

Mental Health, seltene Erkrankungen, Onkologie ...

Was sollten Ärzte über Otsuka wissen?

Interview mit Heidi Zbinden, Managing Director

Seit Mai letzten Jahres ist die Schweizer Pharmaindustrielandchaft um ein Unternehmen reicher: Otsuka Pharmaceutical (Switzerland) GmbH. Die aus Japan stammende Otsuka-Gruppe entschloss sich zur Etablierung einer eigenständigen Schweizer Niederlassung, als die Vereinbarungen mit Bristol-Myers Squibb zum Vertrieb des von Otsuka entwickelten Abilify® in der Schweiz ausliefen. Was das Unternehmen ausmacht und in welchen weiteren Bereichen man zukünftig von ihm hören wird, verriet Managing Director Heidi Zbinden im Gespräch.

ARS MEDICI: Frau Zbinden, wer ist eigentlich Otsuka Pharmaceutical? Bitte verraten Sie uns ein wenig mehr darüber ...

Heidi Zbinden: Otsuka ist ein international tätiges Pharmaunternehmen mit Firmensitz in Japan. Das Hauptziel ist das Anbieten innovativer Lösungen für Patienten.

haben wir im Mai 2014 eröffnet; seitdem sind wir in der Schweiz kommerziell aktiv. Der Hintergrund dazu: Das Medikament Abilify® mit dem Wirkstoff Aripiprazol wurde von Otsuka entwickelt, den Vertrieb hatte allerdings Bristol-Myers Squibb übernommen. Als sich die vertragliche Vereinba-

«Der Eintritt in den Schweizer Markt ist uns sehr wichtig, nicht nur wegen Abilify®, sondern auch wegen unseres Wirkstoffes zur Behandlung der polyzystischen Nierenerkrankung – eine seltene Krankheit, für die es bisher noch keine kausale medikamentöse Behandlung gibt.»

Otsuka forscht und entwickelt Medikamente in den Bereichen Mental Health – hier haben wir einen sehr starken Fokus – sowie in den Bereichen Tuberkulose, Nephrologie, Endokrinologie und Onkologie. Weltweit beschäftigt die Otsuka-Gruppe 42 000 Mitarbeiter, es gehören 158 Firmen sowie 43 Forschungsstandorte dazu. Die Produkte sind in mehr als 80 Ländern erhältlich.

Beeindruckende Zahlen. Aber in der Schweiz sind Sie noch nicht so lange?

Das stimmt, die Schweizer Niederlassung

änderte, hat sich Otsuka dazu entschieden, selbst den Vertrieb zu übernehmen, was schliesslich zur Etablierung der Schweizer Niederlassung geführt hat.

Welche Rolle spielt der Standort Schweiz für das Unternehmen?

Der Eintritt in den Schweizer Markt ist uns sehr wichtig, nicht nur wegen Abilify®, sondern auch wegen unseres Wirkstoffes zur Behandlung der polyzystischen Nierenerkrankung – eine seltene Krankheit, für die es bisher noch keine kausale Behandlung gibt. Der Fokus liegt nun darauf, einerseits

Zur Person

Heidi Zbinden
Managing Director



Heidi Zbinden schloss zunächst die Ausbildung als medizinische Praxisassistentin ab und trat drei Jahre später als Aussendienstmitarbeiterin in den Pharmabereich ein, wo sie sich kontinuierlich in den Bereichen Marketing sowie Betriebs- und Gesundheitsökonomie weiterbildete. Nach ihrer Anstellung als Managing Director bei Otsuka Pharmaceutical (Switzerland) GmbH stellte sie quasi das neue Unternehmen auf die grüne Schweizer Wiese: Sie kümmerte sich um den Umbau und die Einrichtung der Büros, rekrutierte Mitarbeiter, übernahm ein bestehendes Produkt und trieb den Aufbau neuer Produktbereiche voran.

eine solide Basis im Schweizer Markt aufzubauen und andererseits natürlich auch weiter zu wachsen. Dann werden wir auch unsere Mitarbeiterzahl von derzeit 20 sicher noch weiter erhöhen.

