



FOKUS BIOSIMILARS

Oktober 2021

IQVIA Commercial GmbH & Co. OHG

Editorial

Liebe Leserinnen und Leser,

In dieser Ausgabe unseres Newsletters „Fokus Biosimilars“ behandelt der erste Beitrag das Thema „Biobetters“ im Kontext von Mehrwert durch Innovation einerseits und möglichen Einsparungen andererseits.

Danach folgt ein Überblick auf die globale Marktentwicklung von Biosimilars, indem wir aufzeigen, wie diese das Top 10-Ranking von Biologika in verschiedenen Regionen innerhalb von fünf Jahren verändert haben. Des Weiteren werfen wir einen Blick auf die bemerkenswert unterschiedlichen Uptake-Raten von Biosimilars im niedergelassenen und Klinik-Sektor in den EU4-Ländern + UK.

Die dritte Darstellung befasst sich mit der aktuellen Marktentwicklung von Biologika bzw. Biosimilars in Deutschland anhand ausgewählter Aspekte: von Rahmendaten zur Größe des Gesamtmarktes über die Biosimilar-Präsenz in verschiedenen Indikationsgebieten bis hin zu unterschiedlichen Substanzen.

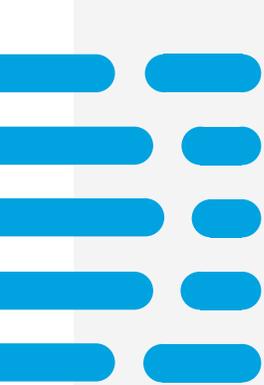
Der abschließende Beitrag schließlich analysiert die Marktdurchdringung der Substanz Bevacizumab vor dem Hintergrund von Promotionsaktivitäten, gerade in COVID-19-Zeiten ein besonders spannendes Thema.

Ich wünsche Ihnen eine interessante Lektüre.

Ihr



Dr. Frank Wartenberg



Inhalt

- + Editorial
- + Mehrwert durch Innovation – „Biobettters“
- + Biosimilars global – Überblick
 - Änderungen im Top 10-Ranking von Biologika der letzten 5 Jahre
 - Unterschiede in Biosimilar Uptake-Raten zwischen niedergelassenem und Krankenhaus-Bereich im Ländervergleich
- + Biosimilars in Deutschland – Marktentwicklung
 - Gesamtmarkt Deutschland 2020
 - Schwerpunktindikationen für Biologika
 - Brutto-Umsatz von Biosimilars und Marktanteil am Biosimilar-fähigen Markt 2020
 - Biosimilar-Anteile am Biosimilar-fähigen Markt – August 2021
 - Biosimilar-Anteile nach Substanzen
 - Monatliche Entwicklung verschiedener Biosimilars
- + Substanz Bevacizumab – Marktdurchdringung der Biosimilars
- + Datenquellen
- + Webinar
- + Impressum

Mehrwert durch Innovation – „Biobetter“

Mehrwert durch Innovation – „Biobetter“

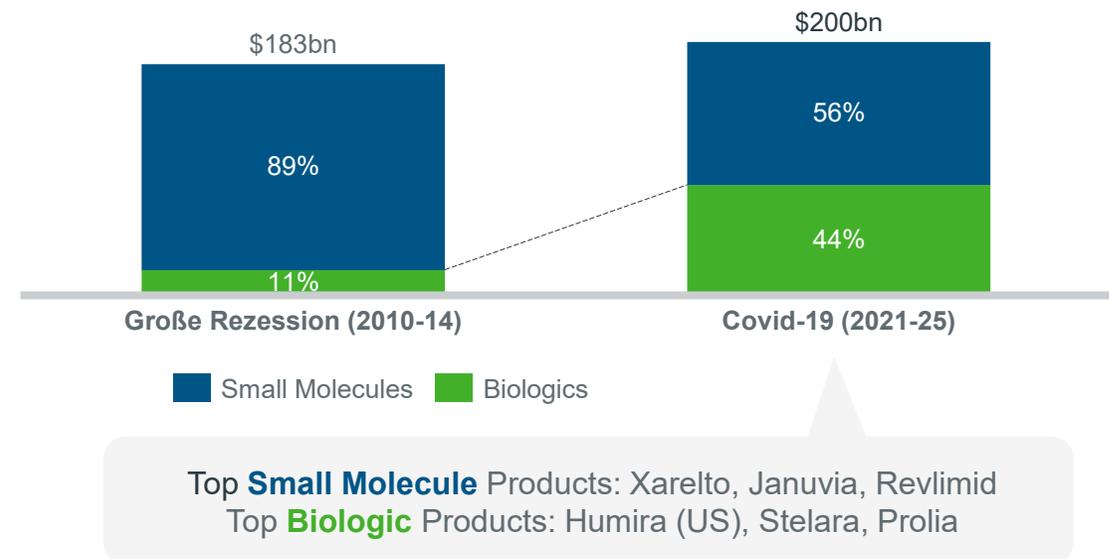
Die Jahre 2020/21 waren geprägt vom Kampf gegen die COVID-19 Pandemie, die Entwicklung neuartiger Impfstoffe in Rekordzeit sowie den daraus folgenden weltweiten Impfkampagnen. Die ökonomischen und gesundheitspolitischen Folgen, mit teils stagnierenden Budgets im Gesundheitswesen in Anbetracht einer drohenden weltweiten Rezession, werden noch viele Jahre spürbar bleiben. Das Ersetzen von *Biologicals* durch *Biosimilars* hat in der Vergangenheit zu Kostenersparnissen geführt. *Biosimilar*-Hersteller setzen nun vermehrt auf verbesserte Produkte – so genannte „Biobetter“. Diese bringen Mehrwert für den Patienten, reduzieren durch ihren höheren Preis allerdings das mögliche Einsparvolumen.

In dem Maße, wie sich die Pandemie stabilisiert, richten die Gesundheitssysteme ihr Augenmerk nicht mehr auf die unmittelbare Behandlung, sondern auf die längerfristige nachhaltige Versorgung – insbesondere auch von *Biologicals* – angesichts einer möglichen Wirtschaftskrise.

Durch Patentabläufe in den nächsten fünf Jahren könnten ähnliche Ersparnisse erzielt werden wie nach der Finanzkrise in 2007/08 (Abb. 1). Mit dem signifikanten Unterschied, dass der Anteil der *Biologicals* heute deutlich höher liegt als damals, *Biosimilars* in manchen Ländern weniger stark verbreitet sind bzw. langsam auf den Markt kommen und so das Einsparvolumen geringer ausfallen könnte. Märkte mit höherem *Biosimilar*-Anteil könnten so stärker profitieren und Hersteller sollten sich darauf einstellen, dass mehr Länder vermehrt auf *Biosimilars* setzen werden.

IQVIA-Analysen der letzten Jahre zeigen, dass *Biosimilar*-Aufnahmeraten je nach Land und Produkt variieren. Die durchschnittliche Aufnahmerate neuerer *Biosimilars* (~letzten 5 Jahre) in der EU liegt bei 40 % nach 12 und bei 60 % nach 24 Monaten, bei älteren *Biosimilars* liegt die Rate niedriger.

Abbildung 1: Globales Patentablauf-Potenzial



Quelle: IQVIA European Thought Leadership; IQVIA MIDAS Q2 2021; IQVIA Forecast Link July 2021

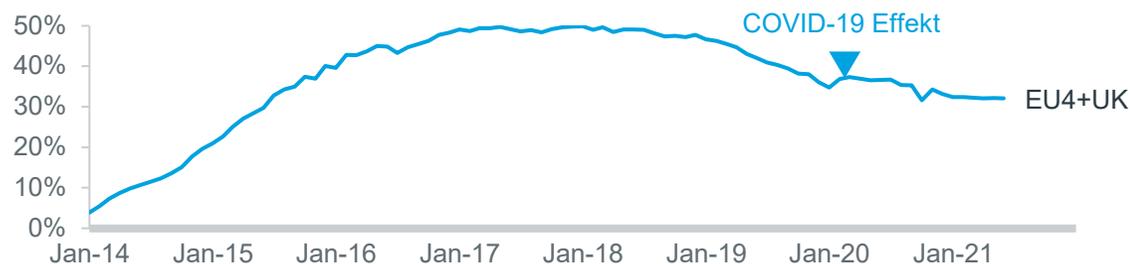
Weitere Herausforderungen stellen die teils sehr langwierigen länderspezifischen Abläufe zur Kostenerstattung dar und, ganz allgemein, Produktstarts in kleineren Märkten, die für Hersteller eine geringere Priorität haben.

HERAUSFORDERUNGEN DURCH COVID-19

Die direkten und indirekten Folgen auf die globalen Gesundheitssysteme sind schwer abzuschätzen. IQVIA-Experten schätzen, dass allein die Kosten für COVID-19 Vakzine bis ins Jahr 2025 weltweit 157 Milliarden USD ausmachen werden. Die Folgekosten von „Long-COVID“ und nicht oder spät diagnostizierten Krankheiten werden die Budgets zusehends belasten.

Arztbesuche in Deutschland liegen aktuell um 9 % unter dem Niveau des Vergleichszeitraums von 2019. Telemedizinische Konsultationen haben im Gegenzug zwar um 2 % zugenommen. IQVIA-Umfragen in den vier großen europäischen Märkten Deutschland, Frankreich, Italien und Spanien sowie dem Vereinigten Königreich zeigen jedoch, dass Ärzte nur sehr ungern neue

Abbildung 2: Herceptin SC (Trastuzumab) Anteile EU4 + UK Behandlungstage



Quelle: IQVIA European Thought Leadership; IQVIA MIDAS MTH June 2021; IQVIA Ärztepanel

Medikationen verschreiben oder ändern, ohne den Patienten persönlich zu kennen. Die Aufnahmeraten der subkutanen Formulierung von Herceptin in den EU4+UK sanken vor der Pandemie. Die Darreichungsform wurde während der Lockdowns präferiert, so dass der Abwärtstrend gebremst werden konnte (Abb. 2).

