

Gross geworden in der Nische

Alles um die Augenheilkunde und vieles mehr umfasst das Produktportfolio der Medical Vision Group. In den 20 Jahren ihres Bestehens hat sich die Roggwiler Firmengruppe im Vertrieb medizinischer Produkte einen Namen gemacht.

SABRINA DÜNNENBERGER

ROGGWIL. Eine verschluckbare Kamera namens Pillcam ist eine der jüngsten Innovationen im Produktportfolio der Medical Vision Group. Wie ein U-Boot soll sie durch das Verdauungssystem gleiten und die Innenseite des Dünndarms filmen. Die Pillcam ermöglicht Einblicke in den Darmtrakt, die zuvor nur mit operativen Eingriffen möglich waren.

In der Medizin scheinen den Möglichkeiten heute keine Grenzen mehr gesetzt zu sein – und damit auch den Innovationen. Als Scharnier zwischen Herstellern und Ärzten ist die Thurgauer Medical Vision gefordert, am Puls zu bleiben. Studien wälzen, Kontakte pflegen und somit die Fühler nach neuen, innovativen Produkten auszustrecken ist dabei zentral. Die Roggwiler Firmengruppe mit vier Gesellschaften (siehe Kasten) ist Bestandteil eines Netzwerks mit nicht geringen Ansprüchen. «Erstklassige Fachkompetenz, wirtschaftlich interessante Lösungen und ausgewiesene Qualitätsstandards», nennt Firmengründer und Verwaltungsratspräsident Peter Graf die Maxime, an denen sich die Gruppe orientiert.

Verkauf, Beratung und Schulung

Innert der 20 Jahre des Firmenbestehens hat sich die Medical Vision Group ein ordentliches Netzwerk aufgebaut. 80 Mitarbeitende beschärfte das Unternehmen, das 1996 seinen Hauptsitz in Roggwil bezog. Im laufenden Jahr soll erstmals die Umsatzmarke von 30 Mio. Fr. geknackt werden.

Über die Hälfte des Umsatzes entfällt dabei auf die Mediconsult, die älteste Gesellschaft unter dem Holding-Dach. Die Mediconsult versteht sich als Dienstleistungs- und Augenoptik- und vertreibt unter anderem Operationsgeräte, Implantate und Laser. Sie bringt jedoch nicht nur die Produkte an die Augenärzte, Spitäler und Optiker. Vielmehr berät und schult das Unternehmen seine Kunden



Innovationen im Visier: Verwaltungsratspräsident Peter Graf (links) und Lasermed-Geschäftsführer Stefan Koller begutachten die Pillcam.

auch. Denn in der Medizin geht es nicht nur um viel Geld, sondern auch um Vertrauen. Der Arzt muss seinem Material genauso vertrauen können wie der Patient dem Arzt. Nicht erstaunlich, schreibt die Roggwiler Firma Vertrauen und Menschlichkeit auch intern gross. Peter Graf erwähnt hierbei auch das soziale Engagement des Unternehmens: 8% des Reingewinns wird für die Heilung vermeidbarer Armutblindheit, Katastrophenhilfe und Waisenhausprojekte in der Dritten Welt eingesetzt.

Innovationsmotor läuft

Als Firmengründer Peter Graf vor 20 Jahren den Schritt in die Selbständigkeit wagte, war nicht

absehbar, dass sein Unternehmen einest so breit abgestützt sein würde. Etwa 1000 Produkte von über 50 Herstellern umfasst das Portfolio des Unternehmens heute. Es habe damals schon Mut erfordert,

sagt er. Aber Graf hat Weitsicht bewiesen, denn die Augenchirurgie hat sich seither rasant weiterentwickelt. Krankheiten wie der Graue Star werden heute routinemässig operativ behandelt und

auch immer mehr Menschen lassen ihre Fehlsichtigkeit mit Lasern oder Implantaten korrigieren. Zudem wird der Innovationsmotor in der Medizin weiterhin auf Hochtouren laufen.

STICHWORT

Medical Vision Group

Die Medical Vision Group bildet das Dach der Firmengruppe mit 80 Mitarbeitenden. Die Gruppe vereint die vier Gesellschaften Mediconsult (Augenchirurgie), Lasermed (Diagnose und Therapie in Dermatologie und Innerer Medizin), Pharma Medica (Produkte aus der Natur und

körpereigenen Substanzen für Augentropfen, Nahrungsergänzung, Kosmetik) und MedX (Servicezentrum für Medizingeräte und technischen Spitalbedarf). Den Hauptsitz hat die Firmengruppe in Thurgauischen Roggwil. In Givisiez in Freiburg hat sie zudem eine Filiale. (du)

Weltkonzerne als Konkurrenz

Für die Zukunft liebäugelt das Unternehmen gar mit dem Schritt über die Landesgrenzen hinaus. Allerdings müsste dies wohlüberlegt geschehen, denn es wartet harte Konkurrenz durch Weltkonzerne. «Der Kostendruck ist riesig», sagt Graf. Kleine Unternehmen wie die Medical Vision Gruppe tun sich deshalb am besten daran, sich dort zu stärken, wo sie gross geworden sind – nämlich in der Nische.