Einige persönliche Fragen: Aus welchem Bereich kommen Sie?

Ursprünglich bin ich als medizinische Praxisassistentin ausgebildet. Nach drei Jahren in einer Arztpraxis bin ich dann in den Pharmabereich übergetreten, ganz klassisch im Aussendienst. Durch kontinuierliche Weiterbildungen in Marketing sowie in Betriebs- und Gesundheitsökonomie habe ich mir die Kompetenzen für immer anspruchsvollere Aufgaben angeeignet.

Warum sind Sie zu Otsuka gewechselt? Was interessiert Sie an der neuen Aufgabe besonders, welche Herausforderungen gab es zu meistern?

Aufgrund einer Partnerschaft zwischen meinem vorherigen Arbeitgeber und Otsuka habe ich sehr früh erfahren, dass Otsuka eine Niederlassung in der Schweiz plant, und nach Absprache mit meinem Arbeitgeber beschlossen, meine offizielle Bewerbung einzureichen, womit ein intensiver ½Selektionsprozess begann.

Besonders gereizt hat mich die Chance, ein neues Pharmaunternehmen im Schweizer Markt von null aufbauen zu können, praktisch auf die grüne Wiese zu stellen; so eine Möglichkeit gibt es wirklich selten.

Partner Industrie

Wir sind ihre Kunden, sind täglich auf ihre Produkte angewiesen. Angewiesen darauf, dass sie uns und unseren Patienten qualitativ gute Produkte zu fairen Konditionen liefern. Insofern sind sie eher unsere Partner: die vielen grossen und kleinen Firmen, mit denen wir geschäftlich verbunden sind – vom Datenlieferanten bis zur Pharmafirma. Nur, eigentlich wissen wir sehr wenig über sie. Dabei kann es sicher nicht schaden, seine Partner besser kennenzulernen. In unserer neuen, in unregelmässigen Abständen erscheinenden Serie «Partner Industrie» stellen wir – in der Regel in Form eines Interviews – grössere und kleinere Betriebe vor.



Otsuka Pharmaceutical – ein Unternehmen stellt sich vor

Die Otsuka-Gruppe hat ihre Zentrale in Tokio. Sie operiert in 25 Ländern weltweit, beschäftigt mehr als 42 000 Mitarbeiter, umfasst 158 Unternehmen und 43 Forschungseinrichtungen; die Produkte sind in mehr als 80 Ländern weltweit erhältlich. In einem Ranking vom IMS 2013 stand Otsuka Pharmaceutical auf der 8. Stelle der am schnellsten wachsenden Pharmaunternehmen.

Das Unternehmen wurde 1921 gegründet, 1979 erfolgte die Expansion nach Europa. Der Name Otsuka setzt sich aus den japanischen Lauten «o» (Bedeutender) und «tsuka» (Meilenstein) zusammen. Das Unternehmen hat einen pharmazeutischen Zweig (psychische Erkrankungen, kardiovaskuläre Erkrankungen, Endokrinologie, Ophthalmologie, Onkologie, seltene Erkrankungen) sowie einen «nutrizeutischen Bereich», zu dem etwa Sojaprodukte, Kosmetika und Babyprodukte zählen. Die beiden Bereiche zusammen definieren den holistischen Gesundheitsansatz von Otsuka.

Derzeit ist Aripiprazol (Abilify®) das einzige Produkt des Unternehmens am Schweizer Markt.

Die grösste Herausforderung in den ersten acht Monaten war die Parallelität der Ereignisse: einerseits Büros umbauen und einrichten, Mitarbeiter rekrutieren und eine Organisation aufbauen, andererseits die Übernahme eines bestehenden Produktes (Abilify®) im Markt organisieren und den Aufbau neuer Produktbereiche voranzutreiben.

Ihre Arbeit hatte also immer auch einen starken Blick auf die Praxis?

Ja, ich glaube, das ist auch das Spannende an meinem Werdegang, ich hatte die Sicht aus verschiedenen Ecken: in der Arztpraxis der enge Kontakt mit Patienten, im Aussendienst mit Ärzten, dann meine Arbeit im Marketing. Ich habe eigentlich immer von dem, was ich gerade vorher gemacht hatte, profitieren können.

