

Innovative Therapie- und Diagnoseansätze gekürt

BioRiver prämiert Gewinnerteams beim Start-up-Wettbewerb 2020

Die individualisierte Behandlung von Aorten-Aneurysmen, eine leicht und schnell zugängliche Diagnose für Hautveränderungen, und eine regenerative Zelltherapie für die fortgeschrittene koronare Herzerkrankung sind die Geschäftsfelder der drei Gewinnerteams des diesjährigen BioRiver-Boost!-Wettbewerbs für Life-Sciences- und Biotech-Gründer.

„BioRiver – Life Science im Rheinland“ ist der Branchenverband für die Biotechnologie und Life Sciences im Rheinland, um die Städte Düsseldorf, Köln, Bonn und Aachen. Seit 2014 veranstaltet der Verband, dessen Mitgliederbasis rund 100 Organisationen stellen, den Wettbewerb für Life-Sciences-Gründer. „Von Beginn an war es unser wichtigstes Ziel, junge Unternehmer so früh wie möglich in Kontakt mit ihren späteren Zielmärkten zu bringen“, so BioRiver-Geschäftsführerin Frauke Hangen.

Die besten Geschäftsmodelle

PerAGraft, ein Unternehmen aus Aachen, das sich auf patientenindividualisierte Implantate für die Behandlung komplexer kardiovaskulärer Krankheiten fokussiert, wurde mit dem 1. Platz als bestes Start-up 2020 ausgezeichnet. Die zweiten und dritten Plätze belegten Dermanostic aus Düsseldorf und CASC8 aus Belgien. Die Expertenjury bewertete nach kurzen Präsentationen und jeweils anschließender Fachdiskussion das beste Geschäftsmodell. Als Preis erhalten die drei Siegerteams einen auf das jeweilige Unternehmen zugeschnittenen Workshop zur Unternehmensentwicklung sowie Marketingunterstützung und den Zugang in das BioRiver-Netzwerk.

Hangen erläutert: „Konzernvertreter und Investoren auf der anderen Seite des Tisches lernen durch

den BioRiver Boost! die Menschen und Ideen hinter den Neugründungen kennen und bekommen außerdem die Möglichkeit, die Entwicklung des Start-ups mit fachlicher Beratung zu begleiten.“

Eine Besonderheit des BioRiver Boost! ist die Expertenjury aus unterschiedlichen Bereichen mit Vertretern führender Organisationen aus dem Rheinland und Nordrhein-Westfalen. In diesem Jahr gehörten mit Bayer, Eppendorf, Lonza, Miltenyi Biotec, Qiagen und UCB Pharma weltweit agierende Biotech- und Pharmafirmen, ein Inkubator wissenschaftlicher Ideen, Lead Discovery Center Dortmund, sowie Frühphaseninvestoren wie High-Tech-Gründerfonds, und die NRW-Bank der BioRiver-Boost!-Jury an. In einem zweistufigen Prozess wählte die Jury zunächst aus allen Bewerbungen die acht Finalisten aus, um dann direkt vor Ort die besten drei Start-ups zu küren.

1. Platz: PerAGraft

Innovativ – umsetzbar – ein klarer medizinischer Bedarf und ein überzeugendes Team: Der 1. Platz ging nach Aachen an PerAGraft mit der Geschäftsführerin Valentine Gesché. Das junge Unternehmen zielt darauf ab, patientenindividualisierte Implantate für die Behandlung komplexer kardiovaskulärer Krankheiten, wie Aneurysmen in der Aorta,



Die ersten drei Plätze (von links) des Start-up-Wettbewerbs BioRiver Boost!: Frauke Hangen (stellvertretend für CASC8), Kathrin Kurtenbach und Valentine Gesché für PerAGraft und Alice Martin und Ole Martin für Dermanostic

zu realisieren. Der Clou der Technologie ist eine durchgängig digitale Prozesskette auf Basis von Computertomografie-Aufnahmen der Patienten. So kann die Herstellung eines individualisierten Implantats – vom Dateneingang über den Entwurf bis zur computergesteuerten Produktion – weitgehend automatisiert und damit erheblich beschleunigt werden. Über den 1. Preis freute sich die Geschäftsführerin sehr: „Wir haben uns bei BioRiver Boost! mit der Erwartung beworben, von den zahlreichen, sehr erfahrenen und erfolgreichen Unternehmern in diesem Netzwerk viel lernen zu können. Der Austausch wird es uns ermöglichen, für die weitere Entwicklung unseres

jungen Unternehmens entscheidenden Input zu erhalten.“

2. Platz: Dermanostic

Laufendes Geschäft mit interessanten Wachstumschancen – klarer Patientennutzen – deckt einen großen Bedarf: Mit dem 2. Platz wurde das E-Health-Unternehmen Dermanostic – „Hautarzt per App“ ausgezeichnet. Das Team um die Arzt-Ehepaare Martin und Lang aus Düsseldorf bietet Patienten mittels einer App bei Hautveränderungen innerhalb von 24 Stunden eine Diagnose plus Therapieempfehlung von Hautärzten. Bei ihrer Bewerbung im BioRiver Boost! zielten die vier

Gründer auf einen weiteren Zugang zu Kunden und Patienten und diskutierten die Möglichkeit, dass Firmen die Leistungen der Dermanostic für ihre Mitarbeiter zur Verfügung stellen könnten, um so Ausfallzeiten wegen nötiger Arztbesuche zu vermeiden. „Der BioRiver Boost! 2020 war für uns eine wirklich hilfreiche und inspirierende Veranstaltung“, so das Fazit von Alice Martin.

3. Platz: CASC8

Paradigmenwechsel in der Therapie – großer medizinischer Bedarf: Der 3. Preis wurde an CASC8 aus Belgien verliehen. Das Unternehmen, dessen Namen an die Bezeichnung

eines nicht-kodierenden RNA-Gens angelehnt ist, entwickelt eine innovative Stammzelltherapie, die für die Behandlung fortgeschrittener koronarer Herzerkrankungen eingesetzt werden soll. Marc Hendriks und Geert Alders als Geschäftsführer freuten sich sehr über den Preis und bedankten sich bei der Jury. Boris Stoffel, CEO der Miltenyi Biotec, einer der führenden Anbieter von Lösungen für zelluläre Forschung und Zelltherapie und Gastgeber des BioRiver Boost! 2020 war über diese Wahl besonders erfreut, hat sich doch ein Kernthema seines Unternehmens als preiswürdig erwiesen. „Wir alle hoffen, dass diese innovative Technologie den Patienten in naher Zukunft zur Verfügung steht.“, so Stoffel.

2020 stand auch die Durchführung des BioRiver Boost! unter dem Eindruck der Covid-19-Pandemie. BioRiver reagierte und führte das Finale in einem hybriden Setting durch. „Diese spezielle Umsetzung ermöglichte allen Interessenten die Teilnahme. Für 2021 würden wir uns aber die Rückkehr zum früheren Präsenz-Format wünschen“, so Hangen.

Für den Wettbewerb können sich sehr junge Start-ups bewerben, die ein Produkt oder eine Dienstleistung für die Biotechnologie- und Life-Sciences-Branche entwickeln. Die Bewertung der Bewerbung zur Auswahl der Finalisten erfolgt nach festen Kriterien wie bspw. Kundennutzen, Innovationsgrad der Technologie, Bedeutung und Größe des Zielmarkts sowie die Erfahrung des Teams und die Qualität des Entwicklungs- und Finanzplans. (bm)