Inhaltsverzeichnis

1	Neue Geschäftsmodelle in der Medizintechnik – eine Branche im Umbruch...	1
	Andreas Schmid und Marie Demuth	
2	Digitalisierte Medizintechnik – vom Forscher zum Unternehmer	19
	Martin Zauner, Michael Ring und Andreas Böhler	
3	In 100 Tagen zum Healthcare-Start-up. Analyse und Eignung des Lean-Start-up Ansatzes für das Gesundheitswesen am Beispiel der MedTech Startup School	33
	Nils Högsdal, Lukas Radwan und Christoph Zrenner	
4	Medizintechnik-Spin-offs aus der Hochschule – Ein Prozessbeispiel	53
	Max D. Singh und Felix Capanni	
5	Vom 1-Mann-Start-up zum voll QM-zertifizierten Medizintechnikunternehmen	67
	Catherine E. Schreiber und Bernhard Kreymann	
6	Medizintechnik Entrepreneurship – von der Idee zur Markteinführung am Beispiel von Bildgebung und Navigation bei der Tumorchirurgie	91
	Joerg Traub, Daniel Ostler, Sebastian Koller und Hubertus Feußner	
7	Vom Wissenschaftler zum Entrepreneur – Erfahrungen bei der Ausgründung aus einem Universitätsklinikum	111
	Oliver Heinze	
8	Steuerung der Mengendynamik nach dem KHSG: Implikationen für die Krankenhäuser	123
	Andreas Beivers und Lilia Waehlert	
9	Unternehmerisches Denken und Handeln in Facharztpraxen am Beispiel der Radiologie	139
	Carsten Figge und Oliver Pott	

10 Online-Terminvereinbarung für Arztbesuche: Treiber, Hemmnisse und Perspektiven	153
Mario Schaarschmidt und Nadine Lindermann	
11 Ambulante Operationszentren als Profit-Center	167
Guntram Fischer	
12 Start-up-Management eines Softwareunternehmens im Gesundheitswesen – Fallbeispiel BinDoc GmbH	183
Manuel Heurich, Markus Heider und Sven Seemann	
13 Finanzplanung bei der Gründung eines Unternehmens im Gesundheitswesen – dargestellt am Fallbeispiel eines pharmazeutischen Dienstleisters	205
Erik Rederer	
14 Unternehmerische Exzellenz im Pharma-Krankenkassen-Dialog: Wie gezielte Neugründungen den Dialog mitgestalten	223
Matthias J. Kaiser, Elisabeth Siegmund-Schultze und André Kleinfeld	
15 Integriertes Ideenmanagement in der Praxis – Generierung von neuen Service-, Produkt- und Geschäftsmodellinnovationen durch Kundenintegration am Beispiel von Krankenversicherungen	237
Robert Lettau, Oliver Vollrath und Alexander Brem	
16 OvulaRing – Vom Medical Need zum zugelassenen Produkt	267
Sebastian Alexander, Bettina Brammer und Andreas Ziegner	
17 Der Stellenwert gesundheitsökonomischer Studien im Market-Access-Prozess von Biomarker-Tests	279
Franz Hessel	
Stichwortverzeichnis	293