

Kontrastmittelmarkt im Wandel

Neue Anwendungsgebiete sorgen für Wachstumsimpulse

Von Prof. Dr. Jochen Gaa, TU München, und Astrid Heilmair, Michael Thies Management Consultants*

Kontrastmittel finden routinemäßig Einsatz bei bildgebenden Verfahren und dienen der verbesserten Darstellung von Strukturen und Funktionen des Körpers. Radiologen und Patienten profitieren von den besseren Darstellungsmöglichkeiten mittels Kontrastmitteln bei der diagnostischen Bildgebung: So lassen sich Krankheiten präzise und frühzeitig erkennen sowie behandeln und überwachen. Viele Strukturen des Körpers blieben vor der Verwendung von Kontrastmitteln unsichtbar und konnten erst durch deren Einsatz dargestellt werden. Häufig ist auch erst durch den Einsatz von Kontrastmitteln eine klare diagnostische Aussage über die exakte Ausdehnung einer Erkrankung möglich.



Prof. Dr. Jochen Gaa



Astrid Heilmair

Spezifischer Nischenmarkt

Die klinischen Anwendungsbereiche von Kontrastmitteln lassen sich grob in drei Bereiche einteilen:

- ◆ Röntgendiagnostik und Computertomographie (CT)
- ◆ Magnetresonanztomographie (MRT)
- ◆ Sonografie (Ultraschalldiagnostik)

Der Kontrastmittelmarkt stellt einen sehr spezifischen Nischenmarkt des Arzneimittelmarkts dar. Mit einem Wert von etwa 3,8 Mrd. Euro im Jahre 2005 (Global Industry Analysts, 2005) entspricht dies weniger als 1% des weltweiten Arzneimittelmarkts. Auch wenn es sich bei Kontrastmitteln nicht um sogenannte Blockbuster-Produkte handelt, erzielen erfolgreiche Produkte globale Umsatzwerte von über 300 Mio. Euro. Aufgrund der Marktstrukturen können etablierte Produkte selbst nach Ende des Patentschutzes noch lukrativ – insbesondere im MRT-Bereich – vermarktet werden.

Chancen und Risiken im Kontrastmittelmarkt

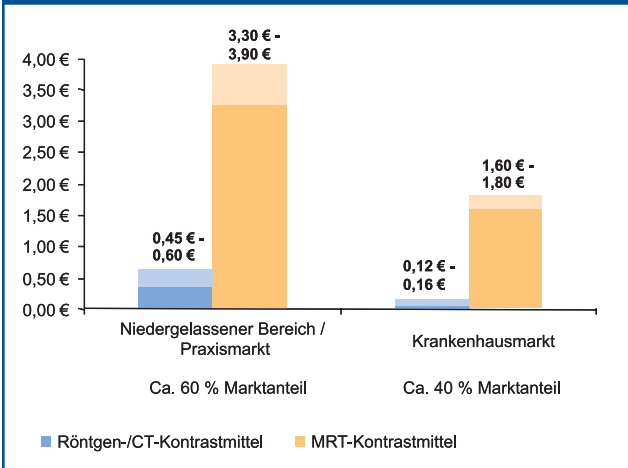
Auch in den nächsten Jahren ist mit einem deutlichen Marktwachstum zu rechnen. Insbesondere bei Kontrastmitteln im MRT-Bereich wird in den nächsten Jahren ein Anstieg von etwa 6 bis 8% der Anwendungen prognostiziert. Dies ist zum einen auf neue klinische MRT-Anwendungsgebiete (zum Beispiel Ganzkörper-Magnetresonanztomographie, Ganzkörper-

Magnetresonanztomographie) zurückzuführen. Zum anderen unterstützen die hervorragenden kontrastgebenden Eigenschaften und die breitgefächerten Anwendungsmöglichkeiten den wachsenden Absatz der MRT-Kontrastmittel. Bei den Röntgen-/CT-Kontrastmitteln ist eher mit einer Stagnation auf hohem Niveau zu rechnen.

Die Marktentwicklung erfährt durch die Betrachtung weiterer Aspekte jedoch eine Relativierung. Das Marktsegment für Röntgen-/CT-Kontrastmittel verliert aufgrund einer lang anhaltenden Preiserosion – die meisten Produkte weisen keinen Patentschutz mehr auf und Innovationen sind derzeit nicht in Sicht – an Bedeutung. Im MRT-Bereich sieht die Prognose etwas anders aus. Eine Vielzahl von Patenten endet erst innerhalb der nächsten fünf Jahre. Der Preisverfall findet daher noch nicht in dem ausgeprägten Maße wie im Röntgen-/CT-Bereich statt. Produktneuerungen, die den Markt beleben, sind aber auch hier für die nächsten Jahre kaum zu erwarten. Eine der Herausforderungen der nächsten Jahre zielt somit darauf ab, die weiter anhaltende Preiserosion mit steigenden Absatzmengen zu kompensieren.