Zurück zum Unternehmen. Otsuka Pharma forscht in verschiedenen Bereichen. Welche Bereiche sind das, welche Produkte sind innerhalb welcher Zeiträume zu erwarten?

Schwerpunktmässig sind das die Bereiche Mental Health und Onkologie. Zudem haben wir auch Forschungsprogramme für verschiedene, wenig beachtete Krankheiten wie zum Beispiel Tuberkulose, die ja immer

noch ein Problem von globaler Bedeutung darstellt. Zu den Produkten, welche sich in der klinischen Phase der Entwicklung befinden, zählen Brexpiprazol zur Behandlung der Schizophrenie und der Depression sowie Idalopirdin zur Behandlung des Morbus Alzheimer. Weitere Produkte im Onkologiebereich sind ebenfalls in Evaluation.

Was dürfen Schweizer Ärzte heute und in Zukunft von Otsuka erwarten?

Es ist uns ein grosses Anliegen, von den Ärzten als vertrauensvoller Partner mit umfassender wissenschaftlicher Kompetenz und hohen ethischen Ansprüchen wahrgenommen zu werden. Ganz wichtig und an vorderster Front sind daher sehr gut ausgebildete Mitarbeiter, die einen schnellen und qualitativ guten Service in medizinischen Fragen bieten. Wir überprüfen die Qualität zudem laufend und verbessern sie. Wir investieren generell sehr viel in die Ausbildung unserer Mitarbeiter.

Etwas unterscheidet unser Unternehmen von anderen: Bei Otsuka wird die japanische Philosophie des «JISSHO» – Überzeugen durch Taten – und des «SOZOSEI» – Kreativität – stark gelebt. Das heisst erstens: Man spricht nicht nur von etwas, sondern man macht es auch, und zweitens: Wenn man Ideen hat und diese mit guten Argumenten darlegen kann, dann werden sie auch aufgenommen und umgesetzt.

«Ich denke, dass das Modell der integrierten Versorgung in Zukunft eine wichtige Stellung einnehmen sollte und dies auch tun wird.»

Auch die Themen Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung sind Werte, die stark im Unternehmen verankert sind; in vielen Ländern und zukünftig auch in der Schweiz werden Projekt dazu umgesetzt.

Der Homepage ist zu entnehmen, dass Otsuka nicht nur den Austausch mit Ärzten, sondern auch mit Patientengruppen sucht. Richtig. Patientenorganisationen sind wichtige Partner, um die Bedürfnisse von Patienten besser verstehen und somit eine verbesserte Therapie fördern zu können.

Richtig. Patientenorganisationen sind wichtige Partner, um die Bedürfnisse von Patienten besser verstehen und somit eine verbesserte Therapie fördern zu können.

Wie gut kennen Ärzte in der Schweiz Ihr Unternehmen eigentlich?

Das ist eine gute Frage! (Lacht.) Ich würde sagen, in der Psychiatrie sind wir bekannt, das Feedback von Mitarbeitern ist jedenfalls durchgehend positiv. Es wird wahr-

genommen und geschätzt, dass ein neues Unternehmen in Bereich der psychischen Krankheiten aktiv ist – und zwar sowohl am Markt als auch in der Forschung, das wird auch deswegen anerkannt, weil sich ja einige grosse Unternehmen hier zurückgezogen haben.

Gibt es etwas, das Sie sich von den Ärzten wünschen würden?

Wie oben angesprochen, würde ich mir wünschen, dass wir als wirklicher Partner gesehen werden. Dazu ist ein intensiver Austausch nötig, um sich gegenseitig besser zu verstehen, um auf Bedürfnisse besser einzugehen. Es ist daher auch wichtig, dass die Ärzteschaft es zulässt, dass Kontakt hergestellt wird.

Was macht Ihnen am meisten Sorgen im Verhältnis der Industrie zur Ärzteschaft in Klinik und Praxis?

