



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Technologie

WIRTSCHAFT.
WACHSTUM.
WOHLSTAND.



Health
made in Germany

Exportinitiative Gesundheitswirtschaft



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Technologie

WIRTSCHAFT.
WACHSTUM.
WOHLSTAND.



Health
made in Germany

Exportinitiative Gesundheitswirtschaft

Inhaltsverzeichnis

Vorwort.....	3
1. Die Exportinitiative Gesundheitswirtschaft	4
Ziele und Hintergründe der Exportinitiative.....	4
Auf in neue Märkte	5
2. Umfassende Unterstützungsangebote	6
A. Internetauftritt.....	6
B. Marktinformation	6
C. Unternehmerreise zur Markterkundung	7
D. Einkäufer- und Multiplikatorenreisen	7
E. Messen und Kongresse	8
F. Internationale Vermarktung.....	8
3. Wussten Sie schon...?.....	9
4. Die Außenwirtschaftsförderung des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie	10
5. Kontakt/Partner	11

Liebe Leserin, lieber Leser,

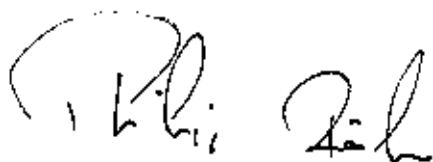
die Gesundheitsbranche wächst in vielen Teilen der Welt schneller als das Bruttoinlandsprodukt. Insbesondere die Schwellenländer investieren massiv in eine bessere Gesundheitsversorgung.

Von dieser Entwicklung kann Deutschland noch stärker profitieren. Denn „Health made in Germany“ hat weltweit einen guten Ruf. Die Produkte der deutschen Gesundheitswirtschaft sind in vielen Ländern sehr gefragt. Gerade kleine und mittlere Unternehmen können deshalb noch öfter den Sprung ins Auslandsgeschäft schaffen. Wir wollen sie dabei unterstützen. Das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie hat hierfür die Exportinitiative Gesundheitswirtschaft ins Leben gerufen.

Die Außenhandelsprofis der Germany Trade & Invest (GTAI) setzen die Exportinitiative um. Sie unterstützen die Gesundheitsunternehmen beim Erobern neuer Märkte. Das reicht von der Einzelberatung durch Auslandsexperten bis hin zur Hilfe bei der Bildung von Bieterkonsortien für Großaufträge. Die vorliegende Broschüre gibt Ihnen einen Überblick zu den Angeboten der neuen Exportinitiative. Ich lade Sie auch herzlich ein, die neu geschaffene Internetseite www.exportinitiative-gesundheitswirtschaft.de zu besuchen. Dort finden Sie nähere Informationen über alle Aktivitäten und weitere Publikationen.

Ich wünsche Ihnen bei der Erschließung dieses spannenden und chancenreichen Geschäftsfeldes viel Erfolg.

Ihr



Dr. Philipp Rösler
Bundesminister für Wirtschaft und Technologie



1. Die Exportinitiative Gesundheitswirtschaft

Gesundheitswirtschaft umfasst die Erstellung und Vermarktung von Gütern und Dienstleistungen, die der Bewahrung und Wiederherstellung von Gesundheit dienen. Daher umfasst der Begriff Gesundheitswirtschaft neben dem Gesundheitswesen im engeren Sinn (stationäre und ambulante Behandlung, Apotheken etc.) auch die medizinische Vorleistungs- und Zulieferindustrie (inklusive Pharmaindustrie, medizinischer Biotechnologie und Medizintechnik), den Handel mit gesundheitsbezogenen Produkten und Dienstleistungen sowie den „Zweiten Gesundheitsmarkt“ (z. B. frei verkäufliche Arzneimittel, Gesundheitstourismus, Wellness, Fitness).

Vor dem Hintergrund einer alternden Gesellschaft ist in den vergangenen Jahren das Bewusstsein gewachsen, dass die Gesundheitswirtschaft ein wichtiger Zukunftsmarkt mit einem hohen Innovations-, Wachstums- und Beschäftigungspotenzial ist. Neben der demographischen Entwicklung und dem gestiegenen Gesundheitsbewusstsein der Bevölkerung sorgen auch neue Produkte und Technologien, insbesondere in den Bereichen Pharma und Medizintechnik, für zusätzliche Dynamik.

