

BodyTel besteedt complete supply chain management uit

Ondernemerschap als kerncompetentie

Het Duitse bedrijf BodyTel werkte samen met RR Donnelley in Apeldoorn bij de introductie van een futuristische glucosemeter voor diabetespatiënten. RR Donnelley hielp met de ontwikkeling van een nieuwe supply chain voor de zogeheten GlucoTel en gaat het volledige supply chain management uitvoeren.

Door Marieke Jansen



Het International Diabetes Federation (IDF) schatte het aantal diabetespatiënten in 2007 op 246 miljoen. Naar schatting heeft 4 procent van de Europese bevolking diabetes en dat percentage stijgt. Het aantal Europese diabetespatiënten is in de periode van 2003 tot 2006 gestegen met bijna 20 procent tot 31 miljoen mensen, zo blijkt uit recent onderzoek.

Zware diabetespatiënten meten gemiddeld wel zeven keer per dag hun bloedsuikerwaarde en moeten dit noteren in een boekje waarmee verzorgenden de patiënt volgen. Het Duitse bedrijf BodyTel introduceert nu een nieuwe futuristische glucosemeter. De zogenoemde GlucoTel onderscheidt zich van andere meetapparaten doordat de gemeten waarden direct via bluetooth naar de mobiele telefoon van de gebruiker worden verzonden. Er is geen pc-koppeling nodig om het apparaat uit te lezen. De registratie gebeurt bij de GlucoTel automatisch: via mobiel internet worden de waarden

naar een website gestuurd, waarop er een melding terugkomt dat de waarde is ontvangen.

Stefan Schraps, managing director van BodyTel, vertelt hoe het idee van de GlucoTel tot een concreet medisch apparaat werd ontwikkeld, dat straks in honderduizenden aantallen over de hele wereld gedistribueerd zal worden. 'Gaandeweg kwamen we er pas achter hoe sexy dit product is.' Vooral voor ouders met jonge schoolgaande kinderen is de GlucoTel een uitkomst.

Het idee

Stefan Schraps was de zakenpartner van Tan Siekmann in het bedrijf Safecom, gespecialiseerd in IT-beveiliging voor mobiele telefoons. Siekmann kwam met het idee voor de GlucoTel. Schraps geloofde eerst helemaal niet in een nieuw apparaat voor de medische sector: 'Siekmann is een ware ondernemer. Ik ben meer de conservatieve partner die altijd zegt dat we niet te veel ideeën

tegelijk moeten uitvoeren en focus moeten houden', begint Schraps zijn verhaal. 'Dus ik wilde er eerst helemaal niet aan. Ik vond dat we ons moesten focussen op ons bedrijf Safecom, maar na de feedback die we op de technologiebeurs Cebit ontvingen, was ik overtuigd.'

Safecom zou in 2006 exposeren op Cebit in Hannover, een van de belangrijkste technologievakbeurzen ter wereld. 'We hadden alles in kannen en kruiken en vlak voor de beurs, echt een week van tevoren, bedacht hij ineens dat we een idee voor een nieuwe glucosemeter moesten presenteren', zo staat het marketing director Michaela Klinger nog levendig voor de geest. 'Hij wilde ons complete concept omgooien, terwijl de rest zich afvroeg of we nou echt een medisch apparaat moesten tonen waarvan we niet eens een prototype hadden. We hadden slechts een grijze doos die maar op één telefoon werkte.' Toch wilde Siekmann er per se mee door. 'Als hij eenmaal iets in zijn hoofd heeft, dan moet het ook gebeu-



