

ALARMSTUFE ROT



Das **Coronavirus** hat sich im Trend-Ranking der **Pharmabranche** an die Spitze

gesetzt. *pressrelations* hat für das *prmagazin* untersucht, wie Medien weltweit die Umwälzungen in dem Industriezweig reflektieren. Eingesetzt wurden die *FirstSignals*-Methode zur **Themenfrüherkennung** und eine branchenspezifische **Inhaltsanalyse**.

Im Jahr 2018 fügte die Weltgesundheitsorganisation (WHO) eine sogenannte „Disease X“ zu einer Liste von sieben prioritär zu behandelnden Krankheitserregern hinzu. Wilde Medienspekulationen waren die Folge. Als Disease X bezeichnet man eine Krankheit, die das Potenzial für eine Pandemie hat, für die es aber bis dato zu wenige Gegenmaßnahmen gibt. Die WHO beeilte sich damals klarzustellen, dass es sich um keinen konkreten Erreger handele, sondern um ein bisher unbekanntes Virus von extrem hoher Pathogenität.

Anfang 2020 ist Disease X Wirklichkeit geworden: Das Coronavirus ließ die mediale Trefferzahl zu dem Thema im Januar in die Höhe schnellen (Dezember 2019: 33 Beiträge, Januar 2020: 1.985 Beiträge) – und alle anderen Pharmatrends weit hinter sich. Das erhöht den Druck auf die Impfstoffforschung.

Inmitten medialer Panikmache und Beschwichtigung konnten sich zwei Firmen in der Presse vorteilhaft positionieren: der US-Biotech-Riese Gilead Sciences mit seinem Anti-Virus-Medikament Remdesivir, das Anfang Februar in China für klinische Versuche zugelassen wurde, und der Schweizer Pharmakonzern Roche, der im Kampf gegen das Virus in China gratis Schnelltests verteilte.

Auch abseits der medialen Corona-Aufregung gibt es in der Branche disruptives Potenzial. Die Ausgaben für Arzneimittel werden Schätzungen zufolge bis 2023 1,5 Billionen US-Dollar überschritten haben (2018: 1,2 Billionen; Quelle: IQVIA Institute of Human Data Science). Einen entscheidenden Anteil daran werden Innovationen wie die Genschere („Crispr“), synthetische Biotechnologie und Künstliche Intelligenz haben.

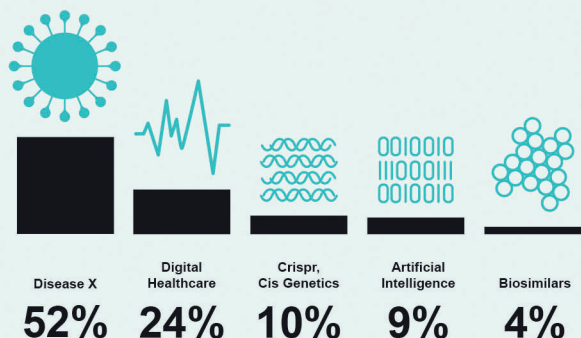
Wie sollen Unternehmen mit den potenziell disruptiven Neuerungen umgehen? Einige Beispiele gibt es im Bereich Digital Healthcare (Gesamttreffer im Beobachtungszeitraum: 1.758), der das >

Inmitten der Panik rund um die „Disease X“ konnten sich zwei Firmen in der Presse vorteilhaft positionieren: der US-Biotech-Riese **Gilead Sciences und der Schweizer Pharmakonzern **Roche**.**

PHARMATRENDS 2020: CORONAVIRUS SCHLÄGT E-HEALTH

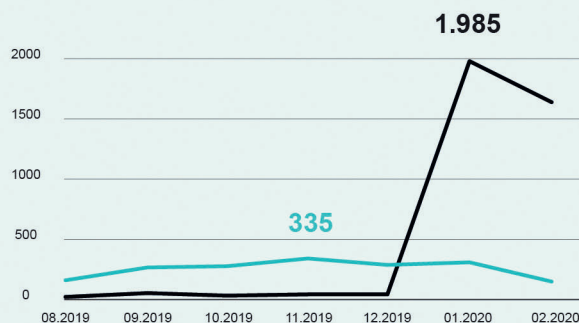
TOP-5 ZUKUNFTSTHEMEN DER PHARMABRANCHE

(Prozentualer Anteil der 5 Top-Themen untereinander)