Gesundheitsbezogene Produkte und Dienstleistungen stellen einen internationalen Wachstumsmarkt dar. Deutsche Unternehmen der pharmazeutischen und medizintechnischen Industrie besitzen im internationalen Wettbewerb bereits eine führende Position, die sie aber im zunehmenden Wettbewerb behaupten müssen. Deutsche gesundheitsbezogene Produkte und Dienstleistungen haben eine hohe Qualität und werden im Ausland sehr geschätzt und nachgefragt.

Ziele und Hintergründe der Exportinitiative

Die deutsche Gesundheitswirtschaft besitzt schon heute eine relativ starke Position bei Exporten von gesundheitsbezogenen Produkten und Dienstleistungen. Deutschland ist international eines der führenden Länder in den Bereichen Medizintechnik und Pharmazeutika. Allerdings existieren auf bestehenden und neuen Märkten zahlreiche ungenutzte gesundheitswirtschaftliche Exportchancen. Daher wird das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie mit seiner Exportinitiative die Unternehmen in allen Bereichen der Gesundheitswirtschaft noch stärker als bisher unterstützen. Das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie bietet damit der Gesundheitswirtschaft eine „Startrampe“ in der Erwartung, dass Organisation und Finanzierung der Initiative innerhalb der nächsten beiden Jahre in die marktwirtschaftliche Eigenverantwortung der Wirtschaft übergehen.

Die Gesundheitswirtschaft machte 2008 mit 10,1% einen erheblichen Anteil an der gesamtdeutschen Bruttowertschöpfung aus. Bei den Exporten lag der Anteil der Gesundheitswirtschaft mit 6,3% der Gesamtwirtschaft jedoch wesentlich unter ihrem Anteil an der inländischen Wertschöpfung. Die Begründung dafür liegt zum Teil in der hohen Dienstleistungsintensität der Gesundheitswirtschaft. Diese Differenz kann durch eine Erhöhung der gesundheitsrelevanten Exporte verringert und weiteres Wachstum des Gesundheitssektors vorangetrieben werden.

Spezielles Expertenwissen hat das Ministerium bei der Germany Trade & Invest (GTAI) gebündelt, der Gesellschaft für Außenwirtschaft und Standortmarketing der Bundesregierung. Ziel ist es, Deutschland im Bereich der Gesundheitswirtschaft als eines der führenden Exportländer zu etablieren.



Auf in neue Märkte

Erfolgreiche Auslandsgeschäfte wollen gut vorbereitet sein. Die Exportinitiative Gesundheitswirtschaft richtet sich zunächst vor allem an die Unternehmen in den Bereichen:

- Pharma
- Medizintechnik
- Medizinische Biotechnologie
- Telemedizin
- Gesundheitsbezogene Dienstleistungen

Die Maßnahmen zur Unterstützung wurden dabei speziell auf die Bedürfnisse von kleinen und mittelständischen Unternehmen abgestimmt.

- Möchten Sie globale Wachstumstrends in der Gesundheitswirtschaft für Ihr Unternehmen nutzen und zahlreiche Exportchancen auf bestehenden und neuen Märkten wahrnehmen?
- Würden Sie gerne mehr über die Markt- und Wettbewerbsbedingungen in attraktiven Auslandsmärkten erfahren?

- Suchen Sie nach Möglichkeiten, Ihre Exportaktivitäten zu fördern?
- Möchten Sie Ihr Netzwerk erweitern und sich mit anderen Exportakteuren in Verbindung setzen?

Dann nutzen Sie die Angebote der Exportinitiative Gesundheitswirtschaft. Als zentrale Anlaufstelle bietet die für die Initiative erstellte Webseite (www.exportinitiative-gesundheitswirtschaft.de) Informationen über Veranstaltungen, Länder und Märkte, Geschäftsreisen, Kontaktmöglichkeiten sowie zahlreiche Akteure der deutschen Gesundheitswirtschaft. Darüber hinaus kommen informative Publikationen wie Flyer und Firmenverzeichnisse zum Einsatz.

Im Laufe der Zeit können diese Schwerpunktbereiche erweitert werden. Falls Sie Anregungen diesbezüglich haben, wenden Sie sich an die Exportinitiative!

