

Businessplan

**Resaphene Deutschland GmbH
Max-Stromeyer-Straße 116, 78467 Konstanz**

01.01.2020

Inhaltsverzeichnis

MANAGEMENT SUMMARY	3
1. UNTERNEHMUNG	4
1.1. Allgemeine Informationen	4
1.2. Geschichtlicher Hintergrund	4
1.3. Situation heute	4
2. PRODUKTE, DIENSTLEISTUNG.....	5
2.1. Bedürfnis	5
2.2. Produkte und Dienstleistungen	5
2.3. Forschung und Entwicklung / Technologie	5
2.4. Patente, Markenschutz	5
3. MARKT	6
3.1. Abnehmer / Zielkunden	6
3.2. Marktübersicht	6
3.3. Eigene Marktposition	6
3.4. Marktbeurteilung	6
4. KONKURRENZ.....	7
4.1. Direkte und indirekte Konkurrenten	7
4.2. Konkurrenzprodukte	7
4.3. Wettbewerbsvorteile / USP	7
5. UNTERNEHMENS- UND MARKETINGSTRATEGIE	8
5.1. Geografischer Markt	8
5.2. Wachstumsziele	8
5.3. Markteinführungsstrategie / Marketingkonzept.....	8
5.4. Preispolitik.....	8
5.5. Verkauf / Vertrieb	8
5.6. Vertriebs- und- Kooperationspartner	8
5.7. Distribution	8
5.8. Werbung	8
6. MANAGEMENT / BERATER.....	9
6.1. Unternehmerteam	9
6.2. Lebensläufe / Arbeitszeugnisse	9
6.3. Personalplanung	9
6.4. Verwaltungsrat	9
6.5. Wissenschaftlicher Beirat	9
7. RISIKOANALYSE.....	10
7.1. Interne und externe Risiken	10
7.2. Absicherungsstrategie	10
8. FINANZEN	11
8.1. Finanzplanung Base Case.....	11
8.2. Investitionsplanung Base Case	11
8.3. Finanzierungsbedarf und –runden.....	11
8.4. Exit Strategie.....	11
9. UMSETZUNGSPLAN	12

Management Summary

Die Resaphene führte im 2. Quartal 2016 ein Medizinprodukt unter dem Namen tinniwell in den Markt ein, dass man als Tinnitus-Patient unabhängig vom Arzt- oder Krankenhausbesuch nutzen kann, um Tinnitus-Geräusche zu lindern und in der Folge dessen neue Lebensqualität zu gewinnen. Da es bisher keine Therapie mit Wirknachweis gibt, hat das tinniwell hier ein Alleinstellungsmerkmal. In einer repräsentativen Studie mit Herrn Dr. Ebbers ist eine Linderung von 54% bei den Patienten binnen 4 Wochen festgestellt worden.

Der Tinnitus tritt bei ca. 10-20% der Gesamtbevölkerung als dauerhaftes Ohrengeräusch in Form von Pfeifen, Brummen, Klopfen und anderen Formen auf. Dieses Geräusch beeinträchtigt das Leben der Betroffenen so negativ, dass einige den Suizid als letzten Ausweg für sich wählen. Nach neuesten Erkenntnissen hat dieses eine neuronale Ursache - ähnlich Phantomschmerzen. Die Versuche des Gehirns die Hörstörungen zu kompensieren, führt zu einer übermäßigen Aktivität der zentralen Hörbahn. Der Ton entsteht also nicht im Ohr, sondern im Gehirn.

Die Universität Münster hat erstmals in einer Studie

https://campus.uni-muenster.de/fileadmin/einrichtung/tinnitusstudie/Okamoto_et_al_2009_PNAS.pdf

nachgewiesen, dass bei Patienten mit Hilfe von frequenzgefilterter Musik eine Linderung ihrer Beschwerden erreicht wird. Dabei wird die individuelle Frequenz des Tinnitus-Tons des Patienten festgestellt. Danach hört der Patient Musik, in der diese Frequenz ausgefiltert worden ist. Ziel ist es, dass das Gehirn so maskiert wird, dass der Tinnitus-Ton zukünftig nicht mehr wahrgenommen wird. Als Therapiezeit werden 2-3 Monate bei täglich einer Stunde Behandlung angesetzt, um mindestens eine deutlich spürbare Linderung der Beschwerden zu erreichen.

1. Unternehmung

1.1. Allgemeine Informationen

Die Resaphene Deutschland GmbH wurde am 13.05.2015 in das Handelsregister eingetragen mit einem voll eingezahlten Kapital von 25.000 Euro.

1.2. Geschichtlicher Hintergrund

Der Erfinder Volker Merz wandte sich im Januar 2015 an die Eheleute Rauterkus mit der Anfrage bezüglich einer Finanzierung einer Neuentwicklung im Bereich der Therapieung des Tinnitus. Es wurde eine Vereinbarung geschlossen, dass Volker Merz die Patente an die Resaphene Suisse AG überträgt und im Gegenzug 25% der Aktien erhält. Dafür wurden ihm die erforderlichen finanziellen Mittel für Forschung und Entwicklung sowie die Produktion der Seriengeräte zur Verfügung gestellt.

