Medizintechnik im Wandel

Was Unternehmen jetzt tun müssen, um erfolgreich zu bleiben

@ Anna Shvets/www.pexels.com

Autor:
Achim Dohl
AD Investor Solution UG
https://interimsolution.net

Steigende Kosten, wachsender regulatorischer Druck und ein spürbarer Fachkräftemangel stellen die Medizintechnikbranche vor große Herausforderungen. Zwar wächst der Markt weiterhin, doch der zunehmende Wettbewerb – etwa durch chinesische Anbieter wie Mindray – erschwert es Unternehmen, ihre bisherigen Wachstumsraten beizubehalten. Insbesondere in etablierten Märkten wie China und den USA wird es für europäische Anbieter zunehmend schwieriger, ihre Marktposition zu halten oder auszubauen.

Es reicht nicht mehr, nur technologisch führende Produkte zu entwickeln. Wer jetzt nicht an seiner Effizienz, Innovationskraft und regulatorischen Resilienz arbeitet, wird vom Markt abgehängt. Dieser Beitrag beleuchtet, welche strategischen Schritte Medizintechnikunternehmen jetzt gehen müssen, um sich im globalen Wettbewerb zu behaupten – mit einem besonderen Fokus auf unternehmerische Eigenstärken und differenzierte Marktstrategien.

Marktentwicklung: Globale Chancen trotz Gegenwind

Der globale Medizintechnikmarkt bleibt trotz aller Herausforderungen ein Wachstumsfeld. Für das Jahr 2025 wird ein weltweiter Umsatz von rund 573,49 Milliarden Euro prognostiziert – mit einem erwarteten Anstieg auf über 700 Milliarden Euro bis 2029. Besonders stark wachsen digitale und softwaregestützte Geräte. Innovationen rund um künstliche Intelligenz, Simulationen und digitale Zwillinge treiben die Entwicklung voran – und schaffen neue Anwendungen in Diagnostik, Therapie und Patientenbetreuung.

Digitalisierung und KI verändern die Spielregeln

Dabei zeigt sich in der Medizintechnik eine positive Entwicklung hin zu innovativen Lösungen und fortschrittlichen Technologien, wobei der technologische Wandel rasant verläuft. Dieser Wandel wird maßgeblich durch Digitalisierung, künstliche Intelligenz und simulationsbasierte Verfahren geprägt. Software ersetzt zunehmend mechanische Funktionen klassischer Medizingeräte. Gleichzeitig gewinnen digitale Dokumentationen, automatisierte Serviceprozesse sowie KI-gestützte Diagnosetools an Bedeutung.

Vor allem künstliche Intelligenz ist hier ein Innovationstreiber, der sich im Bereich der Diagnoseunterstützung etabliert. Obwohl sich diese Technologie noch in einem frühen Stadium der Anwendung befindet, bietet sie großes Potenzial für genauere und schnellere Diagnosen. Diese Technologien machen Systeme nicht nur effizienter, sondern erlauben auch personalisierte Lösungen – ein entscheidender Wettbewerbsvorteil in Zeiten wachsender Patientenerwartungen.

Regulierungsdruck bleibt europäische Achillesferse

Trotz der Innovationskraft geraten europäische Unternehmen zunehmend ins Hintertreffen – nicht wegen ihrer Technologie, sondern wegen regulatorischer Hürden. Die europäischen Vorgaben sind komplex, kostenintensiv und bremsen kleinere und mittlere Unternehmen besonders stark aus. Währenddessen profitieren Wettbewerber in China und den USA von deutlich schlankeren Genehmigungsverfahren.

Die zunehmende Regulierungsdichte führt dazu, dass immer mehr Medizinprodukte vom Markt verschwinden. Viele Hersteller stoßen bei der Umsetzung der anspruchsvollen Vorgaben an ihre Grenzen – sei es aus Kapazitäts-, Zeit- oder Budgetgründen. Infolgedessen sehen sich zahlreiche Unternehmen gezwungen, bestimmte Produkte aus dem Sortiment zu nehmen. Die Vielfalt der Produkte nimmt folglich ab, ebenso wie die Innovationsfreude bei Nischenlösungen. Das gefährdet nicht nur Marktanteile, sondern auch die Versorgungsqualität für Patienten.

Strategien der Anpassung

Kein Patentrezept, sondern kluge Differenzierung

1. Internationale Expansion ist Pflicht, aber nicht die Kür

Einer der effektivsten Wege, um der zunehmenden Regulierung und dem Preisdruck in Europa entgegenzuwirken, ist die strategische Internationalisierung. Im Fokus steht unter anderem der US-amerikanische

@ Anna Shvets/www.pexels.com

Markt – aus unterschiedlichen Gründen:

- Er hat das höchste Marktvolumen weltweit (prognostiziert: 201,37 Mrd. € in 2025).
- Er gilt als innovationsfreundliches Ökosystem mit Nähe zu Tech-Startups, Forschungseinrichtungen und Risikokapital.
- Es ist ein patientenorientierter Gesundheitsmarkt, der bereit ist, für neue Technologien zu zahlen.