2. Umfassende Unterstützungsangebote

Als zentrale Anlaufstelle unterstützt die Exportinitiative Ihre Aktivitäten mit vielfältigen Maßnahmen:

A. Internetauftritt

Auf der Internetseite der Exportinitiative Gesundheitswirtschaft finden Sie Berichte und aktuelle Marktstudien zu relevanten Zielmärkten. Diese behandeln beispielsweise politisch-rechtliche oder wirtschaftliche Rahmenbedingungen, wichtige Brancheninformationen und den aktuellen Stand der jeweiligen Gesundheitswirtschaft in den Zielländern. Außerdem sind Informationen zu Ausschreibungen, Projekten und Fördermöglichkeiten bereitgestellt.

Die Internetseite informiert Sie auch über aktuelle Veranstaltungen der Exportinitiative. Nehmen Sie direkt mit dem jeweiligen Veranstalter Kontakt auf und melden Sie sich schnell und unkompliziert zu den einzelnen Veranstaltungen an. Ausgewählte Veranstaltungshinweise, wichtige Entwicklungen und Neuigkeiten zur Exportinitiative finden Sie in den aktuellen Neuigkeiten. Über das E-Trade Center können Sie zudem leicht mit anderen Unternehmen Ihrer Branche in Verbindung treten und sich beispielsweise zu Erfahrungen im Ausland austauschen oder sich Kooperationspartner suchen.

Ihre Vorteile

- Sie können die zahlreichen Angebote der Internetseite nutzen und verschaffen sich mit nur einem Mausklick einen wesentlichen Informationsvorsprung.
- Sie profitieren von wichtigen Entscheidungshilfen zur strategischen Auswahl von Zielmärkten für Ihr Exportgeschäft.
- Sie erhalten Hilfestellungen zur besseren Einschätzung der Marktchancen und -risiken für Ihre Produkte und Dienstleistungen
- Sie erhalten einen Informationsvorsprung, der Personal, Zeit und Kosten spart.
- Ein aktueller Veranstaltungskalender informiert Sie rechtzeitig und ausführlich über alle laufenden und geplanten Veranstaltungen, die im Rahmen der Exportinitiative durchgeführt werden.

B. Marktinformation

Aktuelles und Expertenwissen aus erster Hand

Die Exportinitiative Gesundheitswirtschaft bietet Ihnen in Deutschland Informationsveranstaltungen zu ausgewählten Exportmärkten an. Diese Veranstaltungen richten sich sowohl an kleine und mittlere Unternehmen, die zuvor noch nicht ihre Produkte exportiert haben, als auch an exporterfahrene Unternehmen, die in neue Märkte aufbrechen möchten. Dabei steht die detaillierte Information zu den entsprechenden Ländern im Vordergrund.

Experten aus den Zielländern informieren über allgemeine und rechtliche Rahmenbedingungen, zur konkreten Marktsituation und zu Marktchancen, Trends, Handelsbedingungen, technischen Voraussetzungen und Verfahren.

Durch die Teilnahme vertiefen Sie Ihr Wissen über mögliche Zielmärkte und stärken den Kontakt zu anderen Unternehmen.

Ihre Vorteile

- Informationsveranstaltungen zu ausgewählten Exportmärkten bieten Ihnen eine Entscheidungshilfe für die zukünftige strategische Ausrichtung Ihrer Exportaktivitäten auf bestimmte Zielländer.
- Experten liefern detaillierte Informationen über die branchenspezifischen Exportchancen auf den Zielmärkten. Sie helfen Ihnen bei der Beurteilung der Marktpotenziale und geben Aufschluss über Chancen und Risiken der Markterschließung.
- Sie erlangen mit diesem Expertenwissen einen wesentlichen Informationsvorsprung.
- Auf den Veranstaltungen können Sie erste Kontakte zu möglichen Geschäftspartnern und Experten aus dem jeweiligen Zielland knüpfen.
- Sie haben die Möglichkeit zum Erfahrungsaustausch mit anderen deutschen Unternehmen, die im jeweiligen Zielmarkt bereits aktiv im Exportgeschäft tätig sind.

C. Unternehmerreise zur Markterkundung

Direkte Geschäftskontakte vor Ort aufbauen und festigen

Die Markterkundung findet in Form von Unternehmerreisen statt, deren Ziel in der Sondierung von Geschäftsmöglichkeiten in schwierigen oder neuen Märkten liegt. Dies kommt insbesondere bei Schwellen- und Entwicklungsländern und neu entstehenden Märkten in Betracht. Schwerpunkt ist eine Informations- und Schulungsveranstaltung im Ausland, in der Experten Primärinformationen darlegen. Hinzu kommen erste Kontakte mit Behörden, öffentlichen Einrichtungen und lokalen Geschäftspartnern sowie Standort- und Projektbesichtigungen.