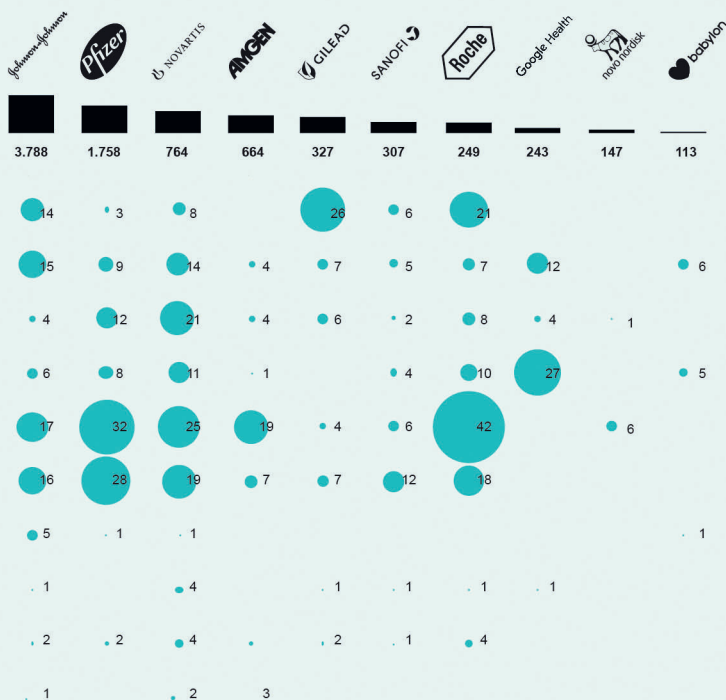
DIE ZWEI STÄRKSTEN TRENDS IM ZEITVERLAUF

● Disease X ● Digital Healthcare



THEMENPOSITIONIERUNG WICHTIGER UNTERNEHMEN

Unternehmenspräsenz (gesamt) →
Themenpräsenz (gesamt) ↓



Die Daten beziehen sich auf die fünf weltweit größten Pharmakonzerne (prognostizierter Umsatz 2019), die Top-3 der globalen Biotech-Firmen (Börsenwert 2019) sowie Google Health und Babylon zum Bereich KI & Healthcare. Themenauswahl basierend auf pressrelations FirstSignals®-Radar. Medienpanel: deutsch- und englischsprachige globale Leitmedien, z.B. New York Times, Washington Post, Al Jazeera, China Daily, Süddeutsche Zeitung. Beobachtungszeitraum 15.08.2019 – 15.02.2020

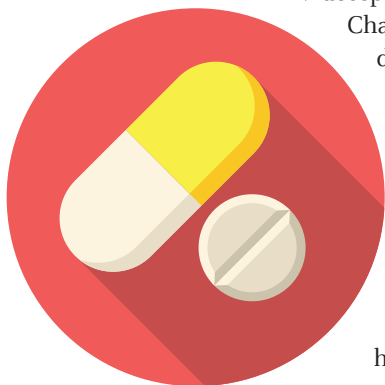


Feld der Pharmatrends klar dominierte, bis das Coronavirus den medialen Ausnahmezustand auslöste. Digital Healthcare ist der Oberbegriff für Themen wie die elektronische Patientenakte, E-Rezepte, aber auch Online-Sprechstunden und Gesundheits-Apps.

So hat der US-Konzern Johnson & Johnson kürzlich angekündigt, über den Londoner Inkubator Founders Factory in 25 Start-ups aus dem Bereich digitale Gesundheitsfürsorge und -vorsorge zu investieren. Und Vas Narasimhan, CEO des Schweizer Pharmariesen Novartis, ist unterdessen auf der Suche nach „transformativen Innovationen“, unter anderem in digitalen Gesundheitslabors im Silicon Valley.

Der britische Newcomer Babylon Health, der Videosprechstunden und einen medizinischen Chatbot anbietet, profitiert wiederum von dem Plan der Gesundheitsbehörde NHS, Telemedizin in den kommenden fünf Jahren zum Standard der medizinischen Versorgung zu machen.