Der Zugang zu den Ärzten, die Kommunikation ist für uns ein wichtiges Anliegen, und die wird für Pharmaunternehmen immer schwieriger. Wir arbeiten daran, dass wir von unserer Seite einen Mehrwert bringen, dass unsere Mitarbeiter ein hohes Kompetenzniveau haben, damit die Ärzteschaft sieht: Wir können einen Nutzen daraus ziehen, mit einem Otsuka-Mitarbeiter ein Gespräch zu führen. Es werden aber immer mehr Regeln aufgestellt, beispielsweise wie oft man die Ärzte sehen kann und

wen man besuchen darf, sowohl bei den niedergelassenen Ärzten als auch im Spitalbereich; die Hürden, mit der Ärzteschaft in eine wirkliche Kommunikation zu treten, werden also immer höher.

Wie sehen Sie – aus Sicht der Industrie – die Entwicklung der medizinischen Versorgung in der Schweiz?

Herausforderungen in der medizinischen Grundversorgung gibt es vor allem durch die demografischen Entwicklungen wie natürlich die Überalterung der Gesellschaft und dadurch die Zunahme chronischer Erkrankungen, hier gibt es einen absehbaren Mangel an medizinischen Grundversorgern. Ich denke, dass das Modell der integrierten Versorgung in Zukunft eine wichtige Stellung einnehmen sollte und dies auch tun wird. Das heisst, dass alle Akteure im Ge-

sundheitswesen zusammenarbeiten, mit dem Ziel, den Patienten bestmöglich und auch möglichst kosteneffektiv zu behandeln. Ich sehe dazu bereits erste Ansätze, beispielsweise gute Netzwerke von Hausärzten, die mit Spezialisten und Spitalern zusammenarbeiten – wo also einer weiss, was der andere macht, und zwar unabhängig davon, welche Krankheit der Patient hat. Leider ist die Zahl dieser Beispiele noch sehr gering, es ist aber sicher die richtige Richtung.

Sind Sie eigentlich auch im Bereich der ärztlichen Fortbildung aktiv?

Ja, sogar sehr aktiv, vor allem in den Bereichen von Mental Health. Wir haben beispielsweise im Januar 2015 erstmals und in Partnerschaft mit anderen Pharmaunternehmen die erste grosse Schizophrenie-Akademie durchgeführt, mit durchgehend positivem Feedback.

«Das Anliegen der Swiss Health Quality Association ist die Verbesserung von Qualität und Kompetenz der Mitarbeiter der Industrie auf allen Ebenen.»

Bei diesem Symposium ging es unter anderem um die medikamentöse Therapie, aber auch um die Versorgung der Betroffenen, die ja eine Herausforderung darstellt: Der Patient wird meist zunächst stationär aufgenommen, es folgt ein ambulatorisches Setting, danach kommt die weitere Betreuung durch niedergelassene Psychiater oder Hausärzte – aber wie wird das eigentlich alles sichergestellt? Diese Informationen sind nicht nur für den Hausarzt von Bedeutung, wichtig ist auch, dass er oder sie diese Informationen an Patienten oder Angehörige weitergeben kann. Solche Plattformen sehen wir daher als wichtigen Teil unseres Angebots.

Welches sind Ihrer Ansicht nach die grössten Herausforderungen für die Pharmaindustrie (aktuelle sowie zukünftige) – vom Markt her, aber auch gesundheitspolitisch?

Die grösste Herausforderung ist sicher der Druck auf die Medikamentenpreise, der ist sehr hoch und wird auch in Zukunft nicht abnehmen. Dazu möchte ich sagen: Der Anteil der Medikamentenkosten an den gesamten Gesundheitskosten von aktuell 68 Milliarden Franken verringerte sich kontinuierlich in den letzten Jahren und beträgt heute noch gerade mal 9,2 Prozent. Ein paar weitere Zahlen: Ein vor Kurzem durchge-

führter Auslandspreisvergleich hat gezeigt, dass rund 250 der umsatzstärksten patentgeschützten Originalpräparate der Spezialitätenliste nicht mehr teurer als im vergleichbaren Ausland sind. Im vergangenen Jahr betrug die Differenz noch 5 Prozent, heute ist das nicht mehr so. Verantwortlich dafür sind die Preissenkungen der Jahre 2012, 2013 und 2014, die zusammen mit weiteren Preissenkungen zu Einsparungen von insgesamt 795 Millionen Franken geführt haben. Der Druck bleibt; obwohl die Preise nicht mehr höher sind als im vergleichbaren Ausland, diskutiert der Bundesrat ein neues Preisfestsetzungssystem.