Die Unternehmerreise umfasst eine Markterschließung mit lokaler Präsentationsveranstaltung deutscher und lokaler Experten und die Organisation von Einzelgesprächen, die mit potenziellen Geschäftspartnern in deren Unternehmen vor Ort stattfinden. Intensive Markt- und Zielgruppenanalysen werden erstellt und allen deutschen Teilnehmern zur Verfügung gestellt. Schwerpunkt ist die konkrete Geschäftsanbahnung zwischen in- und ausländischen Unternehmen.

Sie profitieren vom weltweiten Netzwerk der deutschen Auslandshandelskammern (AHKs), die in mehr als 80 Ländern mit Geschäftsstellen vertreten sind.

Ihre Vorteile

- Durch die AHK erhalten Sie alle relevanten Informationen über den Zielmarkt. So sind Sie auf Ihren Markteintritt hervorragend vorbereitet.
- Potenzielle Kooperations- und Geschäftspartner werden nach Ihren Vorgaben und Wünschen ausgewählt und in Abstimmung mit Ihnen angesprochen.
- Sie erhalten Unterstützung beim Erstkontakt mit Behörden, öffentlichen Einrichtungen und lokalen Geschäftspartnern.
- Auch nach der Geschäftsreise unterstützen Sie die Mitarbeiter der AHK bei weiteren Schritten der Markterschließung mit ihrem Dienstleistungsangebot.



D. Einkäufer- und Multiplikatorenreisen

Empfangen Sie potenzielle Kunden aus Ihrem Zielmarkt

Im Rahmen der Einkäuferreise kommen ausländische Unternehmen, von denen bereits im Vorfeld bekannt ist, dass sie konkrete Einkaufsabsichten haben, für drei bis fünf Tage nach Deutschland. Ziel ist die Präsentation deutscher Produkte, Technologien und Dienstleistungen vor Ort. Ihr Unternehmen kann dabei geschäftliche Kontakte knüpfen.

Bei der Multiplikatorenreise können sich ausländische Entscheidungsträger aus Wirtschaft und Politik über deutsche Technologien und Know-how informieren und Referenzprojekte besuchen. Das in Deutschland erworbene Wissen soll anschließend in ihrem Heimatland verbreitet werden. Für Sie besteht wieder die Möglichkeit, erste Kontakte zu knüpfen.

Ihre Vorteile

- Sie können bei ausländischen Interessenten sowohl Ihre Produkte als auch konkrete Anwendungsbeispiele vorstellen.
- Sie können künftige Kunden vor Ort von den Vorteilen Ihres Angebots überzeugen.
- Die Exportinitiative organisiert die Reisen. Sie sparen sich Aufwendungen für Personal und Vorbereitung der Akquise.
- Sie kommunizieren direkt und persönlich mit Ihren zukünftigen Kunden und Geschäftspartnern.



E. Messen und Kongresse

Überzeugen Sie ausländische Entscheidungsträger von deutschen Produkten und Dienstleistungen

Messen und Kongresse im In- und Ausland fördern den Wissens- und Informationsaustausch mit den anderen Teilnehmern, bei denen häufig Entscheidungen über den Einsatz entsprechender Produkte oder Ausschreibungen von Dienstleistungen unmittelbar bevorstehen. Ausländischen Entscheidungsträgern aus Politik und Wirtschaft werden Produkte und Dienstleistungen der deutschen Gesundheitswirtschaft vorgeführt. Erweitern Sie den guten Ruf deutscher Produkte bezüglich Innovation, Funktionalität und Zuverlässigkeit um den wesentlichen Aspekt Gesundheit.

Knüpfen Sie Kontakte für die Zukunft.

Ihre Vorteile

- Sie präsentieren Ihre Produkte und Dienstleistungen sowie Ihr Know-how ausländischen Entscheidungsträgern, zu denen Sie sonst nur schwer Zugang erhalten würden.
 - Bei Messen und Kongressen wird ausländischen Entscheidungsträgern eine wesentliche Orientierungshilfe für den bevorzugten Einsatz deutscher Produkte und Dienstleistungen vermittelt.
 - Entscheidungsträger entscheiden in ihrem Herkunftsland über viele Projekte – dies eröffnet Ihnen die Möglichkeit zu Mehrfachgeschäften ohne Zwischenhandel.
 - Nutzen Sie das gute Image deutscher Produkte.
-

F. Internationale Vermarktung

Das Markenkonzept „Health made in Germany“

Nutzen Sie die Vorteile, die Ihnen die Dachmarke „Health made in Germany“ und das Marketingpaket der Exportinitiative bieten, um Ihre Produkte und Dienstleistungen einfacher und schneller im Ausland zu vermarkten.

