

Legamaster

Strategie

Workshop

Biotype

2020

Themenorientiertes Tatsächliches Programm

1. Tag

Begrüßung: Ziele des Strategie-Workshops

Potenzielles Programm

Spielregeln

Einstieg durch Aufwärm-Gedanken

Einführung Strategische Werkzeuge als Arbeitsstruktur

SWOT-Analyse und Business Canvas

Herausarbeiten der Schlüsselthemen

Fokussierung Schlüsselthemen

Modaplex-Analyse

Präsentation: Stand und Herausforderungen

Verständnisdiskussion

**Präsentation: Beitrag Software für Modaplex-
Entwicklung durch Qualitytype**

Verständnisdiskussion

Abschluss-Runde

Spiel-/Arbeitsregeln

- Aktives Zuhören
 - Handy nur in Pausen
- Vertrete Deine Gedanken als Vorschläge
- Unterstütze Verständnis
- In kreativen Phasen, nimm Deine Bewertung zurück!
- In Konflikten unterstütze konstruktiv!

Aufwärmen:

Wie stelle ich mir die
Zukunft in 3 Jahren vor,
was ist Biotype relevant?

Was erwarte ich vom
Strategie-Workshop?

DIES IST
KEIN
SEH-TEST

Aufwärm-Wand

Zukunfts
vorstellung:

Erwartung:

Modaplex steht
in jedem 2.
Routinelabor

WELCHES
PFERDCHEN
FÜHRT

Modaplex System

Systemgeschäft
mit individuellen
Tests

NEUCHEMUNG
DIAGNOSTIK

Systemprovider
mit MDG Partnern
(Qualität)

>10%

Systemgeschäft
Personalis. Medizin

SCHÄRFEN DER
EXISTIER. STRATEGIE
→ CHALLENGES

Konkrete To Dos
(Kein Bla Bla)

