

Die Unternehmen der  
Medizintechnologie  
[www.bvmed.de](http://www.bvmed.de)



Einführungsseminar  
05. Juni 2025  
BVMed-Akademie | Berlin

## Erfolgreich im Marketing von MedTech-Unternehmen

- > Wie Sie Ihre Chancen im Markt schneller erkennen und nutzen
- > Wie Sie Ihre Wettbewerbsvorteile deutlicher vermitteln
- > Wie Sie die richtigen Kund:innen gewinnen und binden
- > Wie Sie Ihre Kommunikation wirkungsvoller gestalten

BV **Med**AKADEMIE

# Erfolgreich im Marketing von MedTech-Unternehmen

05. Juni 2025 | Berlin

## Übersicht

### Thema

Als Mitarbeiter:in im Marketing oder Produktmanagement haben Sie eine Schlüsselrolle für den Erfolg Ihres Unternehmens. Die richtige Strategie entwickeln, Produktvorteile erkennen, formulieren und im Zusammenspiel mit Agenturen an Entscheidungsträger und Kundschaft kommunizieren – dies sind Fähigkeiten, die professionelle Produkt- oder Marketing-Manager:innen kontinuierlich aktualisieren und ausbauen.

### Schwerpunkte

- > Ziele, Markt und Bedarfsklärung
- > Prägnante Botschaften entwickeln
- > Marke prägen und Sinne ansprechen
- > Kanäle: Effektive Kommunikationswege nutzen
- > Customer Relationship Management (CRM)
- > Agieren gegenüber Einkäufern und Einkaufsgemeinschaften
- > Erfolgreiche Umsetzung in der Praxis

### Ziel

Die Teilnehmer:innen erhalten neue Impulse, direkt umsetzbare Anregungen und praktische Tipps, wie sie effektiver Kund:innen gewinnen, ihr Unternehmen erfolgreich stärken und ihren persönlichen Stellenwert verdeutlichen können.

### Zielgruppe

Die Veranstaltung richtet sich an Mitarbeitende im Marketing von Unternehmen der Medizintechnologie. Sowohl Mitarbeiter:innen mit wenig Erfahrung im Marketing, als auch erfahrene Mitarbeiter:innen, die ihr Wissen auffrischen und mit neuen Ideen ergänzen möchten, sind herzlich willkommen.

### Referent

- > **Dr. med. Günter Umbach**  
Gründer  
Healthcare Marketing Dr. Umbach & Partner | Bonn

### Seminarbetreuung

- > **Lisa Gericke**  
Referentin BVMed-Akademie  
Bundesverband Medizintechnologie e. V. (BVMed) | Berlin

**Anmeldung** bis 28.05.2025  
online | [www.bvmed.de/marketing25](http://www.bvmed.de/marketing25)

Die Teilnahme ist nur nach vorheriger Anmeldung möglich, für die Sie eine Anmeldebestätigung per E-Mail erhalten.

### Veranstalter

BVMed-Akademie  
c/o Bundesverband Medizintechnologie e.V.  
Georgenstraße 24/25, 10117 Berlin  
Tel. | +49 30 246255-0  
[www.bvmed-akademie.de](http://www.bvmed-akademie.de)

### Veranstaltungsort

BVMed-Akademie | 5. Etage  
Georgenstraße 25 | 10117 Berlin

### Teilnahmegebühr

Inbegriffen sind Mittagessen, Tagungsgetränke sowie die Veranstaltungsunterlagen.

### BVMed-Mitglieder

**541,45 € | pro Person | inkl. MwSt.**  
455,00 € | pro Person | zzgl. MwSt.

### Nicht-Mitglieder

**624,75 € | pro Person | inkl. MwSt.**  
525,00 € | pro Person | zzgl. MwSt.

Fällig nach Erhalt der Rechnung ohne jeden Abzug. Rechnungslegung erfolgt nach Durchführung der Veranstaltung.

### Stornierung

Eine kostenfreie Stornierung ist bis spätestens 21 Werktage vor Seminarbeginn möglich.

Die BVMed-Akademie behält sich den Wechsel von Dozenten und/oder Verschiebungen bzw. Änderungen im Programmablauf vor. Muss eine Veranstaltung aus Gründen, die die BVMed-Akademie zu vertreten hat, ausfallen, so werden lediglich bereits gezahlte Teilnahmegebühren erstattet. Weitergehende Ansprüche sind ausgeschlossen.