Für die Vermarktung der deutschen Unternehmen im Ausland werden Firmenverzeichnisse erstellt, die über Mailings, Messen, Kongresse und andere Distributionskanäle an die Zielgruppe verteilt werden.

Im Rahmen von Messen und Kongressen werden außerdem flankierende Veranstaltungen wie Podiumsdiskussionen durchgeführt, um deutschen Herstellern zu noch mehr Sichtbarkeit zu verhelfen.

Die Initiative initiiert und koordiniert Maßnahmen der politischen Flankierung. Damit wird eine Verbesserung der Rahmenbedingungen in ausgewählten Zielmärkten angestrebt. Die deutsche Gesundheitswirtschaft wird so gezielt bei staatlichen Entscheidungsträgern positioniert.

Ihre Vorteile

- Die Unterstützung durch die Bundesregierung unterstreicht die Seriosität und den staatlichen Impuls der Initiative, was sich wiederum auf Ihr Unternehmen überträgt.
 - „Made in Germany“ betont die hohe Kompetenz deutscher Unternehmen im Export und ist im Ausland als Qualitätsmerkmal hoch angesehen.
 - Die Dachmarke steigert die nationale und internationale Bekanntheit der Exportinitiative und damit auch die Ihres Unternehmens. Durch sie erlangt Ihr Unternehmen eine größere internationale Sichtbarkeit und profitiert von ihrem Wiedererkennungswert.
 - Die Marketingmaßnahmen der Exportinitiative für die Dachmarke erhöhen auch das Interesse für Ihr Unternehmen im In- und Ausland.
-

3. Wussten Sie schon ... ?

Im **Vereinigten Königreich** wird der Pharmamarkt laut Prognosen bis 2014 jährlich durchschnittlich um 1,8% wachsen (auf 28,1 Mrd. US\$). Dem Markt für Generika wird bis 2014 ein Wachstum um insgesamt 38% vorausgesagt.

In den **Niederlanden** war der Umsatz von Pharmazeutika in der Krise 2009 fast ohne Einbußen geblieben und wächst seit 2010 wieder stärker.

Frankreichs Regierung stellt bis 2012 Investitionen von rund zehn Milliarden Euro für die Modernisierung von Krankenhäusern bereit.

Polen fragt Medizintechnik stark nach, da die polnischen Krankenhäuser bis 2015 die technischen und sanitären EU-Standards erfüllen müssen.

Serbien beabsichtigt, ein Zentrum für Stammzellenforschung und -einlagerung zu errichten. Für den Bau und die Beschaffung von Ausrüstungen stehen EUR 5,2 Mio. zur Verfügung.

Russland plant Investitionen von mehr als 300 Milliarden Rubel für die Modernisierung und den Ausbau des russischen Gesundheitssystems; zum Beispiel sollen acht landesweite Hightech-Kliniken auf international höchstem Standard aufgebaut werden.

In **China** werden 30.000 Krankenhäuser in den kommenden Jahren mit Medizintechnik ausgestattet. Hauptabnehmer sind große staatliche Krankenhäuser, die auf Low- bis Medium-Tech-Geräte setzen.

In **Mexiko** haben öffentliche Krankenhäuser großen Bedarf an Medizintechnik, vor allem in der Labor- und Diagnosetechnik.

In Lateinamerika war **Argentinien** in den vergangenen Jahren nach Venezuela auf Dollarbasis der am stärksten wachsende Pharmamarkt. Das Land wird zu den weltweit 17 aufstrebenden Pharmamärkten gezählt, die insgesamt rund die Hälfte zum bis 2013 erwarteten globalen Marktwachstum beisteuern sollen.