nichtig
Priorisierung
Erhaltungs list

Zukunftsplan

POSITIONIERUNG

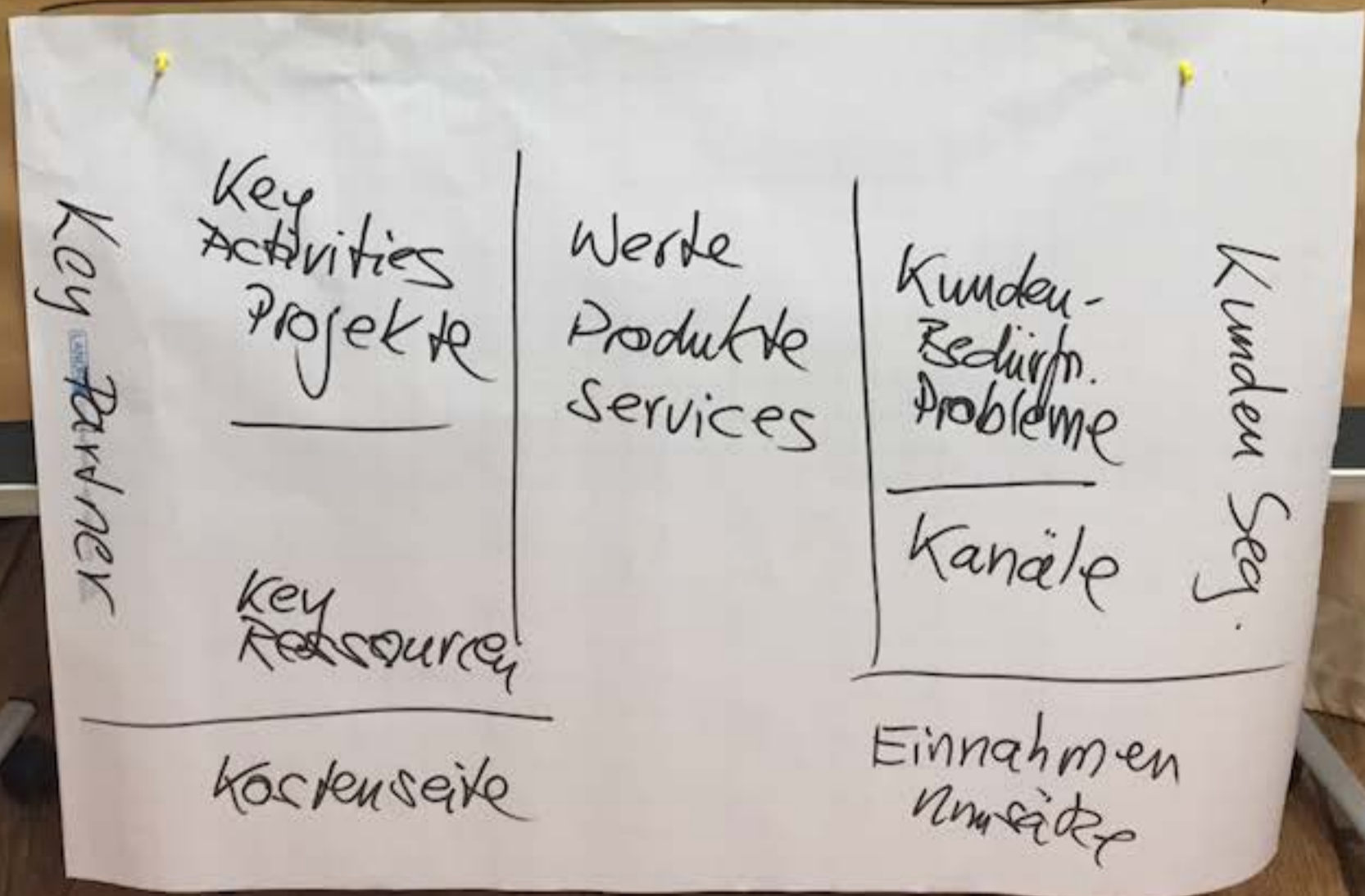
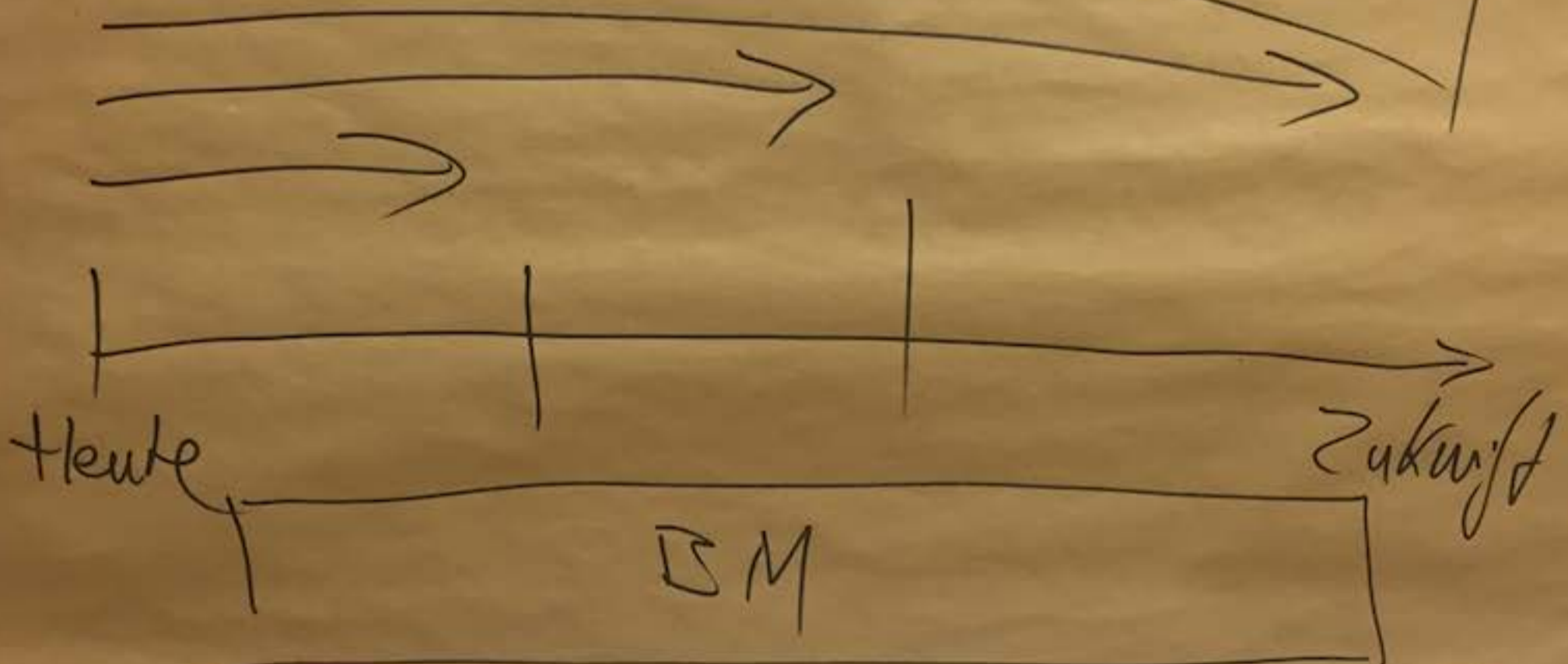
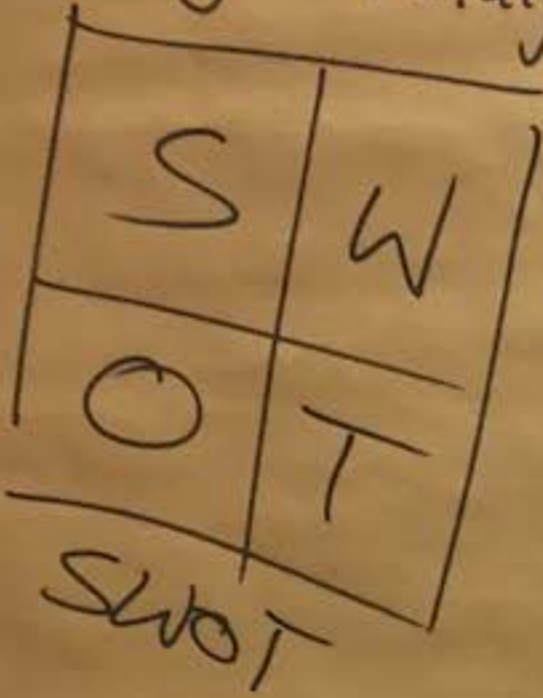
Entwicklungspfad
MODAPLEX