*) Prof. Dr. Jochen Gaa ist Facharzt für Radiologische Diagnostik und Oberarzt am Institut für Röntgendiagnostik, Klinikum Rechts der Isar, Technische Universität München; Astrid Heilmair ist Consultant bei Michael Thies Management Consultants.

ABB. 1: DURCHSCHNITTLICHE PREISGESTALTUNG IM KONTRASTMITTELMARKT IN DEUTSCHLAND



Quelle: Eigene Darstellung

Der Markt für Kontrastmittel ist durch ein Oligopol von großen Original-Herstellern geprägt. Dennoch besteht eine hohe Wettbewerbsintensität, da es sich mittlerweile um einen Commodity-Markt handelt, das heißt, es besteht ein hohes Substitutionspotenzial der Produkte untereinander. Veränderungen im Hinblick auf das Eintreten neuer Marktteilnehmer sind insbesondere durch das Auslaufen der Patente sowie durch die in der Regel staatlich gewünschten und geförderten Regelungen zum verstärkten Einsatz von Generika zu erwarten.

Deutschland – ein lukrativer Markt mit eigenen Spielregeln

Deutschland ist der größte europäische Markt für Kontrastmittel. Der Wert kann nach Expertenmeinungen auf etwa 250 bis 300 Mio. Euro für das Jahr 2008 beziffert werden. Für eine differenzierte Marktbetrachtung ist die Unterscheidung in den niedergelassenen Bereich (Praxismarkt) und den Krankenhausmarkt erforderlich. Der niedergelassene Bereich – mit einem Marktanteil von ca. 60% – stellt das derzeit höherpreisige Marktsegment dar. Der Krankenhausmarkt – mit einem Marktanteil von ungefähr 40% – ist im Gegensatz dazu durch einen intensiven Preiswettbewerb gekennzeichnet.

Hinsichtlich der Marktanteile in Klinik und Praxis nimmt Deutschland eine Sonderrolle ein: Weltweit betrachtet weist der Krankensektor einen Marktanteil von 80% und der niedergelassene Bereich einen Marktanteil von 20% auf.

In Deutschland gelten besondere Spielregeln für den Kontrastmittelmärkte. Kontrastmittel gehören zwar der Kategorie „Arzneimittel“ (§ 2 AMG) an, sie sind

aber von der Apothekenpflicht befreit (§ 44 und § 47 AMG) und können daher direkt – ohne den „Umweg“ der Apotheke – an den niedergelassenen Radiologen und das Krankenhaus geliefert werden. Kontrastmittel unterliegen somit auch nicht der Arzneimittelpreisverordnung (§ 78 AMG).

Da Kontrastmittel im niedergelassenen Bereich über den sogenannten Sprechstundenbedarf abgerechnet werden und dieser nicht über die Bonus-Malus-Regelung der Krankenkassen erfasst wird, besteht für den Radiologen derzeit nur ein geringer Anreiz, auf preisgünstige Produkte zurückzugreifen. Außerdem erfolgt keine Patientenzuzahlung, so dass auch hier kein entsprechender Steuerungsmechanismus greift. In Bayern erfolgt hingegen schon seit einigen Jahren eine andere Abrechnungspraxis

mittels Pauschalen: Hier ist die Preisgestaltung auch für den niedergelassenen Radiologen von Interesse.

Der Einkauf von Kontrastmitteln in Krankenhäusern erfolgt über den Krankenhausapotheker. Da die Krankenhäuser die Kosten für Kontrastmittel selbst tragen müssen, besteht hohes Interesse an günstigen Einkaufskonditionen. Der Wettbewerb ist hier insbesondere durch einen ausgeprägten Preiskampf charakterisiert.

Ausblick

Der Kontrastmittelmärkte ist ein sehr spezifischer, aber (derzeit noch) lukrativer Nischenmarkt, mit eigenen Rahmenbedingungen und Spielregeln, die es zu beachten gilt. Vor allem in den nächsten Jahren, wenn die meisten Patente im höherpreisigen MRT-Bereich auslaufen, ist mit zahlreichen Veränderungen zu rechnen. Diese Entwicklungen wurden und werden bereits von einigen Generika-Anbietern antizipiert, die zukünftig aktiv den Markt mitgestalten wollen. Sobald in Deutschland der Einsatz von Generika-Kontrastmitteln auch gesundheitspolitisch forciert wird, ist ein deutlicher Push für Generika-Anbieter zu erwarten. Dies bietet auch kleineren Unternehmen und Start-ups die Möglichkeit, sich als „First Mover“ in diesem Markt zu bewegen bzw. von einem solchen Trend zu profitieren. Dass sich auch große Originalhersteller mit dieser Thematik befassen, sieht man beispielsweise an Bayer Schering Pharma, die von der Tochterfirma Marotrast ein eigenes Kontrastmittel-Generikum auf den Markt gebracht haben. Um erfolgreich am Markt bestehen zu können, ist es für Hersteller erforderlich, die voraussichtlich weiter sinkenden Preise mit einem gesteigerten Absatz kompensieren zu können.