Neuartige Gentherapien wie die Genschere Crispr/Cas9 sind das drittstärkste Thema. Das kommt nicht von ungefähr, denn Behandlungen mit dem Verfahren kosten hunderttausende Euro. Am häufigsten



Das Coronavirus ließ im Januar dieses Jahres alle anderen Pharmatrends weit hinter sich.

genannt werden in dem Kontext Novartis (21 Treffer) und Pfizer (12 Treffer). Novartis rechnet für das erste Quartal 2020 mit der EU-Zulassung von Zolgensma zur Behandlung der seltenen spinalen Muskelatrophie (SMA). Eine Dosis kostet zurzeit 2,1 Millionen Dollar und ist damit die teuerste Arznei der Welt. Pfizer investierte kürzlich zusammen mit MPM Capital 49 Millionen Dollar in das Start-up Triplet Therapeutics, das Gentherapien für sogenannte „orphan diseases“ – sehr seltene Krankheiten – entwickeln möchte.

Spätestens im Bereich Künstliche Intelligenz, dem viertstärksten Trend, kommt man an Google nicht mehr vorbei. Der Konzern hat mit Google Health/DeepMind (27 Treffer) sein eigenes Gesund-

heitsuniversum geschaffen, mit inzwischen mehr als 500 Mitarbeitern. Sundar Pichai, CEO des Mutterkonzerns Alphabet, glaubt, dass der Healthcare-Sektor das größte Potenzial für die KI-Entwicklung birgt. Google-Konkurrent Microsoft sowie Novartis – zweitstärkstes Unternehmen in diesem Themenbereich (11 Treffer) – haben auf dem Feld eine strategische Partnerschaft geschlossen (laut Salesforce ein wichtiger Metatrend). Über die kommenden fünf Jahre will Microsoft neue KI-Tools für sämtliche Unternehmensbereiche des Schweizer Pharmakonzerns entwickeln.

Auf Platz fünf der Zukunftsthemen finden sich die Biosimilars, Nachahmerprodukte von Biopharmazeutika, die den jeweiligen Wirkstoff in lebenden Zellen erzeugen. Starke Medienpräsenz haben hier die Schweizer Roche (42 Treffer), Pfizer (32 Treffer), Novartis (25 Treffer) und der US-Biotech-Pionier Amgen (19 Treffer). Letzterer, selbst mit Biosimilars groß geworden, befindet sich aktuell in einem Wettlauf mit der Zeit, da die Konkurrenten zahlreiche seiner Bestseller mit neuen Biosimilars bedrohen.

Synthetische Biotechnologie und DIYbio (Biohacking) schließen das Ranking der Top-Ten-Zukunftsthemen ab (147 und 113 Treffer). Keins der untersuchten Unternehmen hat hier eine starke Medienpräsenz. Stattdessen führen bei der synthetischen Biotechnologie ganz neue, revolutionäre Firmen das Feld an: Ein Magnet für Venture-Kapital sind die Forscher von Ginkgo Bioworks, die in ihren Laboren in Boston die Gene von Mikroorganismen bearbeiten, um neue Proteine, Gerüche – zum Beispiel von bereits ausgestorbenen Blumen – oder Medikamente zu produzieren. Ginkgo unterhält Partnerschaften unter anderem mit Roche zur Entwicklung neuer Antibiotika.

Bahnbrechend ist auch das Gebiet der Biohacker oder DIYbio. Gemeint sind nicht nur Menschen, die mit einem Implantat in der Hand ihren Tesla öffnen, sondern auch solche, die millionenschwere Gentherapeutika nachbauen. Das haben Biohacker aus den USA und Österreich mit der in Europa kommerziell erfolglosen Arznei Glybera im Heimlabor angeblich geschafft. Glybera wurde für die Therapie einer seltenen Erbkrankheit entwickelt und war 2012 das erste Gentherapeutikum mit EU-Zulassung. Die Biohacker wollen jetzt beweisen, dass Gentherapie nicht hunderttausende Euro kosten muss: Für ihre Methode müssten Krankenkassen statt 900.000 nur zirka 7.000 Euro bezahlen. ◀