Verbindliche
Strategie

Konstruktive, zukunfts-
weisende Lösungen im Team

Strategische Planung

Lage-Analyse



SWOT Q1

(S)

- HISTORIE (ERFAHRUNG)
- EIGENE PLATF.
- DRESDEN GUT VERNETZT
- GESAMTE WERTSCHÖPFUNGSKETTE UNTER EINEM DACH
- PARTNERSCHAFT MDG
- GUTES/EINGESPICHTES TEAM IM EXECUTIVE TEAM
- MUTIGE INVESTITIONEN

(O)

- NEUE IUDR
- GEOGRAPH. EXPANSION MÖGLICH
- NEUE MÄRKTE/ZIELGRUPPEN DURCH a) OFFENE PLATFORM + b) AUFTRAGSENTWICKLUNG
- NGS MOVING TOWARDS PANELS
- OFFEN FÜR STRATEG. PARTNERSHIP

(W)

- Unsicherheit
- HOHE FLUKTUATION
- Langsamkeit NATIONAL
- GERINGE - INTERN. VERNETZUNG
- "RESOURCES" FEHLEN FÜR MARKETING
 - ↳ COM. MARKETING
 - ↳ BUSINESS DEV
 - ↳ REGULATORY
 - ↳ PRODUKT MGMT (UETREWERB DER BEP PRODUKT GRUPPEN)
- QUALIFIZIERTE "RESOURCES" FEHLEN.
- FEHLENDE INTRINSISCHE MOTIVATION
 - BEI VIELEN MA.
 - WENIG ERFAHRUNG IN GERÄTE BUSINESS
- SCHWACHE P+L
- SCHWACHE INNER FINANZ. KRAFT → INVEST ↓
- MISSION FEHLT → WIRKLICH KLAR?
- MARKT KENNT UNS NICHT
- VERTRIERS ORIENTIERTES DENKEN FEHLT IN DER FIRMA

(T)

- "MARKT KONSOLIDIERUNG"
- IUDR AUFWAND
- NEUE TECHW. VS MDPLX
- MARKT KENNT UNS NICHT (DOMINANZ VON ANDEREN)
- IP DOMINANT OF OTHER PLAYERS

BC Gr. 1

LDT FÜR DX LABORE

AKTIVITÄTEN PROJEKTE

- KUNDEN
- ↳ PARTNER ERMÖGLICHEN ASSAYS AUF GERÄT ENTWICK.
- ↳ AUFBAU ARGUMENTATION
- ↳ AUFBAU GLAUBWÜRDIGKEIT
 - ↳ PARTNER MIT CE+

VALUE

- LDT FÜR DX LABORE
- EFFIZIENZ → EIN ODER MEHRERE GERÄTE SUBSTITUIEREN
 - ENABLE CUSTOMER
 - TRANSPARENZ FÜR GESCHÄFT

KUNDEN PROBLEM

- KOMPLEXITÄT DER NEUEN PROZESSE
- ZU GROßER INSTRUMENTEN PARK
- PRODUKTE MÜSSEN AUF GERÄTE ETABLIERT WERDEN
- GEHT GESCHÄFT WEITER?
- UND WENN JA WIE
- UNSICHERHEIT?

RESSOURCEN

- IUDR KOMPETENZ
- SUCCESS STORIES
 - ↳ PILOT PROJEKTE
 - ↳ #
- ISD / PRODUKT MGMT
 - UM a) PROJEKTE ZU LEITEN
 - b) KUNDEN ZU FINDEN

PRODUKT

- IUDR (?)
- SERVICES IUDR

KANÄLE

- ~~HERNÄRE~~ EDUCATIONAL MARKETING
 - ↳ WEINMANN
 - ↳ PUBLICATIONS
 - ↳ SPEAKER

KEY TOPICS

Gr. 1

- ① QUALIFIZIERTE RESSOURCEN
- ② RESSOURCEN (QUANTIT.)
- ③ FEHLENDE INTRINS. MOTIVATION
Geld / Erfolg / (Einstellungsproblematik)
- ④ LANGSAMKEIT - UMSETZUNG
(MUDA)
- ⑤ NEUE IVDR (Portfolio, B2B)
- ⑥ ~~NE~~EIGENE PLATTFORM

