

Vom Nischenprodukt zum Megatrend

► **SPECIALTY PHARMA** Kleinere Pharmaunternehmen verzeichnen dank der rasant steigenden Nachfrage nach personalisierter Medizin hohes Wachstum und werden zur attraktiven Alternative zu Big Pharma

Wegen ihres defensiven Charakters sind internationale Pharmawerte bei Investoren sehr beliebt. Allerdings verlangsamt sich bei einigen Konzernen das Wachstum – das hat Auswirkungen auf das Gesamtbild der Branche. Laut einer Studie von Ernst & Young stieg der Umsatz der 21 größten Pharmakonzerne im Jahr 2016 währungsbereinigt um magere 3,1 Prozent. 2015 waren es noch 4,6 Prozent. Big Pharma gelingt es laut Expertenangaben nicht, genügend neue Wirkstoffe auf den Markt zu bringen, die für Wachstumsschübe sorgen könnten.

Eine attraktive Alternative zu Big-Pharma-Konzernen stellen kleine Specialty-Pharma-Unternehmen dar, die aufgrund ihrer Spezialisierung und geringeren Größe oftmals deutlich bessere Wachstumschancen und höheres Kurspotenzial bieten. Specialty-Pharma-Arzneimittel sind unter anderem personalisierte Medikamente, die unter der Berücksichtigung wichtiger Parameter wie Blutwerte, Körperoberfläche und -gewicht zubereitet werden und vor allem bei der Behandlung chronisch und genetisch bedingter Krankheiten wie Krebs oder Rheuma und bei neurologischen Erkrankungen vermehrt individuell zum Einsatz kommen. Die aufwendige Forschung und Entwicklung hat zur Folge, dass die Preise höher sind als bei gewöhnlichen Arzneimitteln. Allerdings ist mit der Individualisierung auch eine höhere und vor allem gezieltere Wirksamkeit verbunden. Neben den Wirkstoffentwicklern gibt es Unternehmen, die die zeitkritischen personalisierten Infusionen aus Originalpräparaten zubereiten und somit die Patienten individuell vor Ort versorgen. Diese Spezialisierung gewährleistet die optimale Behandlung der Patienten und wird in der Zukunft der Gesundheitsversorgung immer bedeutender werden, weil gezielt eingesetzte Therapien eine ungehemmte Kostenexplosion verhindern können.

Specialty-Pharma-Unternehmen profitieren von der rasant steigenden Nachfrage nach personalisierter Medizin, die benötigt wird, um die zunehmende Verbreitung chronisch und genetisch bedingter Krankheiten einzudämmen. In Europa erwarten die Marktforscher von IMS Health in den Jahren 2015 bis 2020 ein jährliches Umsatzwachstum mit Specialty-Pharma-Arzneimitteln von zehn Prozent. Und auch in den USA entwickelt sich diese Medizin vom Nischenprodukt zum Megatrend. Nach Angaben des Drug Channels Institute (DCI) wird sich der Umsatz bis 2020 im Vergleich zu 2015 mehr als verdoppeln – von 98 auf

212 Milliarden Dollar. Der Anteil von Specialty-Pharma-Arzneimitteln am Gesamtumsatz mit Arzneimitteln dürfte sich dadurch von 27 auf 44 Prozent erhöhen. Als Gründe nennt das DCI das „Ende der Generikawelle“, neue Specialty-Pharma-Arzneimittel, das Wachstum verschreibungspflichtiger Medikamente und die alternde Bevölkerung. In Deutschland hat der Markt für Specialty-Pharma-Arzneimittel bereits eine beachtliche Größe erreicht. 2015 verzeichneten die Apotheken einen Umsatz von knapp zehn Milliarden Euro. Das entspricht laut der Bundesvereinigung Deutscher Apothekerverbände fast einem Viertel des Gesamtumsatzes mit verschreibungspflichtigen Arzneimitteln.

Eine besondere Rolle spielt das neue Gesetz zur Stärkung der Arzneimittelversorgung in der Gesetzlichen Krankenkasse (AMVSG), das im Mai in Kraft getreten ist. Das AMVSG soll unter anderem die Versorgung von Krebspatienten mit Applikationen, die in Apotheken und Herstellbetrieben zubereitet werden, sicherstellen – und zwar flächendeckend für alle Versicherten. Die exklusiven Verträge zwischen Krankenkassen und Apotheken für die ambulante Versorgung mit Substanzen gegen Krebs (Zytostatika) werden abgeschafft. Dadurch erlangen Versicherte mehr Freiheit bei der Wahl ihrer Apotheke, und das Marktinteresse verlagert sich zunehmend vom Preis auf die Qualität. Diese Entwicklung schafft günstige Rahmenbedingungen für Specialty-Pharma-Unternehmen – und eröffnet Investoren interessante Chancen jenseits von Big Pharma.



Manfred Schneider

Der Vorstandsvorsitzende der Medios AG gründete nach seinem Studium der Pharmazie an der Freien Universität in Berlin und der Approbation zum Apotheker die erste BerlinApotheke, die er über 20 Jahre lang leitete und auf eine Gruppe von vier spezialisierten Apotheken ausbaute. Er gründete zudem die heutigen Tochtergesellschaften der Medios AG, die Medios Pharma GmbH und die Medios Manufaktur GmbH.

Exklusiv in BÖRSE ONLINE schreiben renommierte Finanzexperten und Investmentprofis über Börse und Geldanlage. Weitere Gastkommentare finden Sie unter:
www.boerse-online.de/meinungen-und-perspektiven