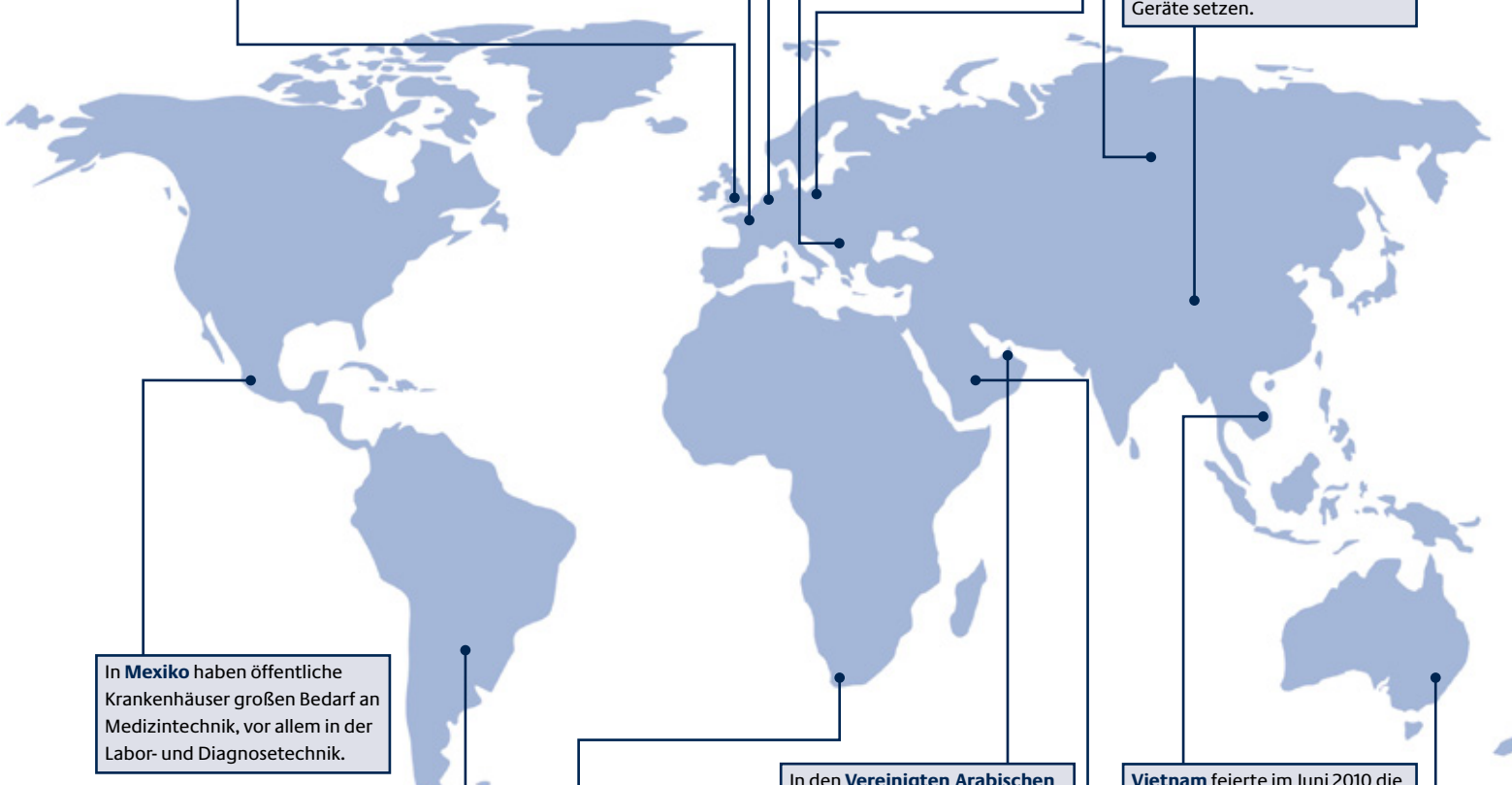
In **Südafrika** fördert die Regierung Public-Private-Partnerships, wobei private Partner spezialisierte Versorgungsaufgaben (z. B. Bildgebung) übernehmen.

In den **Vereinigten Arabischen Emiraten (VAE)** wird der Markt für pharmazeutische Produkte in den nächsten Jahren jeweils zweistellig wachsen. Die Gesundheitsausgaben pro Kopf sind vermutlich die höchsten im Nahen und Mittleren Osten und steigen weiter.

Vietnam feierte im Juni 2010 die erste Herztransplantation an der Military Academy of Medicine in Hanoi. In den letzten Jahren ist ein Trend zu höheren Qualitätsansprüchen festzustellen. Hauptkunden sind öffentliche Einrichtungen – der Privatsektor ist noch klein, aber stark wachsend.

Saudi-Arabien hat großen Bedarf an Expertenwissen im Krankenhausmanagement, da lokale Anbieter kaum Erfahrung im Krankenhausbetrieb haben. Geplant ist der Aufbau von 86 Krankenhäusern.