Der Trend hin zu Medikamenten, die ambulant verabreicht oder gar zuhause vom Patienten selbst eingenommen werden, hat sich während der Pandemie beschleunigt. Patienten schätzen die gestiegene Convenience durch Vermeidung von Wegstrecken sowie Kontaktreduktion. Gleichzeitig können die frei werdenden Krankenhauskapazitäten effizienter genutzt werden. Inwieweit der dynamische *Biosimilar*-Markt sich durch COVID-19 verändert hat, bedarf weiterer Analysen.

AUFSTIEG DER „BIOBETTERS“

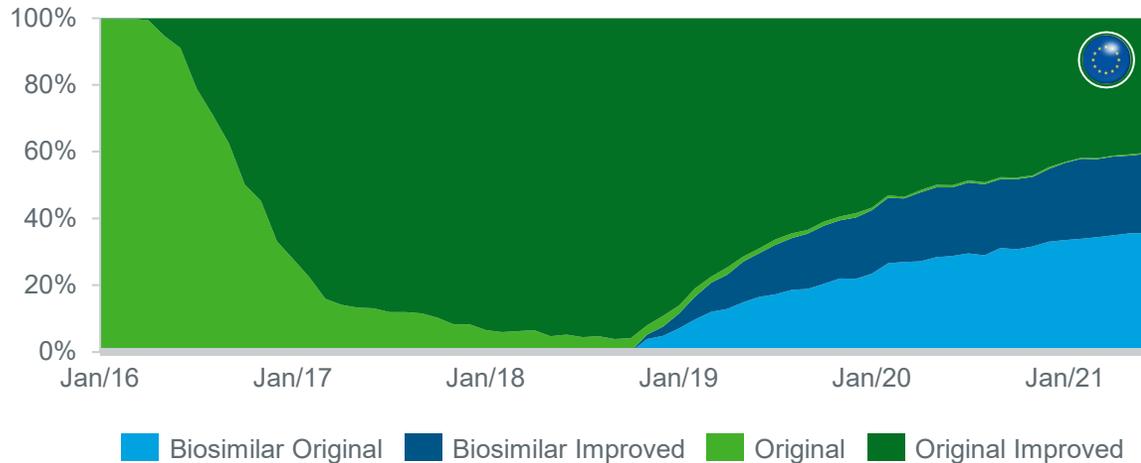
Es gibt derzeit keinen Konsens über die Definition von *Biobetters*. Für die hier verwendete Analyse wird die Definition als „patentfreies biologisches Präparat, das von einem Hersteller verbessert wurde, der kein Originalhersteller ist“, zu Grunde gelegt.

Biosimilar-Hersteller sind mit einem sich schnell entwickelnden Markt konfrontiert, auf dem eine rasche Markteinführung aufgrund des relativ geringeren Wettbewerbs und dadurch langsameren Preisverfalls sehr wichtig ist.

Bei vielen Pipeline-Kandidaten handelt es sich um ältere Präparate, deren Entwicklungskosten für die Markteinführung in der EU und den USA durch die etablierte Konkurrenz in Frage gestellt werden könnten. Manche Unternehmen könnten stattdessen ihre *Biosimilars* zu *Biobetters* differenzieren, um dem entgegenzuwirken.

Amgen verbesserte die Formulierung von z. B. *Amgevita* (Adalimumab) dahingehend, dass Beschwerden an der Injektionsstelle verringert wurden, und war so, in Verbindung mit einem attraktiven Preis, kommerziell sehr erfolgreich (Abb. 3).

Abbildung 3: Adalimumab Anteile EU4+UK Behandlungstage



Quelle: IQVIA European Thought Leadership; IQVIA MIDAS MTH June 2021

Celltrion ging mit der Entwicklung einer subkutanen Version von Infliximab noch einen Schritt weiter, wohingegen das Originalpräparat weiterhin nur als intravenöse Form erhältlich ist.

Hersteller der originalen *Biologicals* setzen ebenso auf subkutane Formen (Abb. 2) oder verbesserte Formulierungen (Abb. 3) ihrer Produkte, um nach Patentablauf Verluste an Marktanteilen zu verlangsamen.

Biobetters zeichnen sich aber nicht nur zwingend durch die Adaption der Formulierung aus, auch andere Technologien verwischen die Grenzen zwischen Nachbauten und innovativen Molekülen (Abb. 4). Die Zulassung muss dabei auch nicht analog wie bei einem *Biosimilar* ablaufen. *Enhertu* (Trastuzumab-Deruxtecan) zum Beispiel ist eine Konjugation zweier patentfreier Moleküle und wurde als neue aktive Substanz und nicht als *Biosimilar* zugelassen.

Weitere Kandidaten befinden sich bereits in der Pipeline, bei denen Konjugation als Hauptunterscheidungsmerkmal gilt. Die Entwicklungskosten solcher Antikörper-Wirkstoff-Konjugate werden dabei, im Vergleich zur Entwicklung eines Medikaments mit neuartiger Wirkungsweise, in vielen Fällen wohl deutlich geringer ausfallen.

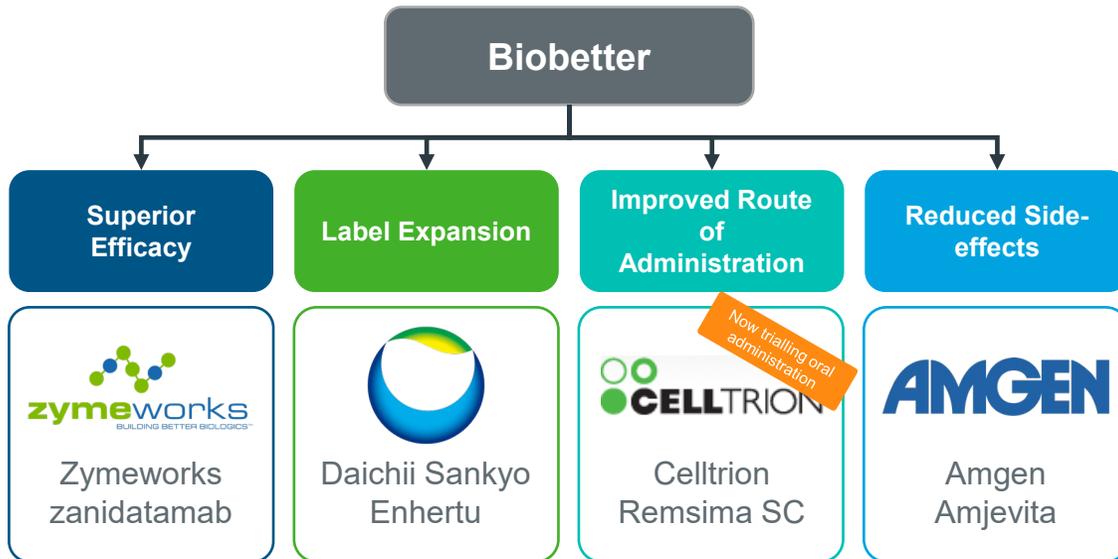
Bi-spezifische Antikörper wie *Zanidatamab* von Zymeworks, bei dem die Antikörperarme so modifiziert sind, dass sie an verschiedene Domänen des HER2-Proteins binden, nutzen bereits bekannte Bindungsstellen auf neue Art und Weise.

AUSBLICK

Innovative biologische Präparate haben den Behandlungsstandard in vielen Therapiegebieten revolutioniert. Patentabläufe werden den Zugang zu diesen Medikamenten erleichtern, ohne dabei die Gesundheitsbudgets übermäßig zu belasten.

Für den Patienten bringen *Biobetters*, sei es durch verbesserte Wirksamkeit oder Convenience in der Anwendung, erhebliche Vorteile. Während der Pandemie hat sich schon abgezeichnet, dass Produkte, die keinen Krankenhausaufenthalt bedingen, bevorzugt werden.

