

13. Juni 2019

REGION SEITE 3

EU-Kommission investiert in Medizin-Start-up

Langenthal - Die Hystrix Medical AG erhält von der Europäischen Union 50 000 Euro.

Julian Perrenoud

Erst im Frühling dieses Jahres liess sich das Start-up-Unternehmen an der Langenthaler Bahnhofstrasse 47 nieder, und bereits vermeldet die Hystrix Medical AG einen ersten Erfolg: Sie erhält von der EU-Kommission nämlich 50 000 Euro. Das Fördergeld ist Teil eines Programmes, das Gelder an europäische KMUs mit hohem Innovations- und Wachstumspotenzial vergibt. Damit will die EU vielversprechende Projekte von der Idee bis zur Markteinführung unterstützen.

Gemäss einer Medienmitteilung will Hystrix den bewilligten Betrag nun für eine externe Machbarkeitsstudie verwenden. Wenn das Ergebnis dieser Studie erfolversprechend sei, könne sich die nächste Förderungsstufe zwischen 500 000 und 2,5 Millionen Euro bewegen, schreibt das Unternehmen, das seit letztem November einen medizinischen Onlinemarktplatz anbietet.

Drehscheibe für den Markt

Bisher erfolgte in der Medizinaltechnik die Konsultation vom Kunden zum Anbieter meist analog, entsprechend lange dauert der Zyklus zur Beschaffung der bestellten Ware. Gerade für ein Spital, das ein paar Hundert Lieferanten hat, ist das ein grosser Aufwand.

Das will Firmengründer Philippe Hügli ändern und eine Drehscheibe für den Markt im Gesundheitswesen schaffen, wo sich Käufer und Verkäufer schneller finden. Daraus hat sich die Hystrix Medical AG mit mittlerweile 12 Angestellten entwickelt. Der Kanton Bern unterstützte diese mit seinem Standortförderungsprogramm und lotste die Firmenzentrale jüngst nach Langenthal. Mittlerweile vernetzt der digitale Marktplatz 41 Gesundheitsdienstleister mit 39 Lieferanten und stellt Preis- und Produktinformationen zu über 46 000 Artikeln bereit.

Effizienz steigern

Mit ihrem Angebot will Hystrix die täglichen Prozesse im Gesundheitswesen beschleunigen und die Effizienz für Dienstleister und Lieferanten steigern. Das soll sowohl den Patienten zugutekommen als auch Geld sparen.

Die noch junge Firma kauft oder verkauft dabei keine Produkte, sondern führt das digitale Angebot und die Nachfrage auf einer Plattform zusammen. Auf dieser können Kunden transparent vergleichen und bestellen. Den Lieferanten auf der anderen Seite ermöglicht dies neue und schnellere Verkaufskanäle, die fast ohne Personal auskommen. Hystrix verdient dabei am Transaktionsvolumen. Ein neues Geschäftsmodell, das nun also bereits über die Landesgrenzen hinaus von sich reden macht.

Die nächste Förderungsstufe bewegt sich zwischen 500 000 und 2,5 Millionen Euro.



Die Firmenzentrale von Hystrix befindet sich gleich neben dem südlichen Bahnhofgelände. Foto: Raphael Moser

© BZ Langenthaler Tagblatt