Strengths

Viele Pferdchen
→ Potential

MDG
- Systemgeschäft

ERFAHRUNG
Molekular Genetik

Produktportfolio
- zT. innovativ

Proprietäre
Technologie

Chimärismus
Starke Marktstellung

Vernetzung in
Wissenschafts-
Landschaft

Zertifizierung

Weaknesses

Viele Pferdchen
→ Fokussierung

mangelnde
Flexibilität

Vertriebsteam
noch nicht ausgerichtet

Kundenorientierung
zu schwach

Verfügbarkeit von
MPX-Geräten

Wissenstransfer
zum Kunden

Fluktuation
→ Verlust von Wissen/
Erfahrung

Modaplex noch
immer Black Box

kein Personal für
MPX-Entwicklung

Mangelnde
Gewinnorientierung

mangelnde Prozesse
Regulatory Affairs
+ fehlendes Wissen

CRM

alte Geschäfts-
abläufe

Verständnis von
- digitalen Prozessen
- digitalen Produkten

Logistik

Opportunities

Öffnung des
Systems / Open
System

Markt geht zur
Personal. Medizin

Lizensierung

Internationalisg.

AI

Automatisierung/
Digitalisierung Dx

Medizin 4.0

IT / Digitalisg.
im Unternehmen

Modaplex
- 2.0
- 3.0

Investoren

Plattform
Konsolidierung
→ Standard

Threats

Änderungen bei
Regulieren

JP

Technolog. Wettbewerb
→ NGS etc

Arbeitsmarkt

Wettbewerb
- dominante NBV
- Geld

Finanzen

BC - Biotype

jetzt und später

Partner

Aktivitäten

Produkte & Leistungen

Kunden-Bedürfnisse & Probleme

Kunden-segmente

MDG

Entwicklung
Produktion
Vertrieb

Hämatol./Onkologie-
Produkte
Dermatologie

LDT's ablösen
→ TIM
→ JVD-R

Pathologie
Onkologie

KOLs

Beratung
Service + Support

Forensik
- OEM
- i-sep
- Testa

Automation
verstärkt gefragt
+ Technol. Konsolidierung

Dermatologen
Forensik

Medizinische
Institute

Modaplex
- Assays
- Geräte

B2B

VDG#

Ressourcen

Eigene
Produkte
- Modaplex
- andere Technologie

Kanäle

Distribütoren
→ Export

Personal

Forensik
- Modaplex
- neue Assays
- i-sep Erweiterung

Direktgeschäft

imk

Personal
- spezif. K.-h.
- Technol./Systeme
- Busin. Developm.

Forensik
Systeme
(mit Biotype)

Export-
geschäft

Routine Labors

Finanzen

Open Plattform-
Partnerinn

Digitale
Plattform zu Kunden

Lizensierung

Service-
Geschäft
- aktiv
- Beratung

Ausgaben

Einnahmen

Modaplex
Entwicklung /
Service

Vertriebs-
System

Produktgeschäft

Förderprojekte

Personal Kosten

Investition
MPX-Entwicklg.

Servicegeschäft
Beratung

B2B

Finanz-
akquisition

Patent Kosten

Systemgeschäft
- Qty
- MDG

Lizenzgeschäft

ENTWICKLUNG

61.2

Wesentliche Punkte

- mangelnde Flexibilität
- Investoren
- Fokussierung
- Internationalisierung
- Personal
 - Fakturation
 - Know-how Aufbau
- Systemgeschäft MDG
- Modaplex 2.0 + Automatisierung
→ Digitalisierung
- Produktgeschäft / Bestandsprodukte

Weiter zu verfolgen
Punkte:

WARUM BRAUCHEN
WIR SO LANGE?

Ursache	Resultat	Scheinbar
Angst ↓ Führung!	⇒ kein SPEED ⇒	Umsetzungs- schwäche wenig Flexi- bilität

Warum spiegelt
sich die Flexibilität
der Leitungsgruppe nicht
operativ wieder?

Marktapproach /
-strategie
für jedes Detailgeschäft
→ auf Zielkunden → Buying Ctr.

- Priorisierung
- Fokus
- Motivation

- > VOC
- grundrätliches C+E Verhältnis
- internes Kommunikations-Verhältnis

DB-Berechnen und
finden!

LANGSAMKEIT
vs
SCHNELLBOOT
Einstellen Verhalten

Themenorientiertes Tatsächliches Programm

2. Tag

Festlegung Programmstruktur: Offene Themen

Modaplex-Diskussion

Herausforderungen Organisationsstruktur

**Herausforderungen Normenübergreifender
Produktentwicklung**

Ergebnis und Entscheidungen Modaplex

Möglichkeiten kurzfristiger Umsatzgenerierung

Kommunikation Mitarbeiter

Kurzfristige Tätigkeiten 1. Halbjahr

Abschluss-Runde

Modaplex-Diskussion

2. Tag

- Modaplex-Anforderungen sind andere als üblichen Produkt-Anford.
- Funktionales Expertenteam erforderlich.
- Modaplex-Produktplan
- Abhängig von Aktivitäten der Biotype
- Komplexität ist anders als bei Bestandsprodukten
- Mehr Stakeholder: quality, TMU
- Projektkoordinator
- ein oder zwei Felixe
- Neue Firma oder Biotype-Abteilung
- Herausforderung: interdisziplinäre Koordination
- Anpassung / Veränderung des Projektmanagements & QMS → Flexibilität

Statements
Modaplex-
Analyse

M' 1.0

M' 1.2

M' 2.0

Herausford.
Steuerung

Modaplex 1.0 :
"Prototyp"

Modaplex 1.2
=> Geschwindigkeit

MODAPLEX 2.0
Vorbereiten mit PM
starten...

