



Wenn „Big Pharma“ sich mit Biotech verbindet

Wenn „Big Pharma“ mit Biotech kooperiert, verspricht die enge Zusammenarbeit den größten Erfolg

von Dipl.-Kffr. Claudia E. Gschwind

Neben Zukäufen sind die großen Pharmaunternehmen auch 2010 wieder auf der Suche nach neuen, zukunftssträchtigen Partnerschaften. Kaum eine Woche vergeht, in der nicht eine neue Allianz zwischen Big Pharma und Biotech bekanntgegeben wird. Denn trotz signifikant hoher Ausgaben für die Forschung schaffen es viele Pharmakonzerne nicht, eine ausreichende Anzahl neuer Medikamentenkandidaten auf den Markt zu bringen, um die drohenden Umsatzverluste durch auslaufende Patente kompensieren zu können. Somit liegt die große Herausforderung von „Big Pharma“ darin, die Produktivität der Forschungs- und Entwicklungsbereiche zu verbessern. Forschung ist heute mobil, und es zeichnet sich der Trend ab, sie zunehmend flexibel zu organisieren.

Novartis kooperiert mit dem US-Biotechunternehmen Incyte, Sanofi-Aventis baut zusammen mit der amerikanischen Firma Regeneron die Antikörperforschung aus, der britische Pharmakonzern GlaxoSmithKline forscht mit Intercell und Bayer entwickelt gemeinsam mit Algeta aus Norwegen ein Krebsmedikament. Auch die deutschen Biotechunternehmen MorphoSys und Evotec sind begehrte Kooperationspartner.

Doch nicht jede Art der Partnerschaft führt auch zum gewünschten Erfolg. Generell lässt sich aufgrund durchgeführter Analysen von Unternehmensberatungen zu den Lizenzverträgen jedoch feststellen, dass die Faustregel lautet: Je enger die Kooperation, desto höher die Erfolgsaussichten. Ein einfacher Kauf einer Lizenz für einen Wirkstoff ist zwar leichter zu steuern, bringt aber meist auch weniger als eine komplexe Kooperation, bei der beide Partner in der Entwicklungsphase ihre Kräfte zusammenlegen. Das Stichwort der Informationssymmetrie ist hier entscheidend - beide Partner sollten von Beginn an in einem Boot sitzen. Allerdings ist es in der Vermarktungsphase dann erfolgversprechender, wenn die Partner wieder getrennt gehen, damit sich die Vertriebs Effekte multiplizieren können.

Der Wert von strategischen Kooperationen zwischen Pharma- und Biotechfirmen summierte sich im Jahr 2008 allein in den USA nach dem globalen Biotech-Report der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Ernst & Young auf rund 20 Mrd. Dollar. In Europa belief sich der Wert auf 8,8 Mrd. Euro. Klassischerweise zahlen die Pharmakonzerne eine Vorabzahlung (Upfront) an die Biotechfirma, koppeln weitere Zahlungen an das Erreichen bestimmter Meilensteine in der Entwicklung und beteiligen sie am zukünftigen Vermarktungserfolg.

Der größte Deal im Jahr 2009 war der Ausbau der Kooperation zwischen Sanofi-Aventis und der US-Biotechfirma Regeneron mit einem potenziellen Gesamtvolumen von 2,5 Mrd. Dollar. Alleine für die Wirkstoffforschung zahlt Sanofi-

Aventis in den nächsten 7 Jahren jährlich bis zu 160 Mio. Dollar. Regeneron wird im Gegenzug alle verfügbaren Technologien im Bereich Antikörperforschung in die Kooperation einbringen.

Die Verbindung zwischen „Big Pharma“ und Biotech ist jedoch nicht einseitig. Die Bedürfnisse von Biotech-Unternehmen sind vielfach komplementär zu denen der etablierten, großen Pharmaunternehmen. Dabei geht es im Wesentlichen um Finanzierungs-, Entwicklungs- und Marketinglücken, die durch effektive Partnerschaften mit Pharmapartnern gut gefüllt werden könnten. „Wenn Biotechunternehmen in wettbewerbsintensiven Feldern forschen, kann es ein großer Wettbewerbsvorteil sein, wenn sie mit der Unterstützung von Big Pharma die Patienten für eine klinische Studie schneller rekrutieren können“, sagt Daniel Koller von der Beteiligungsgesellschaft BB Biotech. Die Attraktivität dieser Partnerschaften wird dabei durch einen Trend zu individuellen und maßgeschneiderten Arzneimitteltherapien maßgeblich unterstützt.

Eine der großen Herausforderungen für eine Kooperation ist jedoch auch, dass die Unternehmen kulturell zusammenfinden. Wissenschaftler, von denen viele Einzelkämpfer sind, müssen plötzlich ihr Wissen teilen und in einer Welt arbeiten, die ihnen sehr fremd ist. Diesen kulturellen Aspekt sollte man -wie in jedem M&A-Prozess- generell nicht unterschätzen. Die Kunst besteht darin, ein Klima zu schaffen, bei dem die Mitarbeiter auch bei Rückschlägen weiter zusammenarbeiten und doch noch einen Weg finden, zum Erfolg zu kommen.

Hintergrundinformationen zur Wirkstoffentwicklung:

Kosten: Vor 20 Jahren hat die Entwicklung eines erfolgreichen Wirkstoffes noch etwa 300 Mio. Dollar gekostet, heute wird die Zahl auf ca. 800 Mio. Dollar bis zu einer Mrd. Dollar geschätzt. In diese Zahl sind allerdings auch die gescheiterten Projekte eingerechnet, denn nur ein kleiner Teil der Moleküle, die entdeckt werden, erreichen auch tatsächlich den Markt.

Erfolg: Die Zahl der zugelassenen Wirkstoffe ist lt. Statistik der amerikanischen Zulassungsbehörde FDA in den vergangenen vier Jahren mit durchschnittlich 21 Molekülen pro Jahr deutlich niedriger als in der ersten Hälfte des Jahrzehnts (rund 33 pro Jahr). In den 90er Jahren waren es jährlich ca. 44 Wirkstoffe.

HealthCorp Partners GmbH

Ludwigstrasse 8 – Ludwigpalais – D-80539 München

Tel. +49 89 8906340-0 - Fax +49 89 8906340-20

info@healthcorppartners.com - www.healthcorppartners.com