

Medika Medizintechnik/Neue Niederlassung in NRW

# Expansion ja, aber mit Augenmaß

Die Medika Medizintechnik GmbH, eines der größten familiengeführten Handels- und Dienstleistungsunternehmen im deutschen Gesundheitsmarkt, eröffnete am 1. Oktober 2020 in Oberhausen ihre vierte Niederlassung in Deutschland. Es ist der erste Medika-Ableger in Nordrhein-Westfalen. Neben Produkten namhafter Hersteller und Eigenmarken bietet das Unternehmen den Kunden auch umfassende Dienstleistungen an. Kunden sind öffentliche und private Krankenhäuser, Klinikketten, Medizinische Versorgungszentren und niedergelassene Ärzte. Im Gespräch mit der MTD-Redaktion äußerte sich der geschäftsführende Gesellschafter Stefan Weiß zur Lage des Unternehmens und zur neuen Niederlassung.

**Herr Weiß, könnten Sie mit ein paar Eckdaten die Dimensionen des Unternehmens beschreiben?**



**Geschäftsführender  
Gesellschafter  
Stefan Weiß.**

Wir zählen aktuell 180 Mitarbeiter und erzielten im Jahr 2019 einen Umsatz in Höhe von 72 Mio. Euro. Für das laufende Jahr erwarten wir eine deutliche Erhöhung.

**Generieren Sie den Umsatz primär aus Investitionsgütern oder Verbrauchsmaterialien?**

Wir sind überzeugter Vollsormenter. Im Jahr 2019 entfielen 55 Prozent unseres Umsatzes auf Verbrauchsmaterialien, 25 Prozent auf Geräte und 20 Prozent auf Einrichtungsgegenstände. Und in diesem Jahr, in dem wir den Umsatzanteil mit unseren Eigenmarken, u. a. Schutzprodukte, deutlich steigern konnten, wird der Umsatzanteil der Verbrauchsmaterialien deutlich anziehen.

**Haben Sie sich auf bestimmte medizinische Prozeduren spezialisiert oder sind Sie Generalist in Sachen Medizinprodukte?**

Wir sind, wie gesagt, überzeugter Vollsormenter und damit natürlich Generalist. Eine Spezialisierung in bestimmten Teilssegmenten ist heute aber zwingend notwendig. So decken wir mittlerweile die Bereiche Instrumente, Endoskopie, HF-Chirurgie, Kardiologie und OP-Management mit den jeweils dazugehörigen Produktspezialisten ab. Für unsere neuen Linien und Schutzprodukte haben wir ebenfalls ein Produktmanagement installiert und unseren Einkauf weiter professionalisiert.

**Welche Rolle spielen Eigenmarken im Rahmen der Verbrauchsartikel?**

Eigenmarken spielen bei unserer strategischen Ausrichtung eine sehr große Rolle. Zum einen war es notwendig, dieses Segment durch die Ausrichtung auf den Vertrieb in ganz Deutschland und in Österreich auszuweiten; zum anderen ist es wichtig, unsere Abhängigkeit von einzelnen starken und großen Lieferanten so weit wie möglich zu reduzieren. Mit den Eigenprodukten konnten wir auch problemlos Angebote bei Einkaufsgemeinschaften und privaten Klinikträgern abgeben und entsprechende Leistungen erreichen.

**Im Rahmen der Corona-Krise sind Sie öfter in den Medien zitiert worden. War und ist die persönliche Schutzausrüstung (PSA) für Sie ein einträgliches Geschäft?**

Schutzprodukte waren und sind in der Tat ein sehr wichtiger Bestandteil unserer Eigenmarken. Medika war während der Pandemie eines der wenigen Unternehmen, das überhaupt noch lieferfähig war. Unsere Organisation ist hier auf Hochtouren gelaufen, und wir mussten sehr viele Risiken eingehen. Neben dem wirtschaftlichen Erfolg verfolgten wir aber immer auch die Zielsetzung, den Gesundheitseinrichtungen und damit den Menschen zu helfen. Logischerweise mussten wir uns diese Risiken auch etwas höher bezahlen lassen als in der Vergangenheit.