- Limitiertes Verhalten
- gemeinsame Strategie wichtig

Geräte strategisch
platzieren
"Prototyp Phase"

MODAPLEX 1.2
Autonomes Team
JETZT!

Schnell zu 1.2
parallel zu 2.0

BRÜCKE
1 3/4 - 2 y

MPx ≙ "Prototyp"
(nicht verhandelt)

MDPLX 1.2
NOW!

Modaplex 2.0
Definierte Anfang +
definiertes Ende!

FZ: "... das sprechen
wir dann kreativ mit
IMK ab." (1.2)
!objektive Planung notwendig!
(PL)

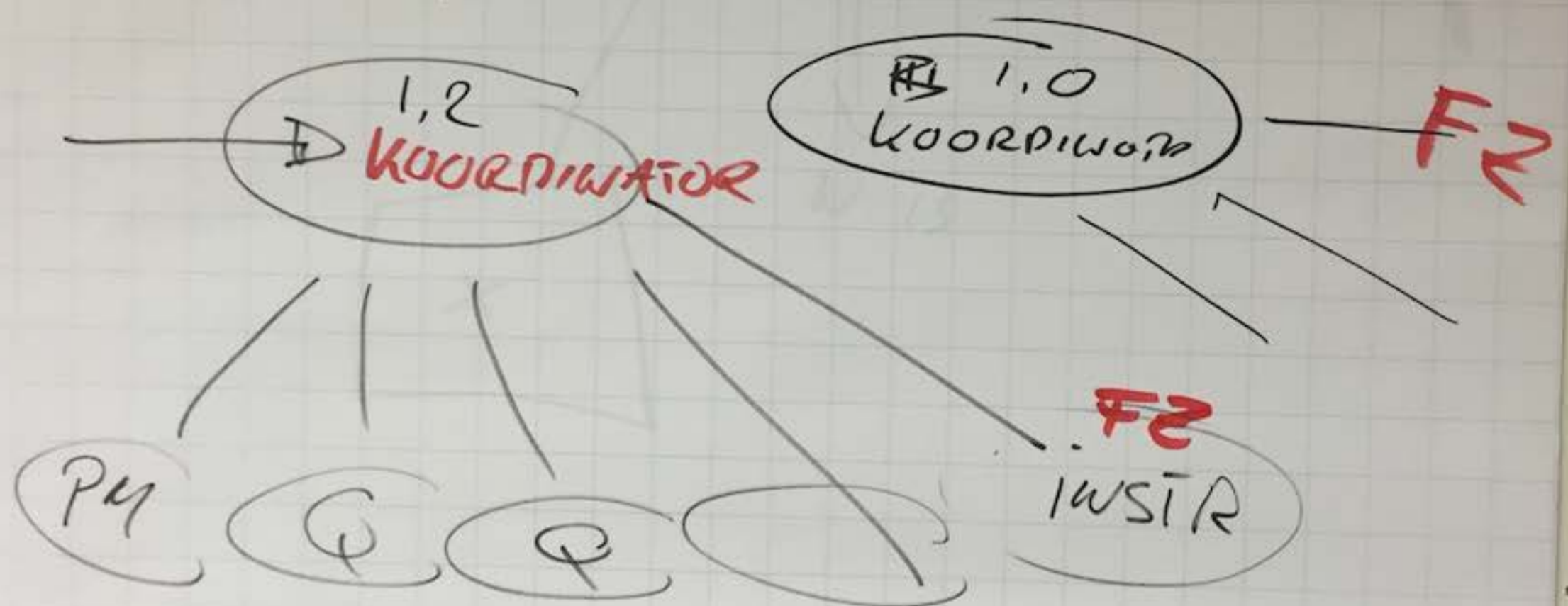
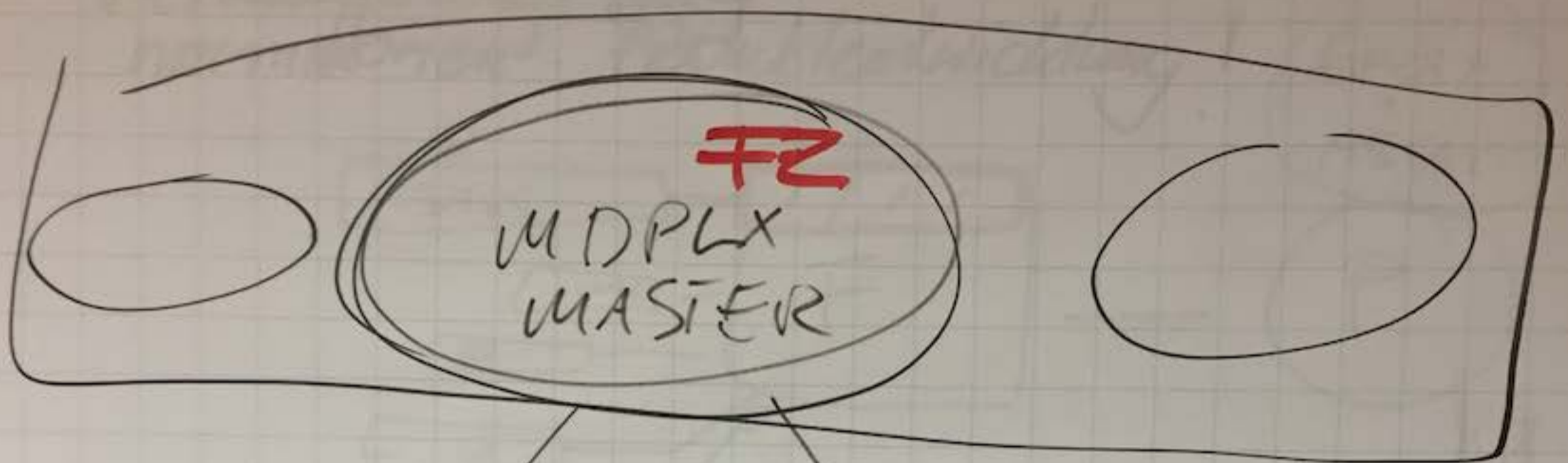
Ress. Aufbau

