

CHINA

Komplexes Land der faszinierenden Möglichkeiten

Das Verhältnis vieler Unternehmen zu China ist ambivalent: Einerseits locken ein Milliardenvolk und paradiesische Wachstumsraten, andererseits sind die Verhältnisse vor Ort aus dem westlichen Blickwinkel schwer zu erfassen. Qiagen versucht den Spagat mit einer dualen Strategie.

Chinas Wirtschaft hat sich angesichts des Zusammenbruchs der Finanzmärkte im Jahr 2009 nicht nur als besonders widerstandsfähig erwiesen, sondern ist ungeachtet der allgemeinen Krisenstimmung weiter gewachsen. Damit ist das Land noch stärker als bislang in den internationalen Blickpunkt gerückt und gehört heute für die meisten Unternehmen speziell in Biotechnologie und Pharma zu den strategisch wichtigsten Märkten weltweit. Mit seinen 1,3 Mrd. Einwohnern hat China das Potential, zum weltgrößten Markt im Bereich der Gesundheitsversorgung aufzusteigen. Bereits jetzt nimmt das Land eine Spitzenposition in Asien ein und hat längst Japan und Korea überholt. Der chinesische Markt für *in vitro*-Diagnostik (IVD) wird zum Beispiel auf rund 1,4 Mrd. US-Dollar beziffert und wächst jährlich um etwa 15%.

Im Jahr 2005 hat Qiagen die erste Tochtergesellschaft in Shanghai gegründet, um rasch in den lokalen Markt vordringen zu können. Seitdem sind aus der einen Niederlassung mit acht Mitarbeitern fünf Niederlassungen

mit insgesamt 350 Beschäftigten geworden. In dieser kurzen Zeit konnte der Umsatz mehr als verzwanzigfacht werden. China wurde für Qiagen – gemessen am Umsatz – zum drittgrößten Markt weltweit. Der Erfolg fußt auf einer starken Präsenz in einem riesigen und zudem hochkomplexen Markt. Einige der entscheidenden Erfolgsfaktoren sollen im Folgenden näher beleuchtet werden.

In China für China

Aufgrund seiner riesigen und vielfältigen Bevölkerung weist China unterschiedliche Krankheitsmuster auf, aus denen ganz spezielle Anforderungen an die Gesundheitsversorgung erwachsen. China als homogenes Land zu betrachten, ist ein Fehler. Betrachtet man Statistiken wie das Bruttoinlandsprodukt pro Kopf, offenbart sich ein völlig anderes Bild: das einer großen Ungleichheit. Im Grunde lässt sich China als Kombination aus westeuropäischen, osteuropäischen und afrikanischen Komponenten betrachten. In einer von so eklatanten Unterschieden geprägten Gesellschaft ist es für internationale Unternehmen besonders wichtig, sich auf marktrelevante Innovationen und die speziellen Gesundheitsbedürfnisse der Menschen zu konzentrieren, in deren Dienst sie stehen. Einerseits sind viele moderne Technologien dank des rapiden Wirtschaftswachstums für die chinesische Bevölkerung leichter zugänglich geworden. Andererseits aber lebt ein Großteil der Menschen weiterhin unterhalb der Armutsgrenze und weicht in seinen Bedürfnissen stark vom Rest des Landes ab.

Wahre Bedürfnisse des Marktes nachvollziehen

Zudem sind Vertriebsleistungen und Kundenerwartungen in China dynamisch. Pro-

dukte, die für westliche Märkte entwickelt wurden, sind häufig nicht für den chinesischen Markt geeignet. Kunden akzeptieren bisweilen eine 80%-ige Produktleistung bei Halbierung des üblichen Preises. Internationale Unternehmen, die ausschließlich für westliche Industrienationen oder das Premiumsegment produzieren, können die wahren Bedürfnisse des lokalen Marktes möglicherweise nie ganz nachvollziehen.

