

29.11.2012 - 09:00 Uhr

PwC-Studie "From vision to decision: Pharma 2020"

Zürich (ots) -

Kosten senken, Produkte verbessern

Die Pharmabranche steht am Scheideweg. Die Prognosen für die nächsten Jahre sind düster. Danach wird zwar ein Jahrzehnt der erhöhten Produktivität und des Aufschwungs folgen. Um davon zu profitieren, müssen Unternehmen aber neue Geschäftsmodelle entwickeln und gezielt in die Forschung investieren. Das zeigt die Studie "From vision to decision: Pharma 2020" der Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsgesellschaft PwC.

Ab 2020 werden sich der Pharmabranche viele Chancen bieten. Dafür sorgen soziodemografische Veränderungen, die steigende Nachfrage nach Pharmaprodukten sowie der wissenschaftliche und technologische Fortschritt. Die Schwierigkeit besteht für viele Unternehmen darin, die Jahre bis 2020 zu gestalten.

Mehr zum selben Preis

Der Anstieg der Gesundheitskosten in wirtschaftlich schwierigen Zeiten zwingt die Pharmabranche, zu handeln. "Gefordert werden bessere klinische Ergebnisse bei den Produkten und neue Instrumente zur Messung der Wirksamkeit vor der Einführung neuer Arzneimittel", sagt Clive Bellingham, Partner und Leiter Life Science bei PwC Schweiz. Die Schlussfolgerung der Studie lautet: Die Pharmabranche muss entweder mehr bieten zum selben Preis oder zur Kostensenkung in anderen Bereichen des Gesundheitssystems beitragen, damit Preiserhöhungen tragbar sind.

Bis 2020 wird sich die Nachfrage nach Arzneimitteln in den Wachstumsmärkten mehr als verdoppeln. "Für die Pharmabranche ergeben sich dadurch unzählige Möglichkeiten, aber unsere Studie zeigt, dass davon nur profitiert, wer die richtige Strategie hat", sagt Dominik Hotz, Leiter Beratung Life Sciences bei PwC Schweiz. Es gehe künftig noch mehr als heute darum, jeder Bevölkerungsgruppe die passenden Arzneimittel anzubieten und echten Mehrwert zu liefern. Die Branche muss ihre Ausgaben ins Gleichgewicht bringen und mehr Geld in die Frühphase von Forschung und Entwicklung investieren, um den steigenden Kosten zu begegnen.

Auf Nachfrage ausrichten

Die meisten Produkte, die in den nächsten Jahren auf den Markt kommen werden, befinden sich bereits in der Entstehung. Aber sie sind oft noch nicht auf die Nachfrage sowie die steigenden Erwartungen der Bezahlter im Gesundheitswesen, der Leistungserbringer und der Patienten ausgerichtet. Clive Bellingham von PwC betont: "Die Produktpipeline und den Markt perfekt aufeinander abzustimmen, ist der Schlüssel zum Erfolg im nächsten Jahrzehnt." Die Pharmabranche muss bereit sein, die Unternehmenskultur anzupassen, neue Geschäftsmodelle zu entwickeln und den Wandel als Chance statt als Bedrohung zu sehen.

Kontakt:

Clive Bellingham
Partner, Leiter Life Science
PwC Schweiz
E-Mail: clive.bellingham@ch.pwc.com

Dominik Hotz
Beratung Life Science
PwC Schweiz
E-Mail: dominik.hotz@ch.pwc.com

Claudia Sauter
Communications Director
PwC Schweiz
E-Mail: claudia.sauter@ch.pwc.com