst-Ladani</b> <b>Beat Grob</b> <b>Dr. Hans-Hermann Janknecht</b> <b>Dr. Sašo Jezernik</b> <b>Jack Lee</b> <b>Dr. Katarzyna Mazur-Hofäiss</b>	Discussion Medtech business strategies in times of increasing complexity	Managing new realities – How to adapt medtech's strategies to the professionalized purchasing of hospitals	Tackling pan-European business operations	Business opportunities in Austria, Sweden/Nordics and UK for medtech companies									
	medtech switzerland		medtech switzerland		ims consulting group		zimmer		Swissray					altran		Roche		BOSSARD								SFL		Roland Berger	you-can.biz	osec				
	Welcome to the World Medtech Forum Lucerne 2012 – Day 3		Introduction of speakers		How to export successfully to Asia – The perspective of a European medtech company		How to create and deliver a value proposition successfully in Asia – The perspective of an international medtech company		How to gain the European and global medtech market – The perspective of an Asia-based medtech company					How to compete successfully in Asia – The perspective of a European medtech company in Asia		One way to face the Asian competition – «Lean development»		Marketing and distribution in Asia – entering and growing successfully								What is medical care like in Indian hospitals today?					Product registration and market access in China		All workshops run in parallel; each workshop will be repeated once	

## Asian Day Thursday September 27

Plenary session @ KKL Luzern Workshops @ Messe Luzern

WELCOME <span style="float: right;">08.30</span>		ASIAN OPPORTUNITIES		ASIAN COMPETITION			PROBLEM SOLVING <span style="float: right;">11.15 12.00 13.30 and 15.30 17.00</span>																											
SPEECH	 <b>Dr. Patrick Dümmler</b> Managing Director Medtech Switzerland	 <b>Dr. Theresa Visarius</b> Moderator Medtech Switzerland	 <b>Erwin Locher</b> Delegate of the Board of Directors COLTENE Holding AG	 <b>Herb Riband</b> Vice President External Relations Medtronic	 <b>David Yin</b> Managing Director Europe Mindray Medical	 <b>Frank Ziemer</b> President and CEO Ziemer Group	 <b>Marcel Scacchi</b> Associate Director Zühlke Management Consultants AG	COFFEE BREAK	NETWORKING LUNCH Transfer to the Messe Luzern (10 min by bus)	Panel	Workshops																							
	Welcome to the World Medtech Forum Lucerne 2012 – Day 3		Introduction of speakers		How to export successfully to Asia – The perspective of a European medtech company		How to create and deliver a value proposition successfully in Asia – The perspective of an international medtech company					How to gain the European and global medtech market – The perspective of an Asia-based medtech company		How to compete successfully in Asia – The perspective of a European medtech company in Asia		One way to face the Asian competition – «Lean development»		Introduction <b>Dr. Theresa Visarius</b>	Participants <b>Erwin Locher</b> <b>Herb Riband</b> <b>Marcel Scacchi</b> <b>David Yin</b> <b>Frank Ziemer</b>	Discussion Medtech business strategies in times of rising Asian medtech markets	Marketing and distribution in Asia – entering and growing successfully	What is medical care like in Indian hospitals today?	Product registration and market access in China											
	medtech switzerland		medtech switzerland		COLTENE		Medtronic					mindray		ziemer		zühlke								DKSH	Lietz	medtech switzerland								
	Welcome to the World Medtech Forum Lucerne 2012 – Day 3		Introduction of speakers		How to export successfully to Asia – The perspective of a European medtech company		How to create and deliver a value proposition successfully in Asia – The perspective of an international medtech company					How to gain the European and global medtech market – The perspective of an Asia-based medtech company		How to compete successfully in Asia – The perspective of a European medtech company in Asia		One way to face the Asian competition – «Lean development»											Marketing and distribution in Asia – entering and growing successfully		What is medical care like in Indian hospitals today?		Product registration and market access in China		All workshops run in parallel; each workshop will be repeated once	