Australien hat einen ambitionierten eHealth-Plan und möchte die elektronische Patientenakte einführen.



4. Die Außenwirtschaftsförderung des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie

Das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie unterstützt Exporteure der deutschen Gesundheitswirtschaft mit folgenden Angeboten auch über die Initiative hinaus:

Die Euler Hermes Kreditversicherungs-AG eröffnet deutschen Exporteuren mit staatlichen Exportkreditgarantien, so genannten Hermesdeckungen, den Zugang zu risikoreichen Märkten und stärkt sie dadurch im internationalen Wettbewerb.

www.agaportal.de
www.eulerhermes.de

Ungebundene Finanzkreditgarantien (UFK) sichern Finanzierungen für Vorhaben im Ausland ab, die im besonderen staatlichen Interesse Deutschlands liegen.

www.agaportal.de

Die Bundesregierung unterstützt deutsche Unternehmen, investive Vorhaben im Ausland umzusetzen, indem sie Investitionsgarantien zur Absicherung politischer Risiken vergibt.

www.agaportal.de

Der Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der deutschen Wirtschaft (AUMA) hilft Unternehmen, Auslandsmessen als Marketing- und Informationsinstrument erfolgreich einzusetzen.

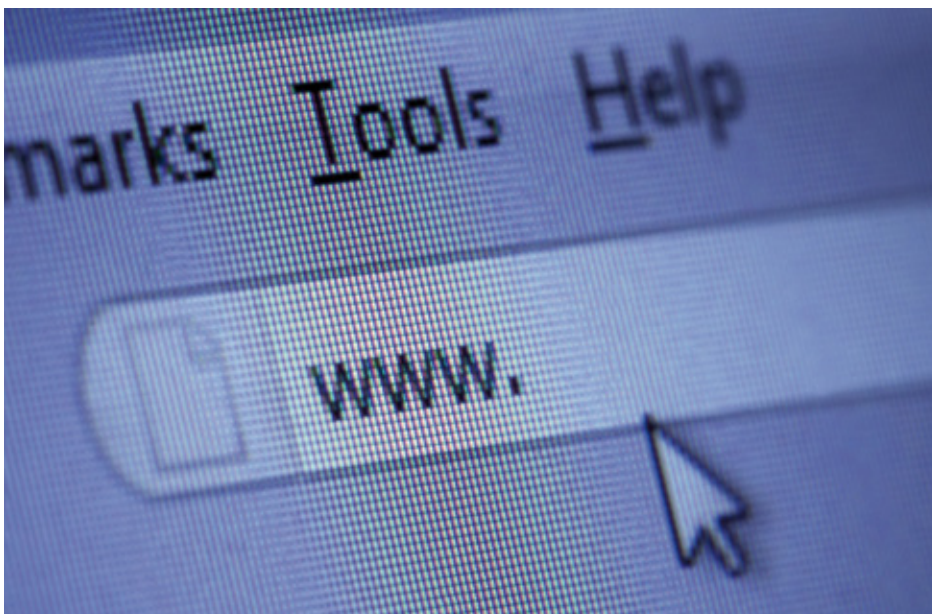
www.auma.de

Germany Trade & Invest (GTAI) vermarktet den Wirtschafts- und Technologiestandort Deutschland im Ausland und informiert deutsche Unternehmen über Auslandsmärkte.

www.gtai.de

Die deutschen Auslandshandelskammern (AHK) fördern die außenwirtschaftlichen Beziehungen der deutschen Wirtschaft an 120 Standorten in 80 Ländern weltweit.

www.ahk.de



5. Kontakt/Partner

Zahlreiche Partner unterstützen die Exportinitiative Gesundheitswirtschaft:

Bundesministerien und Ämter

- Bundesministerium für Bildung und Forschung
- Bundesministerium für Gesundheit
- Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung
- Deutscher Industrie- und Handelskammertag e. V.
- Auswärtiges Amt
- Germany Trade & Invest GmbH (GTAI)

Verbände

- Vereinigung Deutscher Biotechnologie-Unternehmen
- Deutsche Industrievereinigung Biotechnologie e. V.
- Biotechnologie-Industrie-Organisation Deutschland e. V.
- Zentralverband Elektrotechnik- und Elektronikindustrie e. V.
- Spectaris e. V.
- Verband der Deutschen Dental-Industrie e. V.
- German Healthcare Export Group e. V.
- Netzwerk für eHealth Systeme und Telemedizin e. V.
- Deutsche Krankenhausgesellschaft e. V.
- Verband Beratender Ingenieure e. V.
- Bundesverband der Arzneimittel-Hersteller e. V.
- Bundesverband der Pharmazeutischen Industrie e. V.
- Verband Forschender Arzneimittelhersteller e. V.