Modaplexifizieren
"Projekt MDS"
Meilensteine

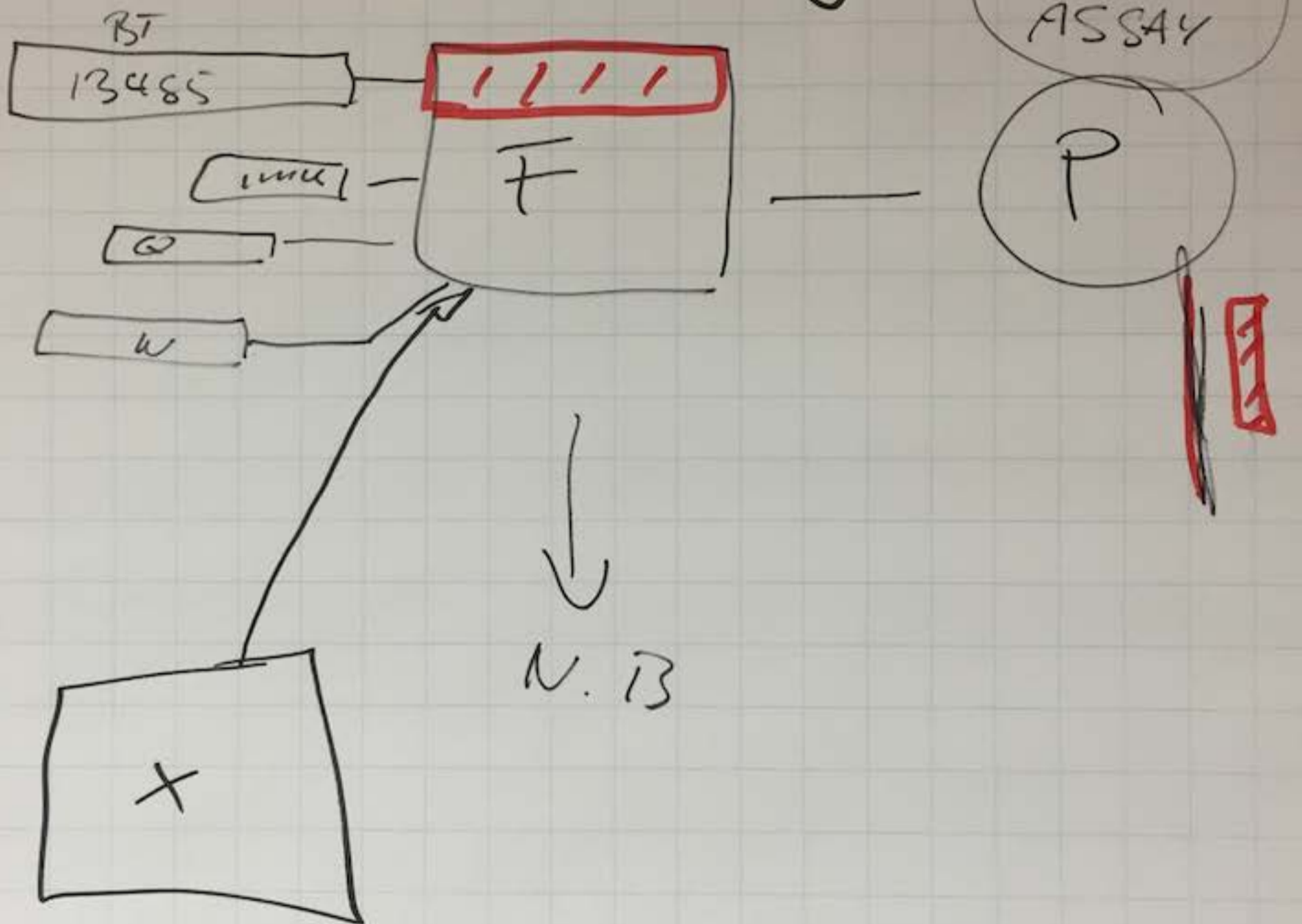
Partnering
Software

jetzt
Aufbau von
Ressourcen < Geld
Personen

Modaplex Software
als open platform



Herausforderung
normenorient. Produktentwicklung!