Qiagen hat sich darauf eingestellt und vermarktet sowohl international entwickelte Technologien als auch an lokale Bedürfnisse angepasste Produkte. So kann mit lokaler Forschung und Entwicklung und Fertigung das gesamte Technologiespektrum abgebildet werden. „Qiagen – Made in China“ sind zum Beispiel spezielle Nachweise für HIV, Hepatitis C (HCV), Hepatitis B (HBV) oder Tuberkulose (TB) sowie Tests und Komponenten für die Erkennung und die Vorbeugung von Pandemien. Qiagen hat als erstes Unternehmen Tests zur eindeutigen Diagnose der Vogelgrippe (H5N1) und des Schweren Akuten Respiratorischen Syndroms (SARS) sowie einen Schnelltest für die Influenza A (H1N1) auf den Markt gebracht.

Abkehr von traditionellen Methoden

Diese zielgerichtete, auf die örtlichen Besonderheiten ausgerichtete Strategie eröffnet viele Möglichkeiten, den Markt noch stärker zu durchdringen. In China und anderen Schwellenländern sieht nicht nur Qiagen, sondern die gesamte Pharmaindustrie die Möglichkeit für eine schnelle Umstellung auf innovative Probenvorbereitungs- und Testtechnologien. Ähnlich wie in weiten Teilen des Landes direkt in den Aufbau eines modernen Mobilfunknetzes anstatt in Festnetztelefone investiert wurde, vollzieht sich der Wechsel von traditionellen Methoden zugunsten molekula-

Der Autor



Victor Shi ist President Asia Pacific bei Qiagen. *Shis Aufgabe ist es, Qiagens Geschäft in Asien strategisch weiterzuentwickeln. Ihm unterstehen elf*

Niederlassungen mit mehr als 500 Beschäftigten. Shi hat sowohl in China, den USA und Singapur studiert. Vor seinem Engagement bei Qiagen war er bei verschiedenen Pharmakonzernen tätig.

rer Technologien. Die Bereitstellung innovativer, an den lokalen Markt angepasster Technologien ist gleichwohl nur der erste Schritt – es gilt gleichzeitig sicherzustellen, dass diese Lösungen für alle Menschen zugänglich sind.

Angesichts der enormen Größe Chinas arbeitet Qiagen kontinuierlich daran, seine Beziehungen zu Vertriebspartnern vor Ort, zur Regierung, zu Nichtregierungsorganisationen und vielen anderen Partnern auszubauen. Ein ganz neuer Impuls mit viel Synergiepotential ergibt sich aus dem jüngsten Bestreben der chinesischen Regierung nach einer Gesundheitsreform.

Präventiv-Methoden

Diese Reform wird mit vielen positiven Änderungen einhergehen, darunter der Vergrößerung der Versichertenbasis und Erhöhung des Prämienaufkommens. Zugleich widmet die Regierung sich verstärkt der gesundheitlichen Absicherung der Landbevölkerung. Diese Bemühungen können den Zugang zu modernen Technologien für mehr Menschen ermöglichen und so deren Verbreitung befördern. Weiterhin wird der Wissensstand der Bevölkerung zum Thema Krankheiten erhöht, so dass ein Wandel in Richtung Prävention eingeleitet werden könnte. Das wäre nichts weniger als die Abkehr vom traditionellen Konzept der symptombezogenen Therapie.

Öffentliche Investitionen in das Gesundheitswesen sowie die Förderung lokaler Innovationen bilden ebenfalls einen Teil der Reform. Dies mag als Wettbewerbsförderung interpretiert werden; angesichts der geringen Marktdurchdringungsraten bereitet ein solcher Ansatz aber einheimischen und ausländischen Unternehmen gleichermaßen den Weg.

Überall in Asien und insbesondere in China stößt man auf enorme Anforderungen und Chancen. Erfolgreiche Unternehmen müssen die Anforderungen von lokalen Märkten verstehen und ihnen gerecht werden können. In einem so komplexen und unbeständigen Land wie China müssen erfolgreiche Player Mittelwege finden und sich hinterfragen: Wie agiere ich zwischen lokalen Geschäftsmethoden und internationalen Standards, zwischen östlicher und westlicher Kultur, zwischen wegbereitenden Innovationen und moderaten Preisen. Gleichzeitig darf dabei die globale Wettbewerbsfähigkeit nicht aus dem Blick geraten. Das Thema China findet sich auch auf der Agenda der vierten „DVFA Life Sciences Conference“ am 17. Mai in Frankfurt am Main zum Thema „Going East – Going West“.