1.3. Situation heute

100% der Anteile der Resaphene Deutschland GmbH hält die Resaphene Suisse AG, Schweiz

2. Produkte, Dienstleistung

2.1. Bedürfnis

Patienten mit einem Tinnitus sind in ihrer Lebensqualität erheblich eingeschränkt, da sie durch die permanenten Ohrgeräusche in ihrem täglichen Leben keine Ruhe mehr finden können. Häufigste Einschränkung ist, dass Patienten nicht mehr oder nur sehr schwer einschlafen können, da in ruhigen Räumen die gefühlte Lautstärke des Tinnitus-Tons erheblich höher ist. Durch diesen quälenden Schlafmangel leiden die Patienten bis hin zum Suizid.

2.2. Produkte und Dienstleistungen

Einziges Produkt der Resaphene ist das Tinnitus-Therapiegerät tinniwell.

2.3. Forschung und Entwicklung / Technologie

Die gesamte Forschung und Entwicklung zu dem Tinnitus-Therapiegerät tinniwell ist im Hause Merz Electronic Systems GmbH, Am Krebsgraben 15, D-78048 Villingen-Schwenningen erfolgt. Die Technologie selber fußt auf einer Studie der Universität Münster, die die Wirksamkeit der Therapie in einer Evaluationsstudie nachgewiesen hat:

http://campus.uni-muenster.de/fileadmin/einrichtung/tinnitusstudie/Okamoto_et_al_2009_PNAS.pdf

2.4. Patente, Markenschutz

Das Patent für die Schweiz und EU ist beim Deutschen Patent- und Markenamt am 03.04.2019 unter Nummer EP3062530B1 eingetragen worden. In den USA ist das Patent am 24.09.2019 vom United States Patent And Trademark Office unter Nummer US10420911B2 eingetragen worden.

Die Eintragung der Wortmarke tinniwell erfolgte im Mai 2017.

3. Markt

3.1. Abnehmer / Zielkunden

Potentielle Abnehmer des tinniwell sind generell alle Patienten die einen Tinnitus haben.

3.2. Marktübersicht

Derzeit gibt es am Markt verschiedene Ansätze für Therapien (Infusionen, Magnettherapien usw.) die alle keinen Wirknachweis haben.

Alleine in Deutschland gibt es 11 Mio. Betroffene (13,75% der Gesamtbevölkerung) laut Schätzung der Berliner Charité. Das Krankheitsbild ist in allen Developed und Emerging Markets gleichmäßig verteilt.

3.3. Eigene Marktposition

Zum heutigen Zeitpunkt gibt es kein vergleichbares Produkt am Markt, da mit dem tinniwell die individuelle Frequenz des Tinnitus-Tons gemessen und in Kombination mit den Wärme-In-Ear-Kopfhörern der Tinnitus therapiert werden kann.

3.4. Marktbeurteilung

Der Markt für die Therapie des Tinnitus ist aufgrund der fehlenden Therapiemöglichkeiten derzeit faktisch nicht erschlossen.

4. Konkurrenz

4.1. Direkte und indirekte Konkurrenten

Es gibt keinen direkten Wettbewerber, der ein Gerät zur korrekten Frequenzerkennung incl. Musiktherapie und Behandlung mit den Wärme-In-Ear-Kopfhörern liefert. Indirekte Wettbewerber wie Sonormed und ProMedical haben aufgrund eines falschen therapeutischen Ansatzes keine Therapieerfolge und folglich keine Bedeutung für die Resaphene.

4.2. Konkurrenzprodukte

Tinnitracks von Sonormed und Tinnitus Pro von ProMedical Audio sind rein App-basierte Anwendungen. Die Produkte haben kaum Marktdurchdringung, da sie aufgrund der fehlenden korrekten Frequenzerkennung keine Therapieerfolge liefern. Tinnitracks wird seit 2017 zudem von Ärzten als billiges Placebo eingestuft:

<https://tinnitusheilen.de/tinnitus-app-tinnitracks-in-der-kritik/>

4.3. Wettbewerbsvorteile / USP

Da es bisher keine Therapie mit Wirknachweis gibt, hat das tinniwell hier ein Alleinstellungsmerkmal. In einer repräsentativen Studie mit Herrn Dr. Ebberts ist eine Linderung von 54% bei den Patienten binnen 4 Wochen festgestellt worden.

Gemein haben die Wettbewerber, dass sie die Therapie als App dem Markt offerieren. Problem ist, dass sie aber nicht die korrekte Frequenz des Tinnitus-Tons mit der App messen können. Die Messung erfolgt dort über den heimischen PC des Patienten. Darauf weisen die Wettbewerber aber auch hin, dass sie über die Website nur indikativ die Frequenz messen können. Der Besuch des HNO-Arztes ist also weiterhin nötig. Da die Frequenz des Tinnitus-Tons aber täglich wechseln kann, wird kein Patient täglich den HNO-Arzt zur Bestimmung der Frequenz konsultieren.