Entscheidungen:

zuk. Rolle Felix
1 - neue Org.
1 - + exist. Org.

2 klären ^{→ Integration}
1 oder 2 Firmen
Angst - Mauer zu ziehen

Zunächst
keine weitere
Fa, außer es
gibt Notwendigkeit

Einheit muß
finanziell und
vom Kopf unabhängig
sein.

3 klären was
ist der qualitative
Prozess
was über Tech. wir

Prozess BT vorerst
übernehmen
→ alle Normpunkte
→ Dok. anpassen

Phase
Anford.
Modaplex 1.2
sehr schnell

Notiz:

Abl oder Fa
Biotype befähigen
nach anderen Normen
zu arbeiten

Kay: Vorarbeiten
1 Qualitpe
2 JHK
3 Dokumentation
4 Prozeß ?
4 Assys ?

Kurzfristige Tätigkeiten

- Rollenwandel von
Felix organisieren
- Anforderungsprofil
- Transferziel: 6 Monate
- Einstellungsprozess
ex. über Qualityppe

Gr 1




Wie können wir kurzfristig Umsatz für Biotype erzeugen

- Dermaspalte verkaufen
- IVD²R-Produkte ²BoB akquirieren
- im Chimerismus andere Märkte adressieren
- in der Forensik D und andere Länder ~~an~~ neue Produkte
- in Forensik Produkte analysieren, ausbauen, entwickeln

2 Gr 1

- Zusammenarbeit mit QT stärken
→ Chinaauftrag
- + mehr Märkte → Peter
- sämtl. Personal → nutzen um Lager aufzufüllen
- USA - Tochtergesellschaft aktivieren
- ANN Smith → Bestandsprodukte
- E. Lilly neu aktivieren
akquirieren
- " Software verkaufen
- • Produktpreise überarbeiten



3 @.1

- Dermatologie überprüfen
Produkte/Technologie/Preise
- Service xxx 
- Handlingfee für alles
was wir raus schicken
- ^{WHO} Weltbank ^{NGOs} → nutzen neue
Produkte nach Afrika
- Consumerprodukte
Placeboprodukte zum Wohlfühlen
- andere Produkte/Handelsprodukte 
- Heidelberg Projekt treiben 
- F&E Projekte, die für SAB
durchgeführt wurden (Absage)
→ überprüfen, um wandeln

4 Gr. 1

- Schildhaus → neues Förderprojekt
- intelligente "Systemprodukte" zusätzl. Wertschöpfung
- z.B. Gerät als Handelsware mit verkaufen
- Geschäft mit ~~AID~~ Autoimmun Diagnostic
- Osteuropa ins Visier nehmen
- Handelsprodukte :
 - AID-Geräte für neue Anwendungen
 - Lizenzierungsgeschäft
 - Vertriebler einstellen
 - TAQ - Polymerase verkaufen

5 Gr. 1

- Test know how verkaufen
- Startup - Beratung
- OEM - Geschäft stärken
- Qtiagen → puschen
- Kreativ - Session Qtiagen/BT
-  i-Sep → in die Welt
- Kunden Rotop bearbeiten
- Was stecken wir in einen Notfall-Koffer → Atemschutz
- Lipotype test über Biotype verkaufen
-  NGS / AI know-how als Dienstleistung verkaufen

