

**Außenhandel** – »Transatlantic Talk«, organisiert vom DAI Tübingen und der Technologieförderung Tübingen-Reutlingen

# Wichtige Beziehungen in die USA unter Druck

VON MICHAEL STURM

**TÜBINGEN.** Tübinger Unternehmen, die Spitzentechnologie liefern, pflegen ihre transatlantischen Beziehungen in die USA nicht nur, sie gründen dort oft weitere Standbeine ihrer Unternehmen. Das verdeutlichte der »Transatlantic Talk« vor 90 Zuhörern, darunter der grüne Landtagsabgeordnete Daniel Lede Abal, Lokalpolitiker verschiedener Parteien und Abgesandte der US-Botschaft in Frankfurt. Katharina Luther, Direktorin des Deutsch-Amerikanischen Instituts (DAI) Tübingen, moderierte.

Tübingens Wirtschaftsförderer Thorsten Flink betonte in seinem Grußwort, die transatlantischen Beziehungen stünden derzeit unter Druck, sie seien allerdings für die hiesigen Unternehmen bedeutend und wichtig. Sie seien »gelebte Realität«, sagte auch Gastgeber Dominik Maurer, Standortleiter des im Tübinger Technologiepark ansässigen Unternehmens Immatrics Biotechnologies, das aus dem Institut des Krebsforschers Hans-Georg Rammensee an der Tübinger Universität heraus gegründet worden war.

## Tochterunternehmen gegründet

Warum das so ist erklärte Marc Schurr, Vorstandsvorsitzender der Ovesco Endoscopy AG so: »Wir sind in der minimalinvasiven Industrie tätig. Unser Markt befindet sich zu gut 40 Prozent in den USA.« Um den engen Kontakt mit Kliniken und dort arbeitenden Ärztinnen und Ärzten auszubauen, gründete Ovesco dort ein Tochterunternehmen, das sich vor-



*Sie sprachen über transatlantische (Wirtschafts-)Beziehungen (stehend von links): Tübinger Wirtschaftsförderer Thorsten Flink und Dominik Maurer sowie (sitzend von links) Christine Decker (Technologieförderung Reutlingen-Tübingen), Sabrina Hellstern, Marc Schurr und Moderatorin Katharina Luther.*

FOTO: STURM

wiegend der Entwicklung von Prototypen verschreibt.

Unternehmen, die Forschung in der Medizin betreiben, hätten es, vor allem die Finanzierung ihrer Projekte betreffend, in den USA deutlich leichter als in Deutschland, betonte Sabrina Hellstern, Gründerin der Hellstern Medical GmbH: »Hätte ich mein Unternehmen zwei Jahre später gegründet, hätte ich die Zulassung in Europa nicht mehr bekommen.« Damit meinte sie ihr wichtigstes Produkt, den Robotic Surgeon Assist – ein Roboterarm, der Chirurgen bei Operationen entlastet. Dieses Produkt liefert sie auch an das

Nordatlantische Verteidigungsbündnis Nato und ist damit Teil dessen neuer Strategie in Sachen Militärmedizin.

Alle Teilnehmerinnen und Teilnehmer waren sich einig, dass die Finanzierung der Produktentwicklung in den USA wesentlich einfacher sei. In den USA, sagte Sabrina Hellstern, finde man schneller einen Zugang zum Markt. Ihre Vertriebsstrategie konzentrierte sich auf die USA, Indien und die arabischen Länder, dort sei mehr Kapital verfügbar. In Europa verzögere sich alles durch bürokratische Hürden, oft um mehrere Monate. Daraus, so Schurr, ergebe sich ein Stau an Produkten,

die auf den Markt gebracht werden könnten.

Klinische Studien seien hier auf dem Kontinent sehr teuer, sagte Maurer, dessen Firma auf Immuntherapien fokussiert ist, die gegen gut 50 verschiedene Krebserkrankungen eingesetzt werden. Für eine Studie müsse eine Firma rund vier Millionen Euro berappen, für eine Zulassung gar rund 100 Millionen Euro. Dennoch lasse Immatrics seine Medikamente bewusst in Deutschland zu, betonte Maurer: »Hier ist die Innovationskraft stark. In Tübingen haben wir hervorragend ausgebildete Mitarbeiter.«

## Persönliche Ebene unberührt

Die Medikamente der Firma werden wiederum in den USA getestet – am Menschen. Dafür nutzt Immatrics eine Partnerschaft mit dem größten Klinikverbund der USA im texanischen Houston: »Das ist ein riesiger medizinischer Komplex mit über 100.000 Mitarbeitern«, erklärte Maurer. Deswegen eröffnete die Firma genau dort eine Außenstelle.

Probleme bereite die amerikanische Zollpolitik. Und, so Schurr: »Der weiße Elefant im Raum, das sind die geopolitischen Spannungen.« Das berühre aber selten die persönliche Ebene und auf die komme es an, betonte Hellstern: »Unsere Partner in den USA wollen zwei Dinge: Gute geschäftliche Beziehungen und gut gemeinsam Essen!« Laut Schurr seien Amerikaner von energischem, selbstbewussten Auftreten beeindruckt und davon »to be a nice guy«, einfach ein netter Mensch zu sein. (GEA)