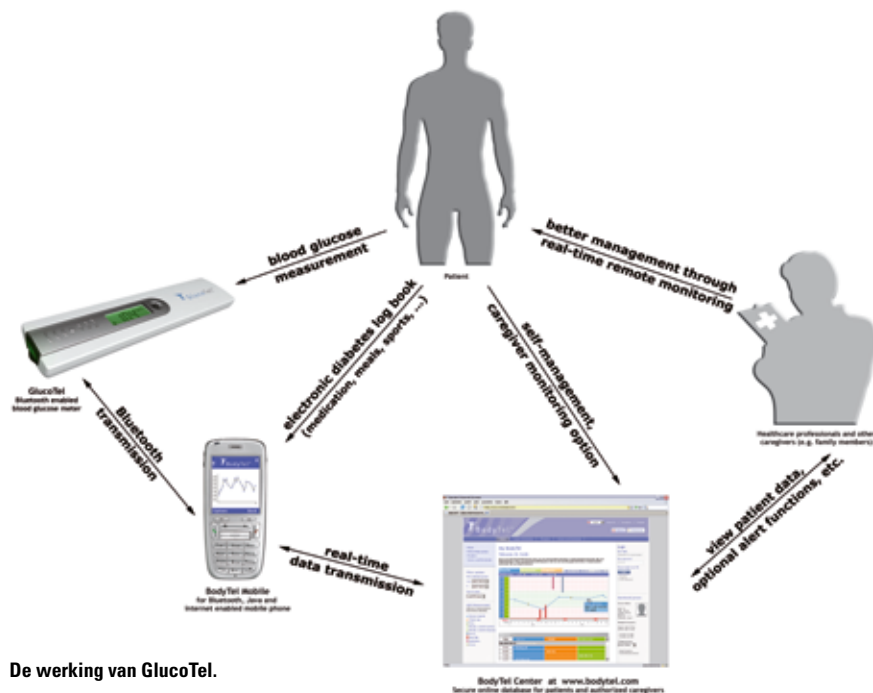
ren.' En zo werd op het kleine standje van Safecom een hoekje gemaakt voor een verpleegster en de glucosemeter.

De respons bleek overweldigend: vijftig procent van alle leads voortvloeiend uit de beurs waren toegespitst op de GlucoTel. Vooral veel telecomproviders toonden interesse. Op dat moment was Schraps ook overtuigd en ging hij op zoek naar kapitaal, zes miljoen dollar welteverstaan. In zes maanden tijd vond hij de juiste investeerders. 'Je hebt mensen nodig die een idee willen funden. We hadden immers nog geen product. De investeerders moeten daarom ook entrepreneurs zijn, want je krijgt geheid te maken met tegenslagen en dan moet je wel het lef hebben om door te gaan.'

Volgens Schraps zijn er nu eenmaal dingen die niet realistisch blijken vanwege een onbekende factor. 'Ik weet niet hoeveel doodlopende paden we wel niet hebben bewandeld', zegt Schraps. Hij zegt dat de film Apollo 13 een scène bevat met een treffende analogie voor BodyTel. Hij

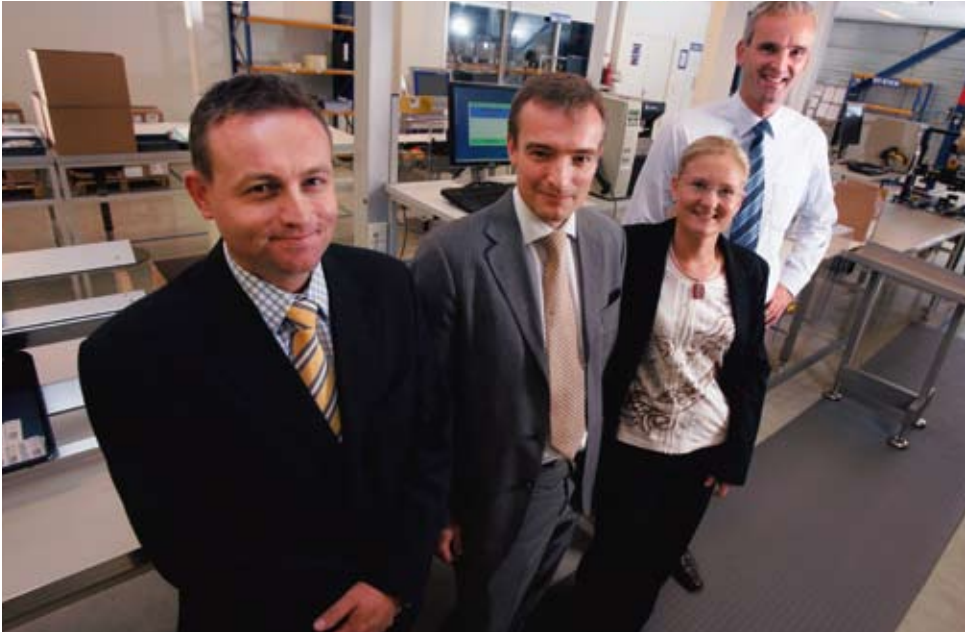
doelt op de scène waarin een van de drie bemanningsleden op het moment dat ze terug proberen te komen in de atmosfeer

zegt: 'We gaan dood; de hoek is te steil.' Waarop astronaut Jim Lovell, gespeeld door Tom Hanks, antwoordt: 'Luister, >



De werking van GlucoTel.

► 'Zodra mensen naalden en strips bijbestellen, kunnen we de data van eindgebruikers gebruiken voor de forecast'



V.l.n.r.: Frank Weegink, Stefan Schraps, Michaela Klinger en Dolf Grasdijk.

dit is probleem nummer zoveel op ons lijstje. We gaan gewoon door.'