**Welche Rolle spielen Dienstleistungen und welche sind am wichtigsten?**

Unser Unternehmen ergänzt die diversen Produkte seit Mitte der 90er-Jahre mit so viel Dienstleistung wie möglich. Unser Dienstleistungsportfolio hat sich in den letzten 25 Jahren stetig weiterentwickelt. Dazu zählen vor allem Logistik, Ausschreibungsmanagement, elektroni-

scher Datenaustausch (Digitalisierung), Planung und Entwicklung, Instrumenten-Management, technischer Service, Montage, aber auch Schulung und Fortbildung.

**Zu Ihren Kunden zählen Krankenhäuser, MVZs und niedergelassene Ärzte. Die wichtigste Kundengruppe dürften die Krankenhäuser und Klinik-Ketten sein. Wie groß ist der Umsatz-Anteil, der auf Krankenhäuser entfällt?**

Die positive Umsatzentwicklung der letzten Jahre fußt primär auf dem Klinikgeschäft. Aktuell machen wir rund 90 Prozent des Umsatzes mit Kliniken. Die Umsätze mit den niedergelassenen Ärzten sind dagegen ziemlich konstant.

**Sie haben am 1. Oktober in Oberhausen Ihren fünften Standort eröffnet. Wo haben Sie, neben dem Stammsitz in Hof, noch Niederlassungen?**

Wir hatten bislang in Deutschland Niederlassungen in Heßdorf (bei Erlangen), in Kirchheim (im Osten von München) und in Landsberg am Lech. In Österreich haben wir ein eigenes Unternehmen, die Medika Austria GmbH, mit Sitz in Kufstein.

**Wenn man im Rahmen der Medizintechnik an Oberhausen und generell an Nordrhein-Westfalen denkt, drängt**

**sich unweigerlich der Name Roeser Medical auf. Waren der Niedergang der Firma Roeser und das damit entstandene Vakuum die Initialzündung für die Gründung in Oberhausen?**

Medika ist ein gesamtdeutscher Anbieter, jedoch, ganz wichtig, mit regionalen Ausprägungen. Zum einen wollen und müssen wir unserem Außendienst eine Anlaufstation für verschiedene Auftragsformen (z. B. Instrumenten-Reparaturen) geben, zum anderen wollen wir unseren Kunden auch regionale Ansprechpartner anbieten.

Wir verfahren seit unserer ersten Unternehmensübernahme, der Kleinknecht Medizintechnik GmbH im Jahr 2007, so und haben damit beste Erfahrungen gemacht. Im aktuellen Fall war es natürlich keine Übernahme, sondern das Ausnutzen sich anbietender Optionen. Und nach der katastrophalen Entscheidung der Führung von Roeser für die Mitarbeiter und die Kunden haben wir natürlich versucht, diese Optionen zu nutzen.

**Das Geschäft in Nordrhein-Westfalen muss nun sukzessive aufgebaut werden. Mit wie vielen Mitarbeitern starten Sie?**

Wir sind generell vorsichtig und versuchen, das Risiko so niedrig wie möglich zu halten. Deshalb starten wir die neue Niederlassung mit fünf Personen. Davon

ist die Hälfte im Außendienst und die Hälfte im Innendienst tätig.

Zusätzlich haben wir eine Kombination gesucht – und mit einer notwendigen Besetzung in Hof gefunden. Zudem kümmert sich jetzt auch eine Mitarbeiterin bei uns um das Marketing. Wir haben also mehrere Fliegen mit einer Klappe geschlagen.

**Starten Sie mit dem gesamten Produkt- und Dienstleistungsportfolio?**

Generell priorisieren wir außerhalb unserer Heimatmärkte Bayern, Sachsen und Thüringen im ersten Schritt unsere Eigenmarken. Mit Blick auf den nordrhein-westfälischen Markt haben wir jedoch den Vorteil, auf bestehenden Strukturen aufbauen zu können. Deshalb werden wir selbstverständlich versuchen, die Vertriebsaufträge von unseren bislang regionalen Lieferanten auch dort zu bekommen.

**Konzentrieren Sie sich in der Aufbau-phase auf bestimmte Kundengruppen, also Krankenhäuser oder Ärzte?**

Wir werden uns dort ausschließlich auf den Klinikmarkt konzentrieren.

**Herr Weiß, vielen Dank für das Gespräch.**

wds



Stammsitz des Unternehmens in Hof.

Fotos: Medika Medizintechnik