Abbildung 4: Vorteile von Biobetters

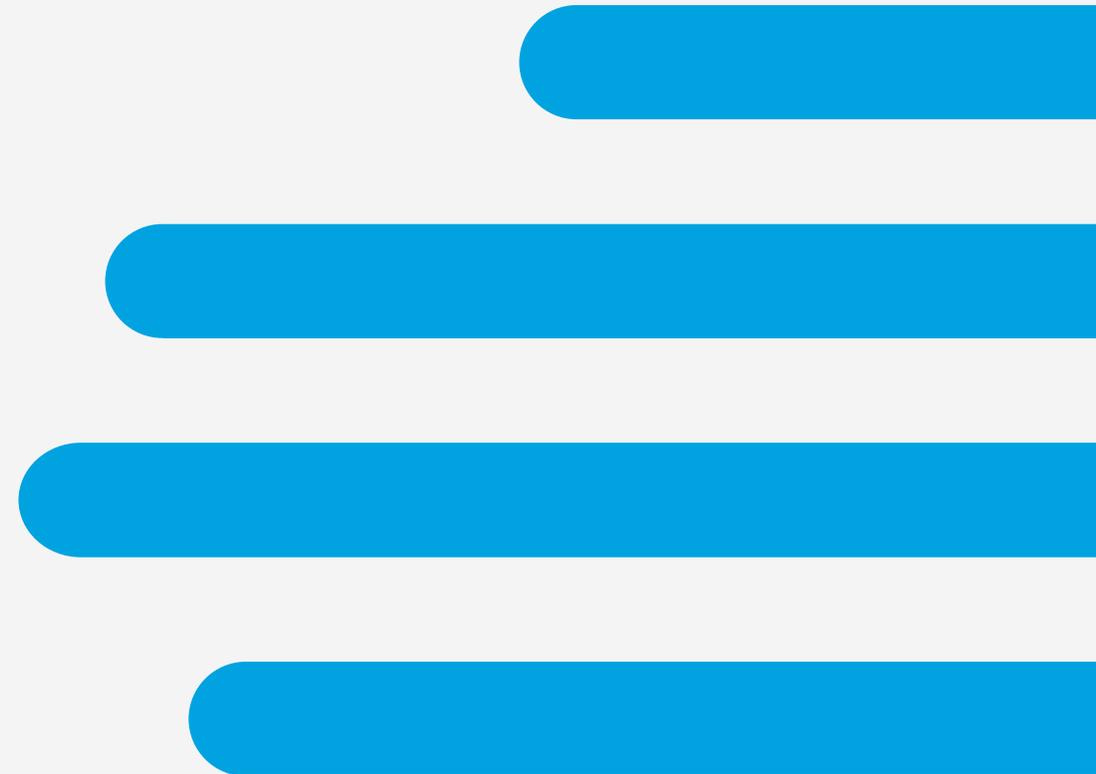


Fotos: Wikipedia

Dieser Trend war bereits vor COVID-19 ersichtlich und wird sich in Zukunft wohl weiter fortsetzen. Der durch Biobetters generierte Mehrwert schmälert zwar möglicherweise Einsparvolumina; inwieweit gesundheitspolitische Entscheider diesen honorieren, wird die Zukunft zeigen. IQVIA wird die Entwicklung weiter verfolgen.

☰✉ [Dr. Stefan Lutzmayer](#)

Biosimilars global – Überblick



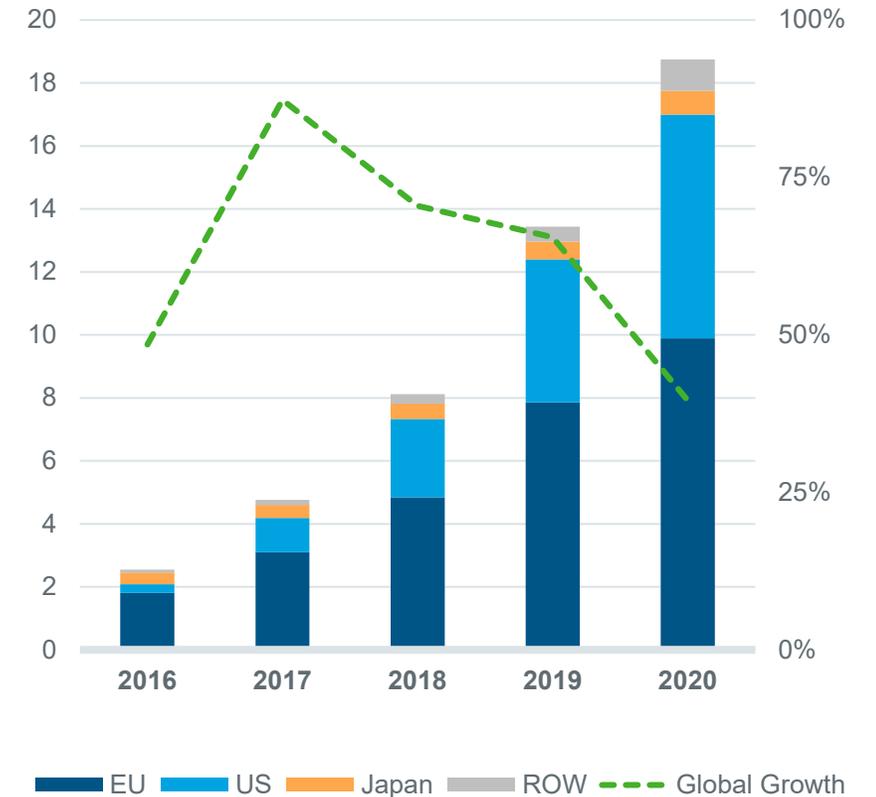
Änderungen im Top 10-Ranking von Biologika der letzten 5 Jahre

Global Biologics Top 10 (2020)

2016	bn USD	2018	bn USD	2020	bn USD
Humira	19.4	Humira	25.3	Humira	29.0
Lantus	12.0	Lantus	10.2	Keytruda	15.7
Enbrel	10.5	Enbrel	10.1	Stelara	11.3
Remicade	8.4	Remicade	7.8	Lantus	10.2
MabThera	6.8	Opdivo	7.6	Trulicity	9.9
Avastin	6.3	Novorapid	7.2	Enbrel	9.2
Herceptin	6.1	Keytruda	7.2	Opdivo	8.7
Novorapid	5.9	Stelara	6.8	Novorapid	7.1
Humalog	5.4	Herceptin	6.7	Ozempic	6.4
Copaxone	4.8	Avastin	6.5	Cosentyx	6.0

Key: Biosimilar competition

Global Biosimilar Sales bn USD

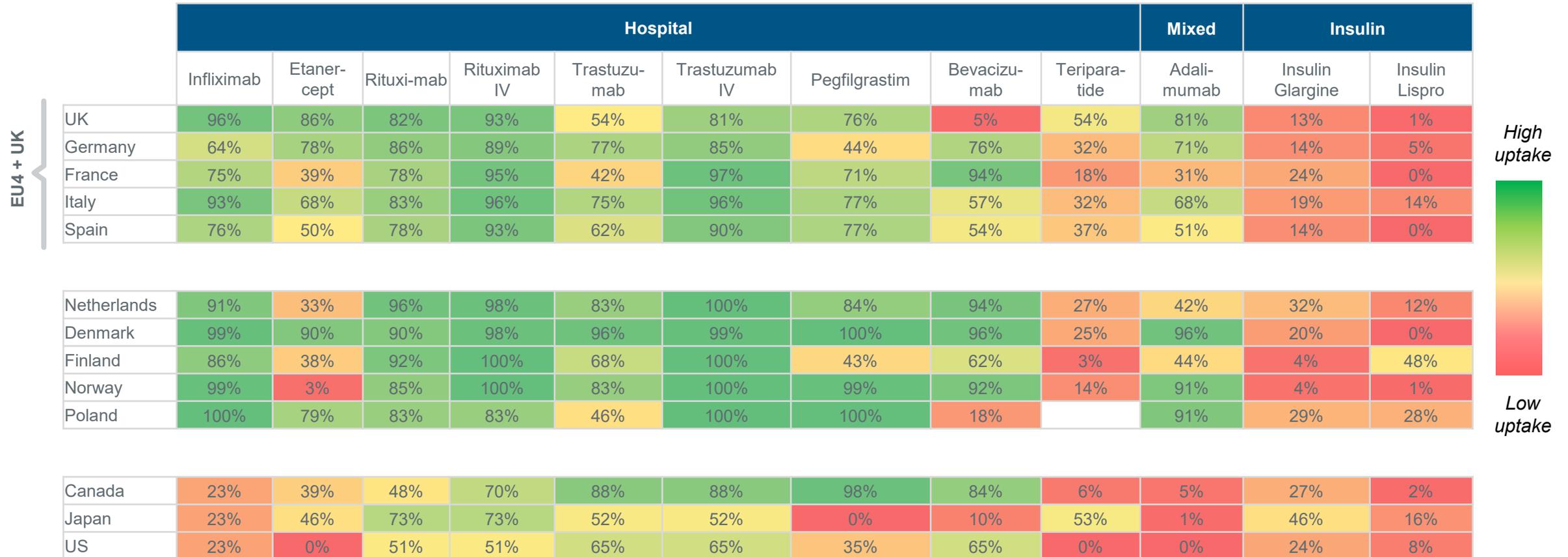


Änderungen im Ranking gehen auf ein rasantes Wachstum von Biosimilars und starke Neueinführungen zurück.



Unterschiede in Biosimilar-Uptake-Raten zwischen niedergelassenem und Krankenhaus-Bereich im Ländervergleich

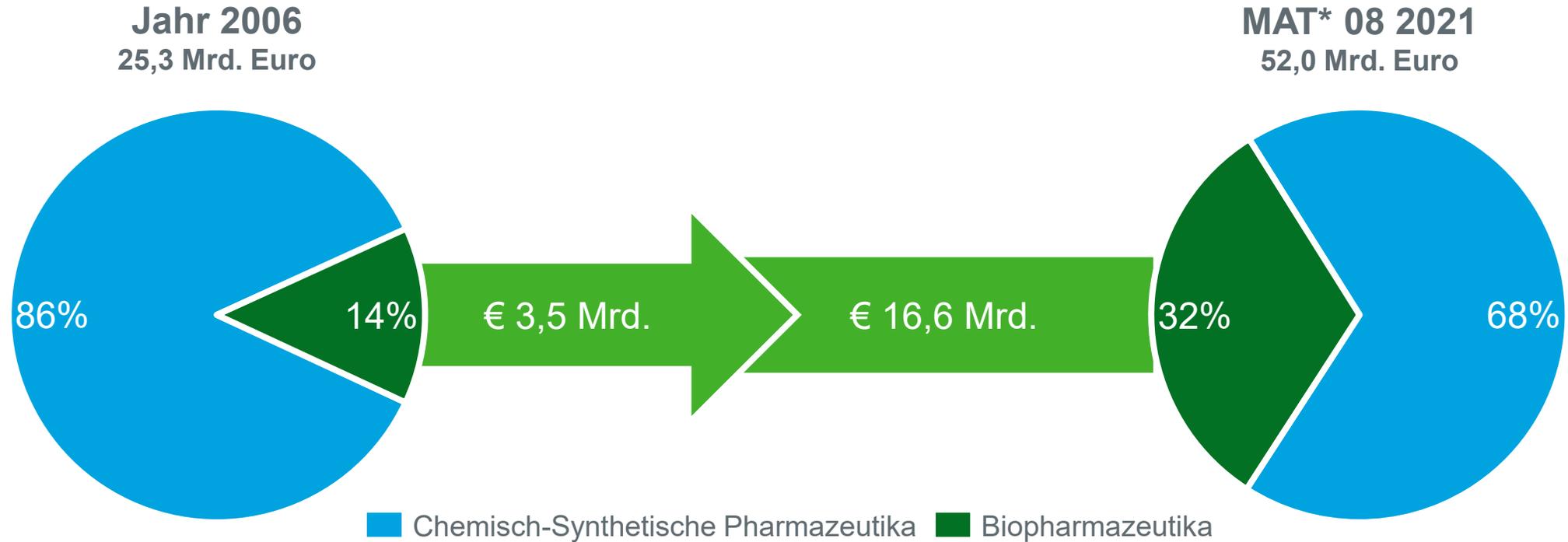
Biosimilar penetration – Mar 2021 (Treatment Days)