Bundesländer

Im Entwicklungsprozess wurde die Exportinitiative Gesundheitswirtschaft mit Beteiligung der Länderministerien erarbeitet. Die Länder haben folgende Ansprechpartner für Exportfragen der Gesundheitswirtschaft.

- Baden-Württemberg:
 - Baden-Württemberg International (GmbH)
- Bayern:
 - Staatsministerium für Wirtschaft, Infrastruktur, Verkehr und Technologie
 - Bayern International
- Berlin und Brandenburg:
 - HealthCapital (TSB Innovationsagentur Berlin GmbH)
- Bremen:
 - WFB Wirtschaftsförderung Bremen GmbH
- Hamburg:
 - Behörde für Wirtschaft, Verkehr und Innovation
 - Norddeutsche Life Science Agentur GmbH
- Hessen:
 - Hessen Agentur GmbH
- Mecklenburg-Vorpommern:
 - Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus
- Niedersachsen:
 - Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr
- Nordrhein-Westfalen:
 - Ministerium für Wirtschaft, Energie, Bauen, Wohnen und Verkehr
- Rheinland-Pfalz:
 - Ministerium für Wirtschaft, Klimaschutz, Energie und Landesplanung
- Saarland:
 - Ministerium für Wirtschaft und Wissenschaft
- Sachsen:
 - Staatsministerium für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr

- Sachsen-Anhalt:
 - Ministerium für Wissenschaft und Wirtschaft

- Schleswig-Holstein:
 - Ministerium für Wissenschaft, Wirtschaft und Verkehr
 - Wirtschaftsförderung und Technologietransfer Schleswig-Holstein GmbH
 - MedComm – Regionalmanagement Gesundheit Südholstein

- Thüringen:
 - Landesentwicklungsgesellschaft Thüringen mbH

Kontaktieren Sie uns

Projektträger

Germany Trade and Invest GmbH
Exportinitiative Gesundheitswirtschaft
Friedrichstraße 60 , 10117 Berlin
Tel.: +49(0)30 200 099-0
E-Mail: info@exportinitiative-gesundheitswirtschaft.de
www.exportinitiative-gesundheitswirtschaft.de

Herausgeber

Bundesministerium für Wirtschaft
und Technologie (BMWi)
Referat Öffentlichkeitsarbeit
Scharnhorststraße 34–37
10115 Berlin
E-Mail: info@bmwi.bund.de
www.bmwi.de



Das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie ist mit dem audit berufundfamilie® für seine familienfreundliche Personalpolitik ausgezeichnet worden. Das Zertifikat wird von der berufundfamilie gGmbH, einer Initiative der Gemeinnützigen Hertie-Stiftung, verliehen.

Gestaltung und Produktion

PRpetuum GmbH, München

Bildnachweis

Max Tactic / fotolia.com (Titel),
Nicole Hill / www.fotosearch.de;
josemoraes / istockphoto (S. 5)
Messe Düsseldorf / constanze tillmann (S. 7, 8)
picsfive / fotolia (S. 10)

**Druck**

Silber Druck oHG, Niestetal

Stand

Juli 2011

Diese Druckschrift wird im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie herausgegeben. Sie wird kostenlos abgegeben und ist nicht zum Verkauf bestimmt. Sie darf weder von Parteien noch von Wahlwerbern oder Wahlhelfern während eines Wahlkampfes zum Zwecke der Wahlwerbung verwendet werden. Missbräuchlich ist insbesondere die Verteilung auf Wahlveranstaltungen, an Informationsständen der Parteien sowie das Einlegen, Aufdrucken und Aufkleben parteipolitischer Informationen oder Werbemittel. Untersagt ist gleichfalls die Weitergabe an Dritte zum Zwecke der Wahlwerbung. Unabhängig davon, wann, auf welchem Weg und in welcher Anzahl diese Schrift dem Empfänger zugegangen ist, darf sie auch ohne zeitlichen Bezug zu einer Wahl nicht in einer Weise verwendet werden, die als Parteinahme der Bundesregierung zugunsten einzelner politischer Gruppen verstanden werden könnte.