6 Ergebnis → Auswahl Gr. 1

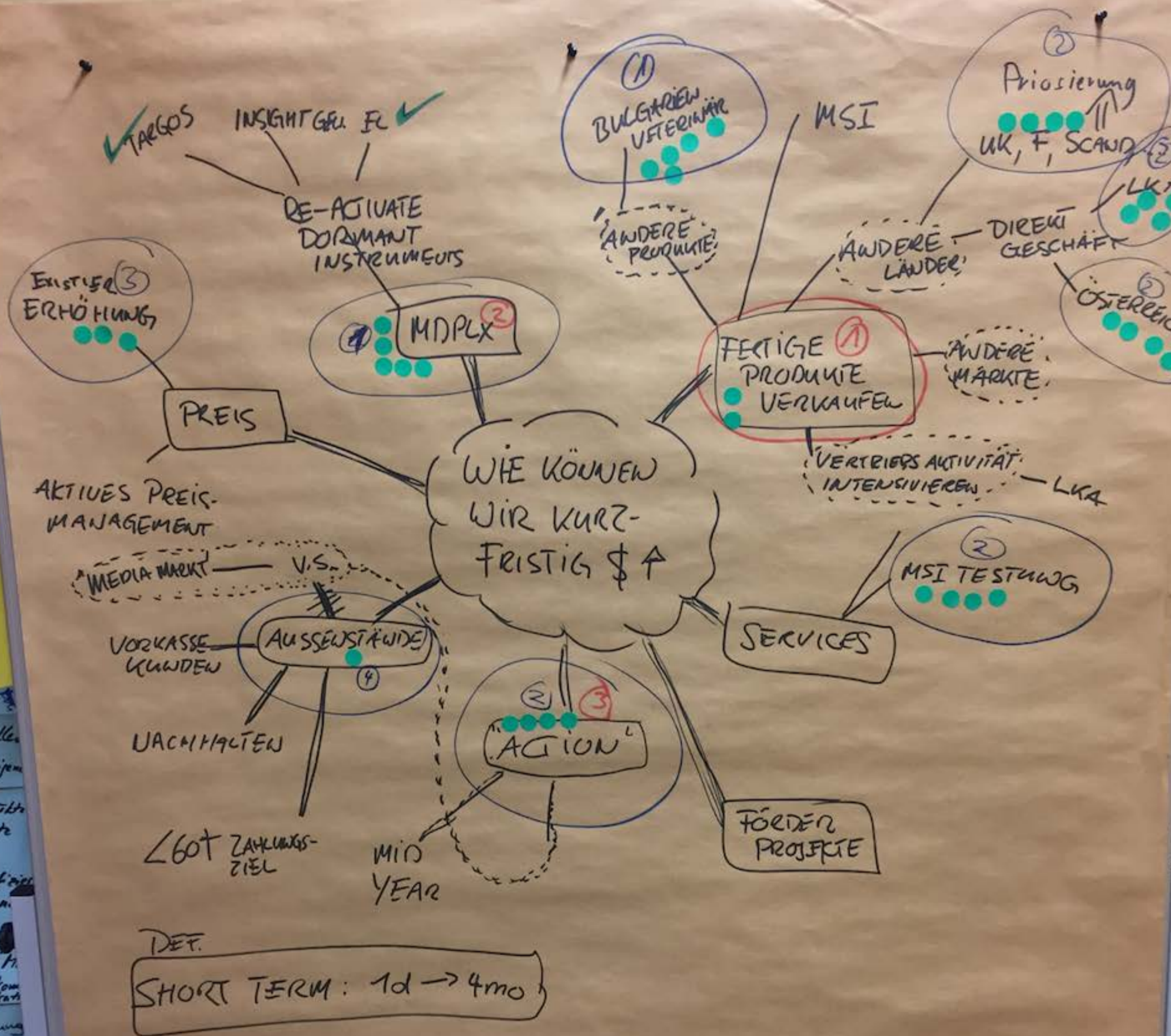
① Handelsprodukte
& Systemprodukte

② NGS/AI als
Dienstleistung

③ Derma überprüfen
→ Produkte, Technologie, Preise,
OBIO5-BIOTYPE Service

④ Forensik in die Welt
& Portfolio analysieren

⑤ Chimerismus: neue Märkte



blog

1) Modemplex 1.2

2) Felix gibt 1.0 ab
und fokussiert sich
auf 2.0

3) Ausrichtung der Ressourcen

4) Beschlossene kurzfristige
Maßnahmen kurzfristig

5) Überprüfen der Priorität
der Projekte $70 > 20$

6) Suchen nach ~~Wunder~~

7) Flexibilität v. Klausur

8) Klarheit für 2020

9) Handelsprodukt \approx Pigtyp

Liste kurzfristiger Tätigkeiten

Febr.

März

April

Mai

Juni

IVDR vorantreiben
Projektplan
Ressourcen bereitstellen

IVDR-Software
Projekt starten
mit QT

Roadmap:
Auslandsexpansion
bestehende Produkte

NGS/AI als
Dienstleistung an-
bieten

Mid-Year
Sales Aktion

Regulatory Affairs (Feb)

Qualitative Produkte
→ Forensik
mit Anbieter

Salesaktionen
2020
transparent planen

Modoplex QC
+ verschlankt

Genelles (Feb)
Verkaufs-Strategie - Study
(Kargen!)

Modoplex
Kunden reaktivieren

Forensik: was?
Produkte wo?
IP wie?
wann?

Projektanträge
→ neue Finanzierungs-
quelle

MPX-Projektplan
1.2

MDS strukturieren
& ausrollen

Motivations-
workshop
Ursachenanalyse
Langsamkeit /
Unflexibilität

Lizenzierungs-
geschäft

Blogbeitrag

Personal einstellen
'Business Intelligence'

Lager füllen
voll

KT: Telefonat
mit Hr. Hessel

Bestandsprodukte
in neue Märkte

Bulgarien-
geschäft

Fokussierung

Suche qualifizier-
tes Personal

Projektliste im
Exec-Kreis bewir-

- Kontakte aufbauen
- Investment Memo
- Investorenkommuni-
kation

NGS Service
Konzept vorstellen

Finanzierung
MDS finden

Modoplex

Partner zu Kunden
machen