Ist denn unter diesem Preisdruck der Standort Schweiz überhaupt noch attraktiv?

Gute Frage. Was uns von anderen Firmen unterscheidet, ist das Thema Nachhaltigkeit. Wir wollen den Patienten die Medika-

mente zugänglich machen.

Entscheidend ist, dass das Produkt hilft. Man könnte auch sagen: Der Patient leidet, es gibt dagegen ein Produkt, das möchten wir zu Verfügung stellen. Diese Einstellung wird vom ganzen Unternehmen gelebt.

Und die Herausforderungen im internationalen Vergleich?

Die Herausforderungen liegen hier darin, insgesamt Zugang zum Markt zu erhalten, Produkte zu registrieren, in die Krankenkassen aufgenommen zu werden – diese Fragen beschäftigen die Industrie derzeit sicher am meisten.

Sie sind Präsidentin der Swiss Health Quality Association – was ist deren Anliegen?

Die SHQA wurde 2006 gegründet und ist ein Non-Profit Verein mit aktuell 53 Mitgliedsfirmen aus den Bereichen Pharma und Medizintechnik.

Die shqa hat das Ziel, führender Anbieter von Lösungen zur Qualitätssteigerung und -sicherung im Schweizer Gesundheitswesen zu werden. Wir bieten zurzeit Folgendes für unsere Mitglieder an:

- ❖ zertifizierte/r Pharmaberater/in SHQA
- ❖ Pharmaspezialist mit eidgenössischem Fachausweis

❖ SHQA-Academy mit inhaltlich unterschiedlichen Fortbildungsangeboten für die Industrie.

Das Anliegen der SGQA ist die Verbesserung von Qualität und Kompetenz der Mitarbeiter der Industrie auf allen Ebenen.

Ist das freiwillig oder verpflichtend?

Die Fortbildung ist freiwillig. Wir haben allerdings positiv überrascht festgestellt, dass sich der zertifizierte Pharmaberater mittlerweile zum Standard entwickelt hat, Sie werden so schnell niemanden ohne dieses Zertifikat finden. Denn natürlich herrscht ein gewisser Druck im Markt; diese Kompetenz zu haben ist wirklich zu einem Gütesiegel geworden. Die Ausbildung umfasst sehr grundsätzliche Themen in den Bereichen Pharmakologie und Anatomie, aber auch Ethik und Recht: Wie verhalte ich mich im Markt, was darf ich, was darf ich nicht, was umfasst geltendes Recht, was steht in der Arzneimittelverordnung, im Heilmittelrecht? Diese Grundlagen muss ein Aussen dienstmitarbeiter kennen, um ein kompetentes Gespräch mit einem Arzt führen zu können. Die nächste Stufe ist der eidgenössische Teil, der teils schriftlich, teils mündlich als Gespräch mit einem Arzt und mit Gruppen abgehalten wird. Man muss ja mit Ärzten oder Spitalnetzwerken kommunizieren können. Unsere Dienstleitungen von SHQA sollen dazu beitragen, dass Pharmamitarbeiter als kompetente Partner wahrgenommen werden. ❖

Das Gespräch führte Christine Mücke.

Swiss Health Quality Association

Die Swiss Health Quality Association (SHQA) wurde 2006 gegründet und ist ein Non-Profit-Verein mit derzeit 53 Mitgliedsfirmen. Sie bietet zukunftsorientierte Lösungen zur Qualitätssteigerung und -sicherung im Gesundheitswesen, um zur Förderung der Mitarbeiter sowie zur Sicherstellung rechtskonformen Verhaltens beizutragen und so die Reputation der Pharmaindustrie zu fördern.

Mehr über die SHQA und ihre Angebote finden Sie online unter: www.shqa.ch