Source: IQVIA European Thought Leadership, IQVIA MIDAS MTH Mar 2021

Biosimilars in Deutschland – Marktentwicklung bis August 2021

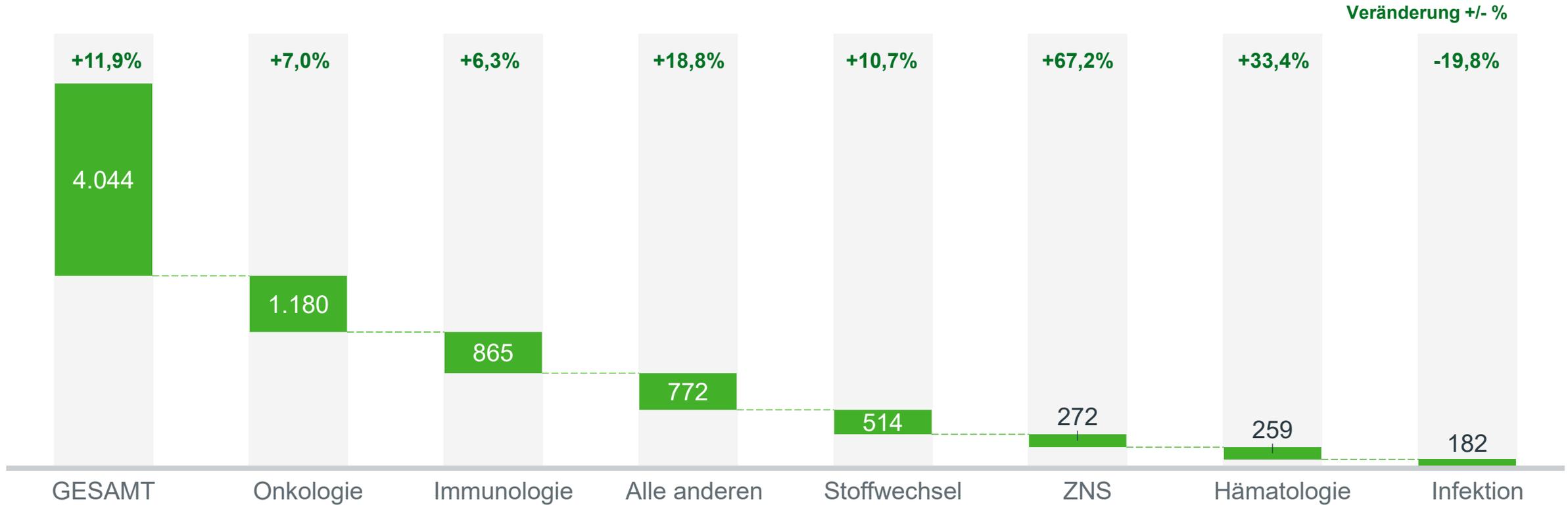
Gesamtmarkt Deutschland 2021



- Der Arzneimittelmarkt in Deutschland hat sich nach Brutto-Umsatz seit 2006 fast verdoppelt, der Umsatz der Biopharmazeutika vervierfacht.
- Aktuell entfallen 32 % des Gesamtumsatzes im niedergelassenen Bereich und in der Klinik auf biologische Produkte, was 16,6 Mrd. Euro entspricht.

* MAT: moving annual total = gleitender 1-Jahreszeitraum, endend mit dem angegebenen Monat
Quelle: IQVIA Dataview® Arzneimittelverbrauch (AMV); Gesamtmarkt – Klinikdaten: Umsatz in Euro zu bewerteten Klinikpreisen; Apothekenmarkt: Umsatz in Euro zum Abgabepreis des pharmazeutischen Unternehmers (ApU) ohne Berücksichtigung von Abschlägen und Einsparungen aus Rabattverträgen

Schwerpunktindikationen für Biologika

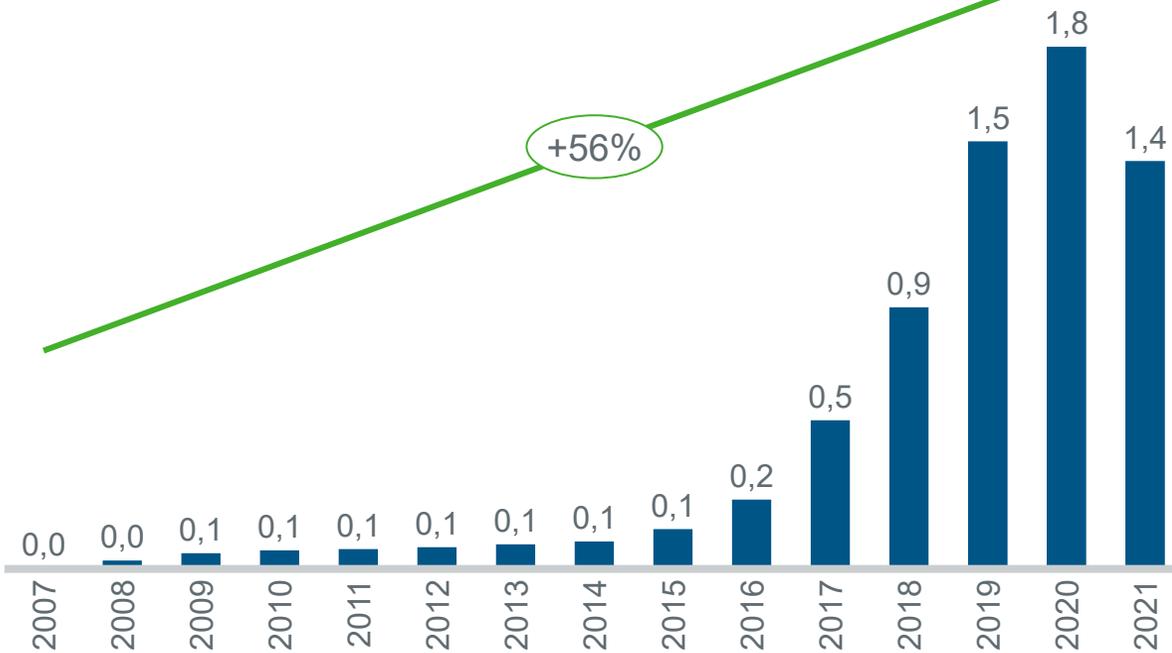


Onkologie und Immunologie sind weiterhin die Schwerpunktindikationen für Biopharmazeutika, beide Bereiche wachsen nach Umsatz jedoch nur noch einstellig.

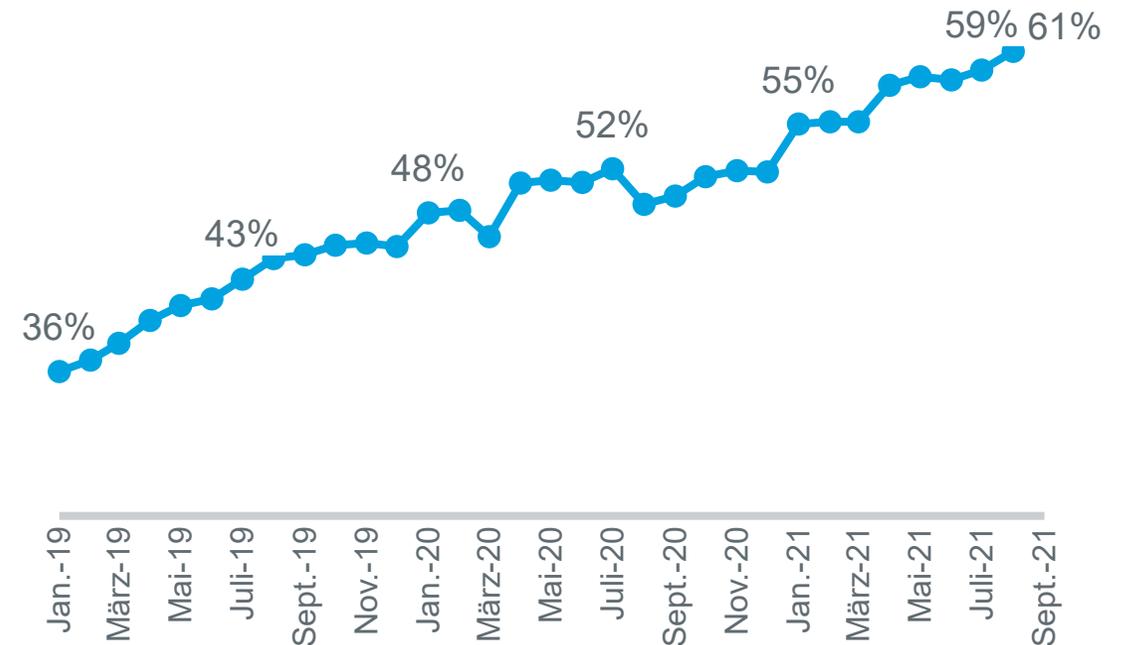
Quelle: IQVIA Dataview® Arzneimittelverbrauch (AMV); Gesamtmarkt – Klinikdaten: Umsatz in Euro zu bewerteten Klinikpreisen; Apothekenmarkt: Umsatz in Euro zum Abgabepreis des pharmazeutischen Unternehmers (ApU) ohne Berücksichtigung von Abschlägen und Einsparungen aus Rabattverträgen, Stand Q2 2021