INTERVIEW

China: „20 bis 30% Wachstum pro Jahr“

transkript

Sie kommen gerade von einer mehrwöchigen China-Reise, während der Sie den chinesischen Markt studiert haben. Welche Eindrücke bringen Sie mit?

Manns

Mit der 2009 begonnenen Reform ist der chinesische Gesundheitsmarkt für westliche Firmen noch interessanter geworden. Von 2009 bis 2011 investiert die Regierung mehr als 90 Mrd. Euro in das Gesundheitssystem. Die Hälfte davon fließt in Infrastrukturmaßnahmen – also Krankenhäuser vor allem im ländlichen Gebiet. Die andere Hälfte wird in den Aufbau eines Krankenversicherungssystems investiert. Derzeit sind zwar schon 90% der Chinesen krankenversichert, das allerdings nur rudimentär.

transkript

Wie stellt sich der chinesische Pharmamarkt dar?

Manns

Einheimische Unternehmen sind noch immer recht klein. Daher ist die Landschaft unübersichtlich und zersplittert. Laut IMS Health sind unter den zehn größten Unternehmen mit Pfizer, AstraZeneca, Bayer, Sanofi-Aventis, Roche und Novartis immerhin sechs westliche zu finden. Auch in den meisten Indikationen dominieren westliche Konzerne. So hat etwa Novo Nordisk am Insulin-Markt einen 70%-igen Anteil – und das bei Preisen, die nur unwesentlich unter den europäischen liegen.

transkript

Wo sind chinesische Unternehmen stark?

Manns

Sie dominieren vor allem bei Stents – also Gefäßstützen. Hier haben chinesische Unternehmen einen Marktanteil von annähernd 80%. Interessant ist, dass die traditionelle chinesische Medizin immer noch großen Zuspruch findet. Kräuterheilmittel und ähnliche Therapien sind vor allem in ländlichen Gebieten begehrt und machen immer noch 30% des Marktes aus. Die Wachstumsraten sind mit 20 bis 30% pro Jahr beachtlich – wie eigentlich im gesamten chinesischen Pharmamarkt.

transkript

Also tatsächlich paradisische Zustände?



Dr. Markus Manns, UNION Investment

Markus Manns ist Senior Fondsmanager bei Union Investment. Er ist zudem einer der Vorsitzenden des DVFA Committee Life Science. In dieser Rolle spricht er auf der DVFA Life Science Conference am 17. Mai in Frankfurt/Main zum Thema „Going East“.

Manns

Die Wachstumsperspektiven für große westliche Konzerne mit etablierten Marken sind exzellent, denn die Qualität der einheimischen Medikamente schwankt. Zwar hat die Regierung die GMP-Richtlinien verschärft, allerdings mit einer fünfjährigen Übergangszeit. Die großen Konzerne haben mit ihren etablierten Marken große Vorteile. Bei aller Euphorie bleibt China eine staatlich gelenkte Wirtschaft. Die Preise für Medikamente werden regelmäßig gekürzt.

transkript

Lohnt es sich, in chinesische Pharmaunternehmen zu investieren?

Manns

Es gibt einige börsennotierte Konzerne, die allerdings auch ihren Preis haben. So weist das Medizintechnik-Unternehmen Shangdong Weigao für 2011 bei einer Marktkapitalisierung von 5 Mrd. US-\$ ein Kurs-Gewinn-Verhältnis von 27 aus. Der Medikamenten-Großhändler Sinopharm ist mit 6,6 Mrd. US-\$ und einem KGV von 32 bewertet. Die gelisteten Player erhalten leichter Zugang zu Kapital, so dass sie die Konsolidierung der Landschaft mit ihren mehr als 4.000 Unternehmen – allein im Medikamentenvertrieb – aktiv vorantreiben werden. Das ist ein Anliegen der chinesischen Regierung, die noch an vielen gelisteten Unternehmen beteiligt ist.