# Erfolgreich im Marketing von MedTech-Unternehmen

05. Juni 2025 | Berlin

## Programm

- 09:00 Uhr Kaffee-Empfang
- 09:15 Uhr **Begrüßung, Einführung und Vorstellungsrunde**
- 09:30 Uhr **Ziele, Markt und Bedarfsklärung**
- > Unternehmensziele: Wohin wollen wir und welche Strategie haben wir?
  - > Zielgruppen: Welche Relevanz haben Ärzt:innen, Apotheker:innen, Patient:innen, Krankenhäuser, Sanitätshäuser, Kostenträger, etc. für die Entscheidung zugunsten unserer Produkte?
  - > Problem verstehen: Welches sind die unerfüllten offiziellen und persönlichen Bedürfnisse der Kundschaft?
  - > KI: Künstliche Intelligenz, speziell Chat GPT nutzen
- Prägnante Botschaften entwickeln**
- > Aufmerksamkeit: Interesse für Inhalte wecken
  - > Positionierung: Klaren Eindruck vermitteln
  - > Nutzen: Datenbasierte Lösung anbieten
  - > Einzigartigkeit: Überlegenheit verdeutlichen
  - > Beleg: Aussagen gut untermauern
  - > Aktion: Zur Handlung motivieren
- 10:45 Uhr Kaffeepause
- 11:15 Uhr **Marke prägen und Sinne ansprechen**
- > Produktname: Das Warenzeichen verbreiten
  - > Treffendes Vokabular: Positive Worte wählen
  - > Kernaussage: Wesentliches in einem Satz sagen
  - > Drei Stichpunkte: Mit Bullet Points überzeugen
  - > Relevante Ziffer: Wichtigste Zahl identifizieren
  - > Lesefreundliches Schriftbild:  
Texte lesbar machen
  - > Layout: Erprobte Seitenarchitektur wählen
  - > Eindeutige Farbwahl: Markenfarbe verwenden
  - > Diagramme: Gute Schaubilder verwenden
  - > Professionelle Bilder: Stimmig visualisieren
  - > Direkt Erlebbares: Die Kund:innen involvieren
- 12:30 Uhr Gemeinsames Mittagessen
- 13:30 Uhr **Kanäle: Effektive Kommunikationswege nutzen (Teil 1)**
- > Expert:innen: Meinungsbildner, Advisory Boards
  - > Veranstaltungen: Vorträge, Workshops, Kongresse
  - > Publikationen: Veröffentlichungen in Zeitschriften
  - > Persönliche Kontakte: Netzwerk aufbauen
  - > Digitalstrategie:  
Welche Punkte Sie beachten sollten
  - > Effektive Webseiten:  
Aufgaben einer Online-Präsenz
  - > Suchmaschinen: Google-Spitzenplatz erreichen
  - > Online-Videos: Bewegtbild-Kommunikation
  - > Social Media: Treffen Sie Ihre Kund:innen?
  - > Newsletter: Ihr schneller direkter Draht zur Kundschaft
- 15:00 Uhr Kaffeepause
- 15:15 Uhr **Kanäle: Effektive Kommunikationswege nutzen (Teil 2)**
- > Presse- und Öffentlichkeitsarbeit: Medienpräsenz
  - > Werbung: Fachanzeigen, Broschüren, Print-Mailings
  - > Vertrieb: Außendienst, Key Account Manager
  - > Externe Dienstleister: Mit Agenturen kooperieren
  - > Multi-Channel-Marketing: Inhaltliche und zeitliche Verzahnung der Maßnahmen
- Agieren gegenüber Einkäufern und Einkaufsgemeinschaften**
- > Kontakte zu Entscheidern: Beziehungen vertiefen
  - > Mit der Fachabteilung sprechen, bevor der "Einkauf" mitspielt
  - > Umfassende Lösungen anbieten
  - > Die wahre Macht der Einkaufsabteilung
  - > Wie Sie bei Forderungen nach Rabatten vorgehen
- Erfolgreiche Umsetzung in der Praxis**
- > Motivation aller Beteiligten hochhalten
  - > Bei der Implementierung Zeitlinien beachten
  - > Entwürfe testen und an Feedback anpassen
  - > Relevante Leistungskenngrößen messen
- 16:20 Uhr **Reflexion des Seminars**
- 16:30 Uhr Ende des Seminars