Brutto-Umsatz von Biosimilars und Marktanteil am Biosimilar-fähigen Markt 2021

Gesamtmarkt, Umsatz (Mrd. €)



Umsatzanteil Biosimilars (% am Biosimilar-fähigen Markt*)



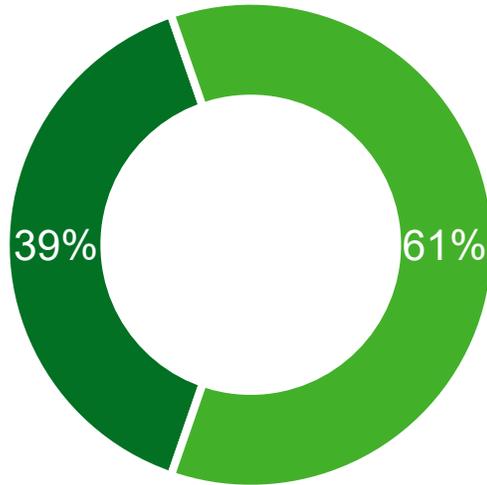
- Der Biosimilar-fähige Markt wird definiert durch die Produktgruppen, für die jeweils Biosimilars verfügbar sind. Von daher können die Anteile von Jahr zu Jahr schwanken, abhängig davon, welche Substanzgruppen patentfrei werden.
- Biosimilars zeigen ein starkes Wachstum nach Umsatz und einen hohen Anteil im Biosimilar-fähigen Markt.

Quelle: IQVIA Dataview® Arzneimittelverbrauch (AMV) Datenbank: Klinikdaten aus IQVIA DKM® (Deutscher Krankenhaus Markt), Umsatz in Euro zu bewerteten Klinikpreisen; IQVIA PharmaScope® National, Umsatz in Euro zum Abgabepreis des pharmazeutischen Unternehmers (ApJ=Erstattungsbetrag für AMNOG Produkte und Listenpreis für übrige Produkte) ohne Berücksichtigung von Herstellerabschlägen und Einsparungen aus Rabattverträgen *Biosimilar-fähiger Markt definiert als Biopharmazeutika-Markt mit Biosimilar-Konkurrenz nach den aktuellen 16 patentfreien Substanzgruppen, Stand August 2021

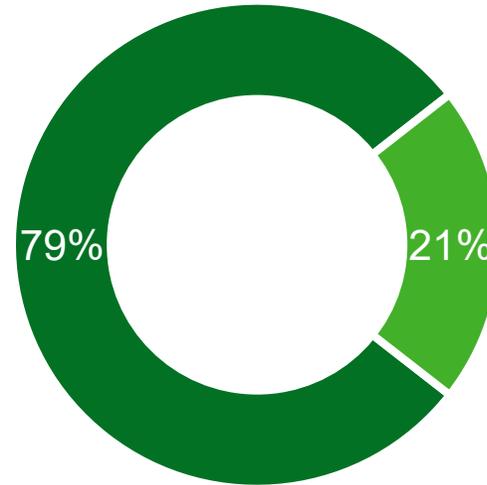
Biosimilar-Anteile am Biosimilar-fähigen Markt – August 2021

Biosimilar-fähiger Markt*, 08/2021

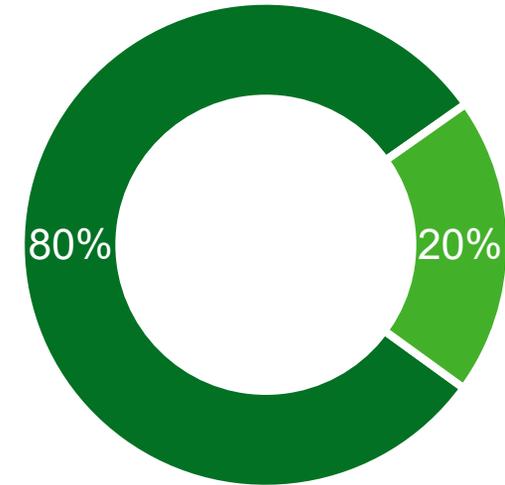
Umsatz
293 Mio. Euro
(-2,8 % vs VJ)



Absatz – Zähleinheiten
5,7 Mio. Zähleinheiten
(3,4 % vs VJ)



Absatz – DDD
51 Mio. DDD
(5,3 % vs VJ)



■ Biosimilar

■ Biopharmazeutika-Originalprodukte mit verfügbaren Biosimilars

- Der Umsatzanteil von Biosimilars am gesamten (Klinik + Apotheke) Biosimilar-fähigen Markt liegt im August 2021 bei 61 %.
- Der Absatzanteil nach Zähleinheiten (einzelne Tabletten, Tropfen, Injektionen etc.) macht 21 % aus, nach Tagesdosen (DDD, defined daily doses) 20 %. Da hier alle Indikationsgruppen enthalten sind und dadurch ein unterschiedliches Preisniveau der Präparate einfließt, erklärt dies die Differenz zwischen den Anteilen nach Umsatz und Absatz.

Quelle: IQVIA Dataview® Arzneimittelverbrauch (AMV); Gesamtmarkt – Klinikdaten; Umsatz in Euro zu bewerteten Klinikpreisen; Apothekenmarkt: Umsatz in Euro zum Abgabepreis des pharmazeutischen Unternehmers (ApU) ohne Berücksichtigung von Abschlägen und Einsparungen aus Rabattverträgen