Doch Vorsicht: Die Präsenz in den USA, aber auch China ist längst Voraussetzung für Wettbewerbsfähigkeit. Wer hier nicht mitmischt, verliert den Anschluss. Doch genau deshalb ist das kein differenzierender Erfolgsfaktor mehr – sondern ein Hygienefaktor. Wichtig ist, wie ein Unternehmen diese Märkte bespielt: Mit lokalem Know-how, schlanken Strukturen und Partnern, die kulturelle und regulatorische Anforderungen meistern.

2. Produktionsverlagerung ist etabliert – der strategische Unterschied liegt woanders

Auch die Fertigung in Niedrigkostenländern ist in vielen Unternehmen bereits etabliert. Die Vorteile – niedrigere Kosten, bessere Margen, Nähe zu Absatzmärkten – sind real, aber austauschbar. Nachhaltiger Wettbewerbsvorteil entsteht nicht durch das Wo, sondern durch das Wie. Das betrifft beispielsweise die Qualitätssicherung. Medizintechnik unterliegt weltweit strengsten Anforderungen an Sicherheit, Genauigkeit und Konformität. Wer international fertigt, muss sicherstellen, dass die Qualität der Produkte lückenlos gewährleistet ist – unabhängig vom Standort.

Von Bedeutung sind außerdem intelligente und resiliente Lieferketten. Die Corona-Pandemie, politische Instabilitäten und globale Engpässe bei Rohstoffen haben gezeigt, wie verletzlich internationale Lieferketten sind. Unternehmen, die global produzieren, müssen daher ihre Supply Chain Management-Kompetenzen massiv ausbauen.

Nicht zuletzt liegt der wahre Unterschied zwischen effizient und nachhaltig international produzierenden Unternehmen in der Fähigkeit zur Prozessintegration – also der nahtlosen Abstimmung zwischen Entwicklung, Fertigung, Logistik, Qualität und Service, über Standorte und Zeitzonen hinweg. All diese Aspekte müssen international ebenso professionell organisiert sein wie am Heimatstandort.

3. Neue Stärke: Konzentration auf das Wesentliche

Spannend wird es dort, wo Unternehmen sich bewusst von alten Mustern lösen. Fresenius ist hier ein Beispiel: Der Konzern hat sich neu aufgestellt, konsequent das Kerngeschäft in den Fokus genommen und sich von Randaktivitäten getrennt. Es ist ein Beispiel dafür, wie Unternehmen Komplexität reduzieren, um schneller, fokussierter und resilienter auf Marktveränderungen reagieren zu können.

Andere setzen gezielt auf Osteuropa. Länder wie Polen, Tschechien, Ungarn oder Rumänien bieten ein attraktives Zusammenspiel aus:

- vergleichsweise geringem Lohnniveau,
- qualifizierten Fachkräften (z. B. im Maschinenbau, Biotechnologie, Softwareentwicklung),
- und EU-konformen regulatorischen Rahmenbedingungen.

MedTech-Unternehmen, die in diesen Regionen Produktionsstätten aufbauen, profitieren von einer geografischen Nähe zu westeuropäischen Märkten, kurzen Lieferwegen und geringeren regulatorischen Hürden im Vergleich zu außereuropäischen Standorten wie China. Diese Rückbesinnung auf eigene Stärken – technologische Kompetenz, regulatorische Erfahrung, Nähe zu europäischen Klinikpartnern – ist nicht nur eine defensive Haltung, sondern ein aktiver strategischer Schritt zur Stärkung der Wettbewerbsposition.

Fazit

Neue Spielregeln erfordern neue Antworten: Dass in China investiert wird – geschenkt. Dass der US-Markt wichtig ist – ebenfalls keine Überraschung. Das ist Standard. Was wirklich zählt, ist die Fähigkeit, sich auf das zu konzentrieren, was das eigene Unternehmen einzigartig macht. Ob wie Fresenius mit einem klaren Fokus auf das Kerngeschäft oder mit gezieltem Wachstum in Ost- und Zentraleuropa – wer seine Stärken kennt und strategisch klug einsetzt, kann in einem zunehmend standardisierten globalen Markt differenzieren.

Der Wandel in der MedTech-Branche ist kein kurzfristiges Phänomen. Er verlangt strukturelle Antworten,

@ Anna Shvets/www.pexels.com

individuelle Strategien und operative Exzellenz – nicht nur in der Technologie, sondern im gesamten Unternehmen.

Wer schreibt:

Achim Dohl ist Interim- und Krisenmanager mit über 20 Jahren Erfahrung. Mit dem Pathfinder Expert Call unterstützt er Unternehmen in der Medizintechnik dabei, die richtigen Spezialisten zu finden – und das in kürzester Zeit. Sein Service ist darauf ausgelegt, schnell, präzise und ohne lange Wartezeiten Experten zu vermitteln und Unternehmen zügig aus Krisensituationen zu retten.
Mehr Informationen unter:
https://expertcall.interimsolution.net/home-pathfinder-expertcall ◄

@Jabeer Alhassan /www.pexels.com