Mit tinniwell kann der Patient vor jeder Therapie die korrekte Frequenz messen und so optimale Ergebnisse erzielen. Zusätzlich verschaffen ihm die mitgelieferten beheizbaren In-Ear-Kopfhörer einen zusätzlichen Entspannungseffekt, da mit diesen die Durchblutung des Ohrs angeregt wird. Auch die Kopfhörer fehlen bei den Wettbewerbern. Zusammenfassend kann gesagt werden, dass sich ohne die korrekte Ermittlung der Frequenz – wie bei den Wettbewerbern - keine Therapieerfolge einstellen können.

5. Unternehmens- und Marketingstrategie

5.1. Geografischer Markt

Es sollen binnen 5 Jahren Europa als Markt erschlossen werden.

5.2. Wachstumsziele

Binnen 5 Jahren sollen 10% der Tinnitus-Patienten in den Zielmärkten als Kunden gewonnen werden.

5.3. Markteinführungsstrategie / Marketingkonzept

Das Gerät tinniwell wird direkt durch Resaphene an Endkunden vertrieben.

5.4. Preispolitik

Das Einzelgerät wird derzeit für 2.479 Euro an Endkunden verkauft. Der Preis orientiert sich an einem mittelmäßigen Hörgerät.

5.5. Verkauf / Vertrieb

Herr Thomas Rauterkus verantwortet auf Seiten der Resaphene den Vertrieb.

Ab 01.04.2020 startet eine Studie mit der Charité in Berlin welche führend in der Tinnitus-Forschung in Europa ist. Ende 2020 werden die Ergebnisse erwartet. Es wird aufgrund desselben Studiendesigns eine Bestätigung der Ergebnisse der ersten klinischen Anwenderbeobachtung erwartet. Diese werden nach Veröffentlichung zu einer Vervielfachung des Absatzes führen, da die meisten HNO-Ärzte den Empfehlungen der Charité folgen.

5.6. Vertriebs- und- Kooperationspartner

Derzeit ausschließlich Direktvertrieb.

5.7. Distribution

Die Distribution erfolgt über die Resaphene Deutschland GmbH für die EU.

5.8. Werbung

Der Direktvertrieb erfolgt über Google Adwords.

6. Management / Berater

6.1. Unternehmerteam

Anke Rauterkus (CEO), Thomas Rauterkus (CSO)

6.2. Lebensläufe / Arbeitszeugnisse

Anke Rauterkus (CEO) ist seit 2006 Vorsitzende des Investitionskomitees der Rootblocker Stiftung mit Sitz in Vaduz/Fürstentum Liechtenstein, seit 2015 Präsidentin des Verwaltungsrates der Resaphene Suisse AG mit Sitz in Roggwill TG.

Thomas Rauterkus (CSO) ist seit 2010 als First-Stage-Investor aktiv, davor tätig von 2003 – 2005 in der Projektleitung des E.ON-Konzerns für die Implementierung des Sarbanes-Oxley-Act und danach bis 2010 IT-Restrukturierung für eine Unternehmensberatung in Luxemburg.

6.3. Personalplanung

In 2020 sollen noch 2-4 Vertriebsmitarbeiter für den Standort Konstanz eingestellt werden.

6.4. Geschäftsführung

Anke Rauterkus

6.5. Wissenschaftlicher Beirat

keiner

7. Risikoanalyse

7.1. Interne und externe Risiken

Internes Risiko ist, dass maßgebliches Führungspersonal die Resaphene verlässt.

Externes Risiko ist die Möglichkeit der Heilung des Tinnitus durch eine Therapie eines Wettbewerbers.

7.2. Absicherungsstrategie

Da die beteiligten Führungspersonen über erhebliche Aktienpakete an der Muttergesellschaft verfügen, ist nicht davon auszugehen, dass Führungspersonen das Unternehmen verlassen.

Nach heutigem wissenschaftlichem Stand ist das Risiko der Heilung des Tinnitus durch die Therapie eines Wettbewerbers derzeit auszuschließen.

8. Finanzen

8.1. Finanzplanung Base Case

Bei dem Base Case wird unterstellt, dass es der Resaphene gelingt mindestens 20 Leads am Tag über Google Adwords zu generieren.

8.2. Investitionsplanung Base Case

Es ist derzeit die 3. Serie des tinniwell geplant. Die Kosten werden mit 1.000.000 Euro geschätzt.

8.3. Finanzierungsbedarf und –runden

Um den Vertrieb zu pushen werden 800.000 Euro benötigt. Sollte es nicht gelingen dieses Geld einzuwerben, wird die Resaphene langsamer wachsen. Alle sonstigen Kosten können aus dem Cash-Flow bedient werden.

8.4. Exit Strategie

Derzeit ist kein Exit geplant.

9. Umsetzungsplan

Die Entwicklung des tinniwell ist abgeschlossen und daher beschränkt sich der Umsetzungsplan auf reine Vertriebsziele.