Ook wist BodyTel op dat punt nog niet hoe ze het product zouden gaan distribueren. 'Het logistieke plaatje was nog niet duidelijk. Wel was zeker dat we het uit zouden besteden', zegt Schraps. 'Software over de wereld sturen is gemakkelijk. Strips en naalden over de wereld sturen is een heel andere tak van sport.' Op de vakbeurs Medica in Düsseldorf kwam BodyTel in contact met RR Donnelley Global Turnkey Solutions, een bedrijf dat zichzelf niet zozeer als een logistiek dienstverlener beschouwt maar meer als een supply chain solutions-partner.

De services van RR Donnelley, voorheen Banta Global Turnkey, variëren van product- en procesconfiguratie, sourcing en materials management tot *customized kitting*. Het heeft vooral klanten in de elektronica. Frank Weegink, verantwoordelijk voor Materials Management en Customer Services op de site in Apeldoorn: 'We werken volgens het zogenoemde postponement-model: we stellen de configuratie uit en maken het zo laat mogelijk klantspecifiek. We beschouwen de C-klasse producten van onze klanten, zoals verpakkingen, handleidingen, cd's,

kabels en labels, als onze A-klasse producten.'

In de markten waar RR Donnelley zich begeeft, zijn de complexiteit en het tempo van veranderingen erg hoog. 'Daar ligt onze kracht en op dat punt verschillen onze value added-activiteiten van een 3PL of een traditionele logistiek dienstverlener', zegt Weegink. Een andere belangrijke reden van BodyTel om voor RR Donnelley te kiezen was de ISO 13485-certificering, een certificering voor het ontwerp en de productie van medische apparaten.

Implementatie

Dolf Grasdijk, verantwoordelijk voor bestaande klantcontracten en implementatie van nieuwe klanten bij RR Donnelley, dacht samen met BodyTel het concept uit. RR Donnelley zocht leveranciers voor verpakking en overige componenten, en configureerde voor eigen rekening een compleet nieuwe assemblagelijn. In totaal was het een veertien maanden durende implementatie waarbij RR Donnelley veel dummy's van leveranciers voorbij zag komen, het assemblageproces ontwierp en implementeerde en de lijn in drie maanden opbouwde.

Op basis van een forecast die RR Donnelley van BodyTel ontvangt, manageet RR Donnelley alle materialen die aan de 'core unit' toegevoegd worden, inclusief de zogenoemde 'consumables' die de patiënt nodig heeft. 'De vraag naar naalden en strips kan worden afgeleid van het aantal verkochte starter-kits. Zodra de mensen beginnen met bijbestellen van naalden en strips, kunnen we de data van eindgebruikers gebruiken voor de forecast', zegt Schraps van BodyTel.

Daarna worden de kits op order samengesteld en dagelijks verzonden. Belangrijk is de identificatie en traceerbaarheid van de apparaten. 'We moeten immers precies weten welke meter naar welke patiënt gaat', aldus Grasdijk. 'Dit is ook waar onze toegevoegde waarde ligt ten opzichte van een logistiek dienstverlener', voegt Weegink eraan toe. 'We kunnen omgaan met de complexiteit van het samenvoegen van een medisch product.'

Groeimarkt

Wereldwijd is een sterke stijging van het aantal mensen met diabetes te zien, deels te wijten aan het grotere aantal ouderen onder de bevolking. Vermoedelijk zal in 2025 zes procent van de wereldbevolking aan diabetes lijden. BodyTel realiseerde zich in het begin nog niet hoeveel potentie GlucoTel eigenlijk heeft, maar kwam daar gaandeweg achter. Een gewaarschuwd mens telt voor twee, dus de betrokken partijen moeten goed kunnen anticiperen op de toekomst. De tijd is aangebroken om vooruit te lopen op de zaken en verschillende scenario's en uitrolplannen klaar te hebben liggen.

Komend jaar denkt BodyTel vooral starter-kits te gaan verzenden. In eerste instantie naar Nederland, Duitsland en het Midden-Oosten. Daarna wil BodyTel uitbreiden naar andere landen en verwacht per land vier tot zes weken voorbereiding te moeten treffen, bijvoorbeeld voor het vertalen van de handleidingen en het lanceren van een website. Schraps ziet de grootste afzetmarkt in de Verenigde Staten. Hij verwacht in maart 2009 goedkeuring van de Amerikaanse FDA (Food and Drug Administration). <<