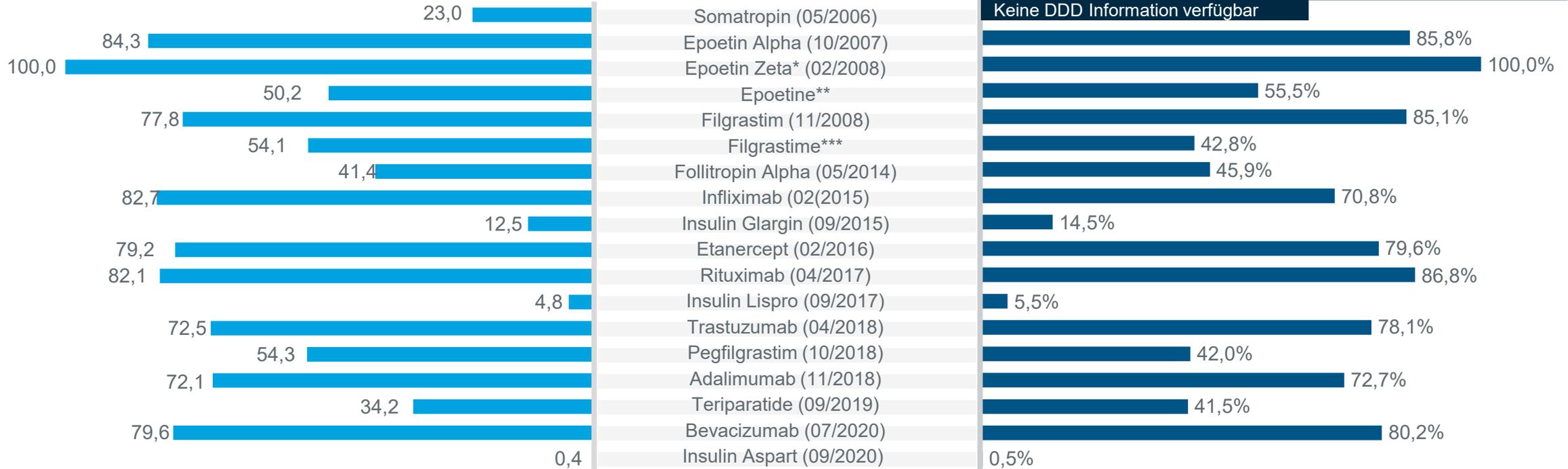
Biosimilar-Anteile nach Substanzen

August 2021

UMSATZ – EURO %

Biologikamarkt mit Biosimilarkonkurrenz
nach Einführungsdatum der Biosimilars

ABSATZ – DDD %

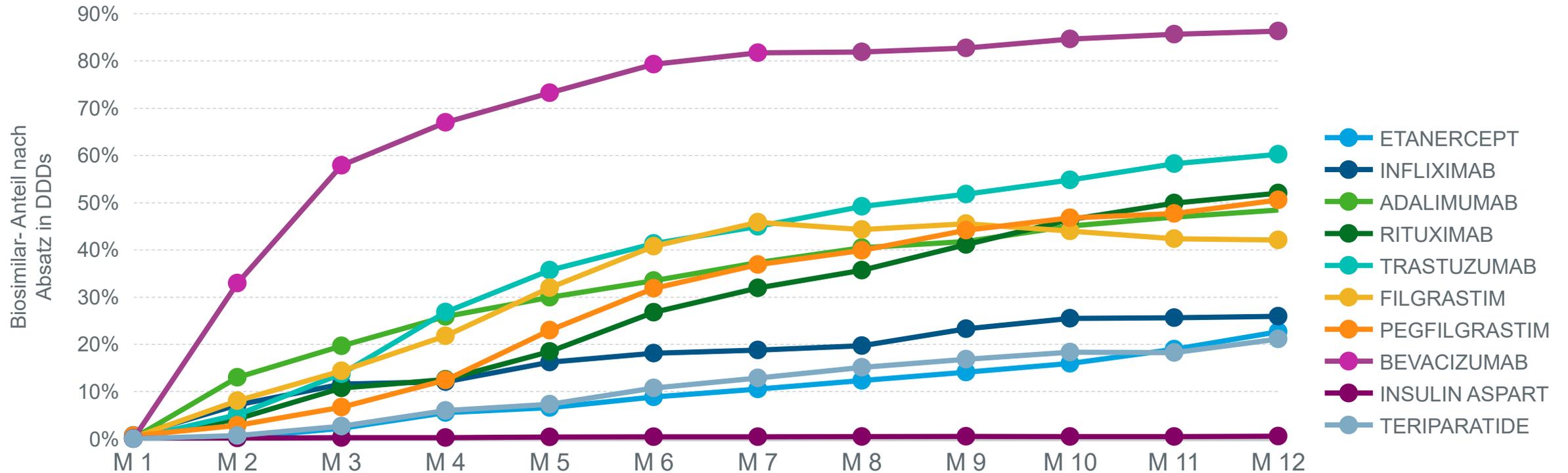


- Um eine Vergleichbarkeit von biosimilaren Produkten einer Indikation zu ermöglichen, ist die Maßeinheit DDD (Defined Daily Dosage) geeignet.
- Die Biosimilar-Anteile sind nach Substanzen unterschiedlich stark.
- Bevacizumab: neuestes Biosimilar, Marktanteil im Dezember bereits bei 80 %.

Quelle: IMS AMV®; IQVIA Dataview® Arzneimittelverbrauch (AMV) Datenbank: Klinikdaten aus aus IQVIA DKM® (Deutscher Krankenhaus Markt), Umsatz in Euro zu bewerteten Klinikpreisen; IQVIA PharmaScope® National, Umsatz in Euro zum Abgabepreis des pharmazeutischen Unternehmers (ApU=Erstattungsbetrag für AMNOG Produkte und Listenpreis für übrige Produkte) ohne Berücksichtigung von Herstellerabschlägen und Einsparungen aus Rabattverträgen; *Epoetin Zeta und Epoetin Alpha werden gemeinsam gemessen; **Epoetine=Darbepoetin Alfa, Epoetin Alfa / Beta / Theta / Zeta, Methoxy Polyethylene Glycol-EP; ***Filgrastime=Filgrastim, Pegfilgrastim, Lipegfilgrastim; Kombination Filgrastime und Epoetine ohne Einschränkung auf den Biosimilar-fähigen Markt

Monatliche Entwicklung verschiedener Biosimilars

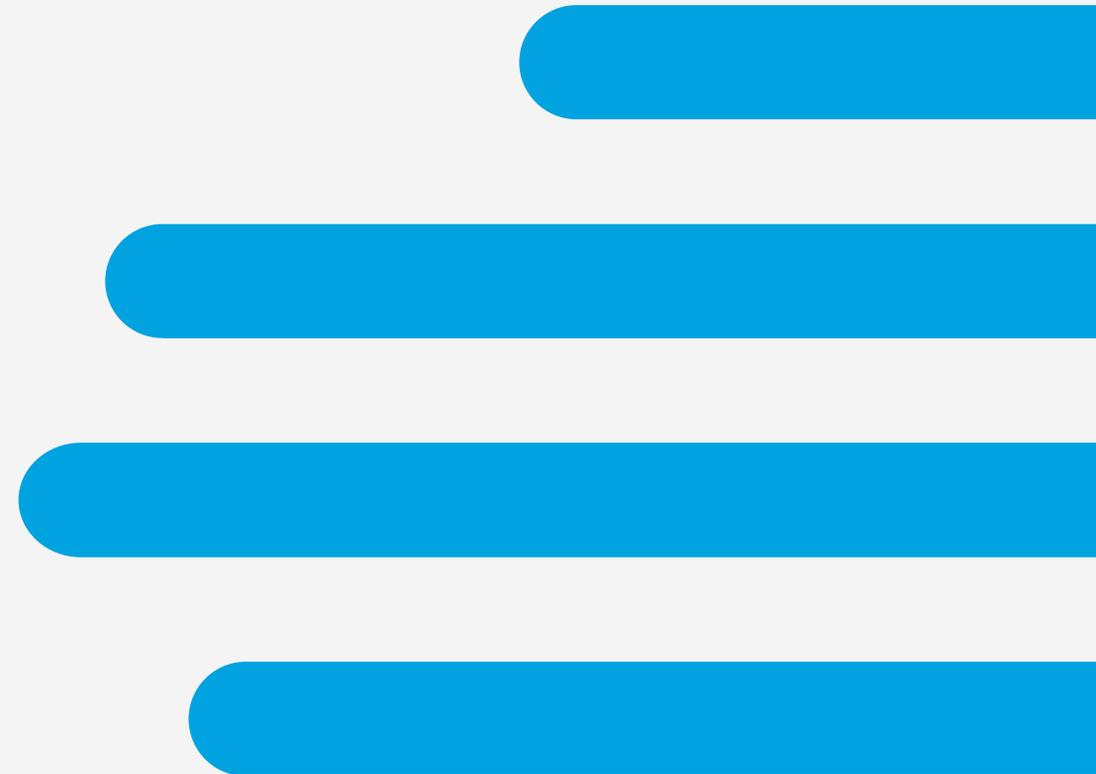
Biosimilar-Anteil an der jeweiligen Substanz in der öffentlichen Apotheke



- Schneller Anstieg des Einsatzes aller biosimilaren Substanzen im niedergelassenen Bereich.
- Onkologische Immun-Biosimilars – z. B. Bevacizumab – zeigen schnellen Anstieg auf einen Anteil von über 80 % innerhalb eines Jahres.

Quelle: IQVIA PharmaScope®, Apothekenmarkt in DDD = Daily Defined Dosages; Stand August 2021

Substanz „Bevacizumab“ – Marktdurchdringung der Biosimilars



BEVACIZUMAB-BIOSIMILARS ZEIGEN ERFOLGREICHEN LAUNCH IN HERAUSFORDERNDEN ZEITEN

Eingesetzt in der Therapie verschiedenster Krebsformen, wie etwa bei metastasierenden Kolon-, Rektum- oder Mammakarzinomen, zeigt sich Bevacizumab als breitflächig einsetzbares Therapeutikum im Kampf gegen onkologische Erkrankungen. Der humanisierte monoklonale Antikörper richtet sich gegen den Gefäßwachstumsfaktor VEGF (Vascular Endothelial Growth Factor) und hemmt durch Reduktion der Angiogenese (Blutgefäßneubildung) die Wachstumsaktivität von Tumoren. Dank seiner effektiven Wirkung gegen krankhafte Gefäßneubildungen findet Bevacizumab zudem off-label Anwendung in der Ophthalmologie und erweist sich in der Therapie der feuchten altersbedingten Makuladegeneration (AMD) als wirksam.

Bereits vor Patentablauf des Originals Avastin im Sommer 2020 positionierten sich die Nachahmerprodukte des Krebsmedikaments in den Startlöchern und warteten auf ihren Markteintritt. Mvasi (Amgen) und Zirabev (Pfizer) zeigten sich als Vorreiter, indem sie mit Vorsprung zu ihren Wettbewerbern in den Markt eintraten. Zwischen September 2020 und Juli 2021 stießen drei weitere Bevacizumab-Biosimilars hinzu: Aybintio, Alymsys und Oyavas. In der EU sind vier weitere Nachahmerprodukte zugelassen, die jedoch aktuell nicht in Deutschland vertrieben werden.

Abbildung 1: Die Bevacizumab Biosimilar-Launches in Deutschland auf einen Blick



**Originalprodukt:
Avastin**

Roche Launch:
Februar 2005



**1. Biosimilar:
Zirabev**

Pfizer Launch:
Juli 2020



**2. Biosimilar:
Mvasi**

Amgen Launch:
Juli 2020



**3. Biosimilar:
Aybintio**

Organon HC Launch:
September 2020



**4. Biosimilar:
Alymsis**

Servier Launch:
Mai 2021



**5. Biosimilar:
Oyavas**

Stada Launch:
Juli 2021



5 Biosimilar Launches
für Bevacizumab in DE
bis September 2021



9 Biosimilar Zulassungen
für Bevacizumab in der EU

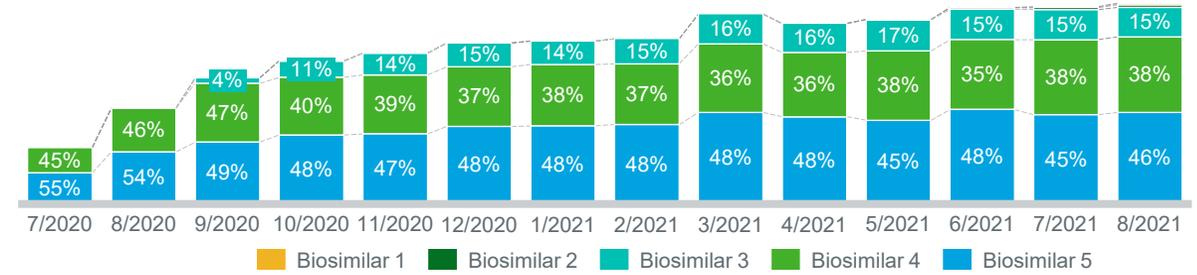
Wie in **Abbildung 2** dargestellt, teilt sich der Biosimilar-Anteil im Bevacizumab-Markt nach Patentablauf im Juli 2020 vorerst auf zwei Biosimilars auf, die ihre starke Position im Zeitverlauf trotz steigender Konkurrenz im Apotheken- und Klinik-Sektor aufrecht erhalten. Es zeigt sich ein auffällig starker Launch-Auftritt der beiden Nachahmerprodukte, die den Bevacizumab-Markt zum aktuellen Zeitpunkt mit etwa zwei Dritteln Marktanteil dominieren.

