



„Das HSG Entrepreneurial Talents-Programm der Jackstädt Stiftung stand uns als Sparring-Partner bei der Strategieentwicklung zur Seite. Wir konnten sehr gute Kontakte durch das Programm hinzugewinnen. Ich kann jedem nur empfehlen, die verfügbaren Startup Förderungen zu nutzen und sich besonders das Feedback zu Herzen zu nehmen.“ Tris-Denny Ley-Bannurah, Co-Founder medipebble

Tris, dein Team und du bauen das Instagram für Ärzte. Könntest du euer Projekt etwas genauer beschreiben?

Gerne. Wie du schon richtig beschreibst, entwickeln wir gerade eine Plattform für Ärzte zum Austausch interessanter, medizinischer Fälle. Unsere Plattform soll einerseits als Lern- und Fortbildungsplattform der eigenen medizinischen Kenntnisse dienen, andererseits auch als Erweiterung des eigenen professionellen Netzwerks agieren und um neue Kollegen kennen zu lernen, die Aktivitäten seiner Kollegen zu verfolgen und sich online mit ihnen austauschen zu können.

Demnach ist euer Startup von Anfang an international ausgerichtet?

Wir planen den Start der Plattform im deutschsprachigen und amerikanischen Raum. Wir konnten relativ früh im Projekt strategische Partner in Amerika akquirieren, die uns einen guten Einblick in den dortigen Markt gaben und uns bei der Umsetzung helfen. Der amerikanische Markt ist wesentlich grösser als der gesamte deutschsprachige Raum und auch einfacher in der rechtlichen Handhabung.

Was sind für euch die grössten Herausforderungen der Internationalisierung von Tag 1 an?

Die rechtliche und operative Abklärung: Wir beschäftigen uns dauernd mit Themen wie z.B. der

Anonymisierung von Bilddaten, Datensicherheit, Standort der Speicherung und vielem mehr. Deutschland und die Schweiz haben wesentlich schärfere Regelungen als Amerika.

Welche grossen Meilensteine nehmt ihr jetzt in Angriff?

Wir befinden uns gerade mitten in der Produktentwicklung. Der nächste Meilenstein ist das offizielle Go-Live Event im Sommer 2015.

medipebble

Bei Geschäftsmodellen, die auf einer Gemeinschaft basieren, ist die Kommerzialisierung häufig ein kritisches Thema. Wie ist hier eure Strategie?

Dieses Thema ist tatsächlich nicht ganz einfach. Es ist immer problematisch, Geld von einer Community zu verlangen, die zum Inhalt und Wert einer Plattform beitragen können. Wir planen derzeit die Umsetzung eines klassischen Freemium-Modells. Die Grundfunktionen der Plattform sind kostenlos nutzbar. Zusätzliche Features können dann durch ein monatliches Abo aufgeschaltet werden. Spätere Kommerzialisierung durch Werbung und weitere Partnerschaften sind geplant.