Nach dem Motto „First come, first serve“ wird bei einem Blick auf die Markteinführungs-Performance (**Abbildung 3**) die Relevanz des frühen Eintritts ersichtlich. So setzen sich die beiden direkt zum Patentablauf gelaunchten Nachahmerprodukte deutlich gegenüber ihren Wettbewerbern durch.

Auch im Vergleich zur Marktdurchdringung der Biosimilars anderer Substanzen zeigen Bevacizumab-Nachahmer eine starke Performance, wie **Abbildung 4** aufzeigt. Im niedergelassenen Bereich steigt deren Biosimilar-Anteil innerhalb eines Jahres auf über 80 %, was die Biosimilar-Durchdringung anderer Substanzen nach Marktanteil und Wachstumsgeschwindigkeit deutlich übertrifft.

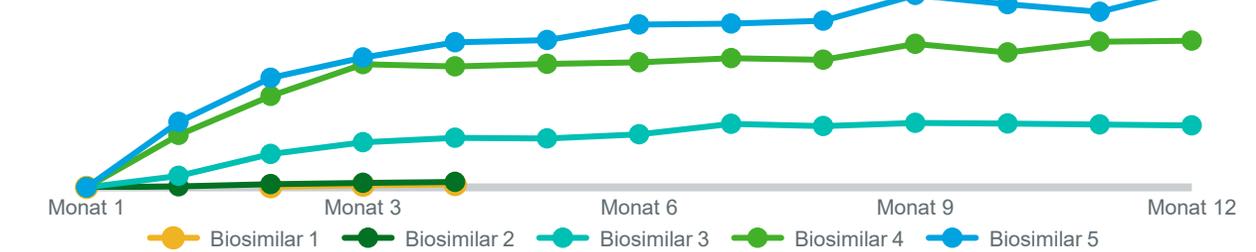
Insbesondere in Zeiten einer globalen Pandemie wird diesem Erfolg ein besonderer Stellenwert zuteil, da das COVID-19-Virus nicht nur auf Lieferketten, sondern ebenfalls auf Promotionsaktivitäten maßgeblich Einfluss nimmt.

Abbildung 2: Der Einfluss von Bevacizumab-Biosimilars in Deutschland – August 2021



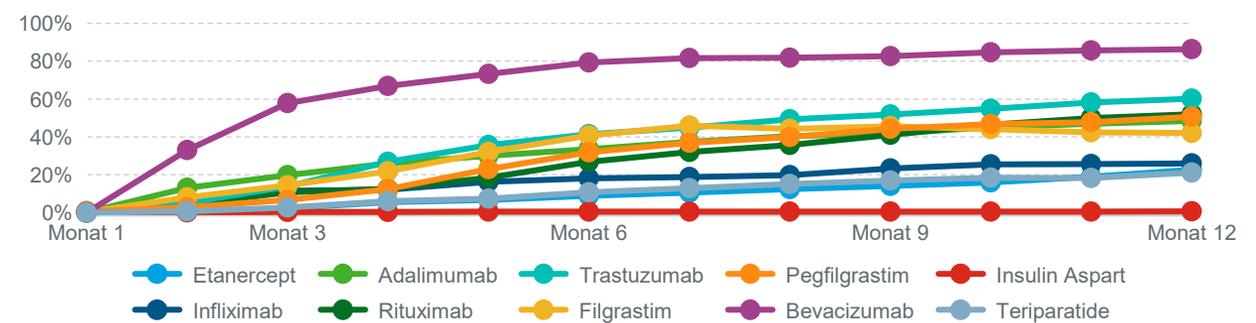
Quelle: IQVIA PharmaScope®, IQVIA DKM® (Hospital Index)

Abbildung 3: Launch-Performance der Bevacizumab-Biosimilars im Vergleich – erste zwölf Monate nach Launch



Quelle: IQVIA PharmaScope®, IQVIA DKM® (Hospital Index)

Abbildung 4: Marktdurchdringung von Biosimilars auf dem deutschen Apothekenmarkt – erste zwölf Monate nach Launch



Quelle: IQVIA PharmaScope®

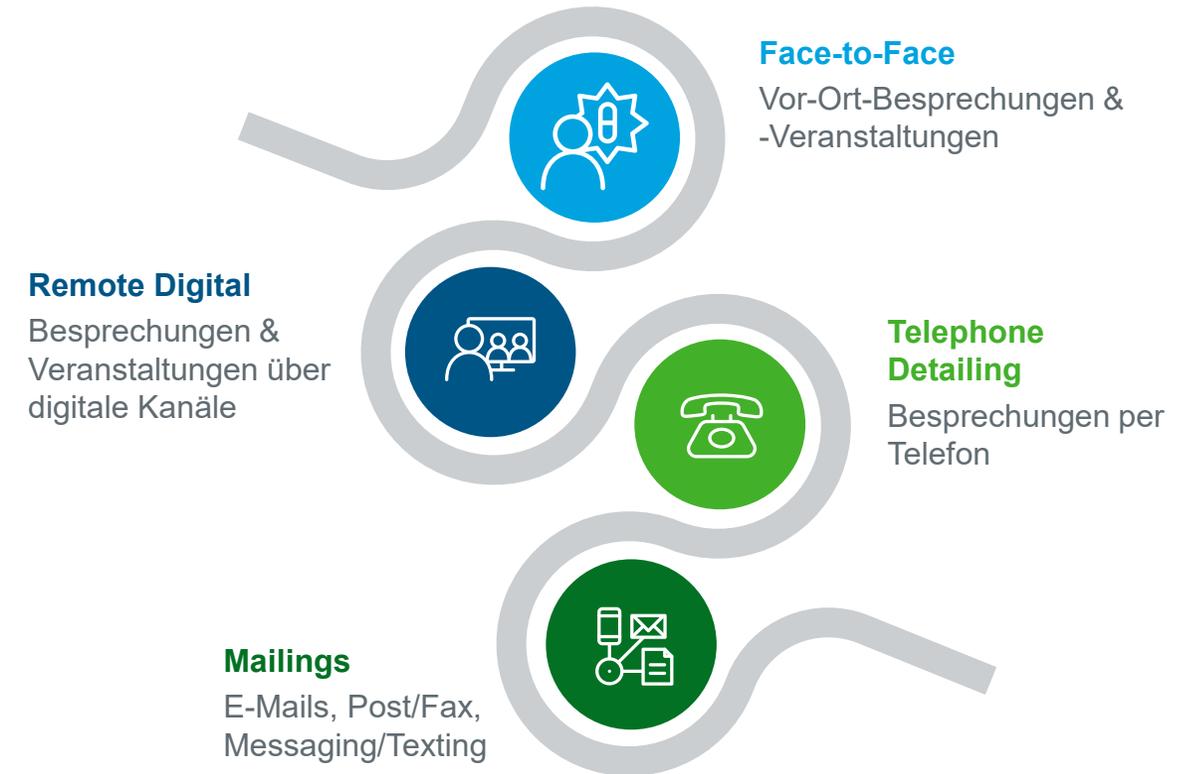
LAUNCH-BEGLEITENDE KOMMUNIKATION – EINBLICK IN DIE CHANNELDYNAMICS® PROMOTIONS DATEN

Bei der Frage, wie sich die Promotionsaktivitäten der Hersteller von Bevacizumab-Biosimilars zur Zeit des Launches sowie post Launch gestalten, lohnt es sich, einen Blick auf die IQVIA ChannelDynamics® Daten zu werfen. Hierbei handelt es sich um Daten, die Aufschluss über die Werbeaufwendungen und -aktivitäten der pharmazeutischen Industrie bei Facharztgruppen aus dem niedergelassenen und Klinik-Bereich sowie bei den Apotheken geben.

Die Daten ermöglichen eine Betrachtung auf Produktebene, wobei auch die einzelnen Kommunikationskanäle einsehbar sind. Die nebenstehende Abbildung zeigt hierbei eine Unterteilung nach vier unterschiedlichen Kanalgruppierungen. Die erste Gruppierung beinhaltet die persönlichen Face-to-Face-Kontakte und berücksichtigt persönliche Besprechungen sowie Präsenzveranstaltungen. Die zweite Kategorie inkludiert Besprechungen und Veranstaltungen, die über digitale Kanäle stattgefunden haben. In Hellgrün dargestellt sind Besprechungen, die per Telefon stattgefunden haben, während die vierte Kategorie jeglichen Schriftverkehr, also die traditionellen sowie digitalen schriftlichen Kommunikationskanäle beinhaltet.

Insbesondere zu Zeiten von COVID-19 ist eine Betrachtung der genutzten Promotionskanäle interessant. Diese sind sicherlich nicht allein ausschlaggebend für den Erfolg eines Launches, zeigen jedoch, dass Promotionsaktivitäten auch in ungewissen Zeiten nicht an Relevanz verlieren und Pharmahersteller ihre Kommunikationsstrategie zeitnah an die neue Situation anpassen können.

Abbildung 5: Beispielhafte Aufteilung der IQVIA ChannelDynamics® Kommunikationskanäle



In **Abbildung 6** werden die Anteile an Promotionsaktivitäten dreier Bevacizumab-Biosimilars dargestellt und verglichen. Für diese Produkte werden jeweils das Quartal vor Launch, das Launch-Quartal sowie die drei darauf folgenden Quartale angezeigt.

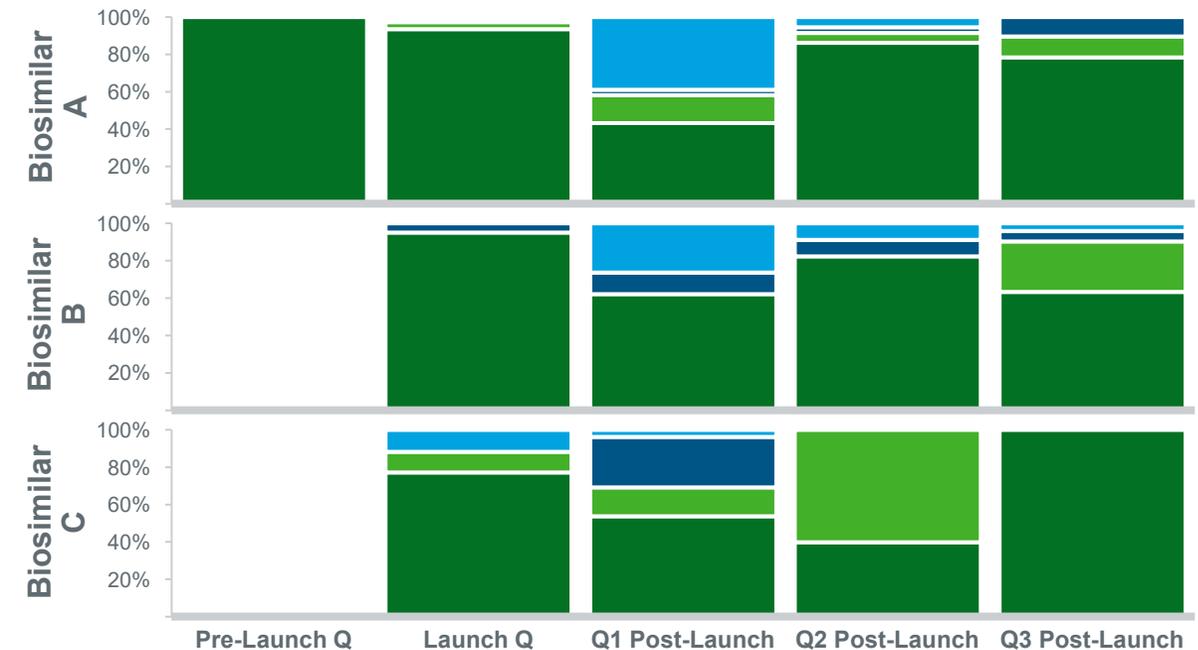
Hierbei ist zu betonen, dass Biosimilar A und B ein signifikant höheres Kontaktvolumen aufweisen als das darauffolgend dargestellte Biosimilar C.

Grundsätzlich lässt sich bei Betrachtung der Promotionsaktivitäten feststellen, dass in Zeiten der COVID-19-Pandemie ein starker Fokus auf der Mailing-Kommunikation liegt. Über den gesamten Launch-Zeitraum hinweg wurde dieser Kommunikationsweg anteilig am häufigsten berichtet. Es ist zu beobachten, dass die Außendienstaktivität zur Promotion von Produkt A und B unmittelbar nach Launch auf den persönlichen Kontakt vor Ort gelenkt wurde. Im weiteren Verlauf flacht die Nutzung dieses Kanals jedoch ab, und der Kontakt erfolgt vorwiegend über Kanäle, die einen persönlichen Vor-Ort-Kontakt ausschließen.

Daraus lässt sich schließen, dass sich der Erfolg von Promotionsaktivitäten bei Markteintritt neuer Biosimilars nicht ausschließlich an vor Ort geführten Gesprächen bemisst, sondern auch die anderen aufgeführten Kanäle eine maßgebliche Rolle spielen. Ein Erfolg von Markteinführungen auch in herausfordernden Zeiten ist folglich trotz Veränderungen innerhalb der Kommunikationsstrategie möglich.

✉ [Eva Folger](#), [Jana Heidemann](#)

Abbildung 6: Anteil der einzelnen Kommunikationskanäle an den Promotionsaktivitäten dreier unterschiedlicher Bevacizumab-Biosimilars



Quelle: IQVIA ChannelDynamics®

Face-to-Face	Remote Digital	Telephone Detailing	Mailings
Vor-Ort-Besprechungen & -Veranstaltungen	Besprechungen & Veranstaltungen über digitale Kanäle	Telefonischer Kontakt	E-Mails, Post/Fax, Messaging/Texting

Quellen

IQVIA PharmaScope®

Die Daten umfassen die Arzneimittelabgaben der Apotheken für den GKV-Markt, Privatrezepte und Barverkäufe auf Basis der Abgaben der öffentlichen Apotheken. Datenbasis für den GKV-Markt sind von den Apothekenrechenzentren getätigte GKV-Abrechnungen. Der Anteil der Privatrezepte und Abgaben ohne Rezept werden auf Basis einer Stichprobe von rund 4.000 Apotheken erhoben.

IQVIA DKM® (Deutscher Krankenhaus Markt)

Arzneimittel-Verbrauchsstudie der IQVIA Krankenhausforschung. Über die jeweils versorgende Klinikapotheke werden monatlich Verbrauchsdaten auf Basis von Fachabteilungen und Stationen erhoben. Ermittelt wird das Absatz- und bewertet das Umsatzvolumen des kompletten Klinikmarktes sowie dessen Entwicklung gegenüber Vorjahreszeitraum. Die Datenbasis bilden rund 480 Panelkrankenhäuser.

Die Hochrechnung erfolgt nach 4 Bettengrößenklassen, 15 Fachrichtungen und 7 Regionen.

IQVIA ChannelDynamics®

ChannelDynamics basiert auf der Teilnahme von über 30.000 Healthcare Professionals aus unterschiedlichen Fachrichtungen in 36 Ländern, die in Form einer Tagebuchstudie Angaben zu Werbeaktivitäten der pharmazeutischen Industrie notieren („Unparalleled Data“). Vor diesem Hintergrund lassen sich bspw. über innovative Business Intelligence-Tools („Advanced Technology“) auch Investments in die verschiedenen Kanäle berechnen und vergleichend, etwa nach Regionen („Domain Expertise“), Herstellern oder Produkten analysieren („Advanced Analytics“).

IQVIA MIDAS®

MIDAS ist der „Goldstandard“ für die globale Marktmessung. Die Datenbank integriert nationale IQVIA Daten von 93 Ländern und über vier Millionen Packungen in eine weltweit einheitliche Sicht auf den pharmazeutischen Markt und verfolgt praktisch jedes Produkt in Hunderten von therapeutischen Klassen sowie dessen Absatzvolumen, Trends und Marktanteilen des Retail- als auch des Krankenhaus-Sektors.

Über IQVIA

IQVIA (NYSE: IQV) ist ein führender, globaler Anbieter von zukunftsweisender Analytik, Technologielösungen und klinischer Auftragsforschung für Life Science Unternehmen.

Mit modernen Analysemethoden, transformativen Technologien, Big Data und ausgewiesener Branchenexpertise stellt IQVIA intelligente Verbindungen her unter Berücksichtigung aller relevanten Aspekte des Gesundheitswesens. IQVIA Connected Intelligence™ ermöglicht einzigartige Erkenntnisse in hoher Umsetzungsgeschwindigkeit. Auf dieser Grundlage unterstützt das Unternehmen seine Kunden darin, die klinische Forschung zu beschleunigen sowie die Vermarktung innovativer medizinischer Behandlungen voranzutreiben, im Sinne besserer Ergebnisse in der Gesundheitsversorgung. Mit rund 72.000 Mitarbeitern ist IQVIA in mehr als 100 Ländern tätig. IQVIA ist weltweit führend in Datenschutz und -sicherheit. Das Unternehmen nutzt ein breites Spektrum an Technologien und Sicherheitsmaßnahmen bei der Generierung, Analyse und Verarbeitung von Informationen.

Weitere Informationen finden Sie auf www.iqvia.de.

KONTAKT

IQVIA Commercial GmbH & Co. OHG

Unterschweinstiege 2 - 14
60549 Frankfurt am Main

Tel.: 0 69 6604-0

Fax: 0 69 6604-5000

E-Mail: info.germany@iqvia.com

www.iqvia.de

 [@IQVIA_Germany](https://twitter.com/IQVIA_Germany)

 XING

 LinkedIn

Impressum

Herausgeber:

IQVIA Commercial GmbH & Co. OHG, Registergericht
Frankfurt am Main HR B 46001. Persönlich haftende
Gesellschafter sind: IQVIA Commercial Beteiligungsgesellschaft mbH,
Frankfurt am Main, Registergericht Frankfurt am Main, HR B 46001
Geschäftsführer: Dr. Frank Wartenberg (Vorsitzender), Karsten Immel

Redaktion:

Dr. Gisela Maag, *Pressestelle (Redaktionsleitung)*
Eva Folger, Client Service National
Jana Heidemann, Client Service National
Dr. Stefan Lutzmayer, Consultant Thought Leadership DE
Julia Propp, Client Service National

Copyright:

FOKUS BIOSIMILARS ist ein regelmäßig erscheinender Newsletter. Alle Angaben und Informationen in diesem Newsletter wurden sorgfältig zusammengestellt und geprüft. Für die Richtigkeit, Aktualität und Vollständigkeit der Informationen wird keine Haftung übernommen.

Alle Angaben und Inhalte sind ohne Gewähr. Irrtum und Änderungen vorbehalten.

