



VEREINIGUNG PHARMAFIRMEN
IN DER SCHWEIZ
ASSOCIATION DES ENTREPRISES
PHARMACEUTIQUES EN SUISSE
Baarerstrasse 2, Postfach 4856, 6304 Zug

vips-Stellungnahme zum Artikel „Höhere Preise für identische Pillen“ von Urs Gasche im „Tages-Anzeiger“ und „Bund“ vom 16. Januar 2012

Kein Mehraufwand – sondern erhöhte Konkurrenz, die zu Einsparungen führt

Im oben genannten Beitrag ist zu lesen, dass in der Spezialitätenliste (SL) Medikamente mit identischem Wirkstoff zu unterschiedlichen Preisen angeboten werden. Es wird behauptet, dass den Krankenkassen damit ein Mehraufwand von CHF 74 Millionen entstehen würde. Diese Behauptung ist falsch.

Um was geht es?

Im Bericht geht es um Medikamente im patentgeschützten Bereich. Es ist zutreffend, dass es in der Spezialitätenliste verschiedene Medikamente mit gleichem Wirkstoff aber unterschiedlichen Namen gibt und diese von den Krankenkassen vergütet werden.

Es handelt sich dabei in der Regel um **Co-Marketing-Medikamente** oder **Liefervereinbarungen** zwischen einem Originalhersteller und einer oder mehreren Pharmafirmen.

Bei **Co-Marketing** nimmt eine Pharmafirma bei der Registrierung des Medikamentes auf den Registrierungsprozess eines bereits bei Swissmedic von einer anderen Pharmafirma registrierten Medikaments Bezug. Das neu registrierte, identische Medikament hat einen anderen Markennamen als das bereits registrierte. Beide Pharmafirmen konkurrieren sich mit ihren Co-Marketing-Medikamenten im Markt.

Warum entschieden sich Pharmafirmen für **Co-Marketing**? Zwei Pharmaunternehmen teilen sich die Aufwendungen für die Erforschung und Entwicklung eines neuen Medikaments. Wird dieses dann unter zwei verschiedenen Markennamen von je einer Pharmaunternehmung als Zulassungsinhaberin registriert und unabhängig voneinander vermarktet, handelt es sich um **Co-Marketing**. Wird es nur unter einem Markennamen mit einer Zulassungsinhaberin registriert und von beiden Unternehmen gemeinsam vermarktet, handelt es sich um **Co-Promotion**.

Läuft in absehbarer Zeit das Patent eines Originalmedikaments ab, vereinbart eine Originalherstellerin mit einer oder mehreren Pharmafirmen (in der Regel Generikahersteller) **Liefervereinbarungen**. Danach beliefert die Originalherstellerin ihre Partner mit dem identischen Fertigprodukt oder der chemische Substanz. Die jeweiligen Vertragspartner lassen das Medikament als Co-Marketing-Medikament bei Swissmedic registrieren und beantragen beim Bundesamt für Gesundheit (BAG) vor Patentablauf die Aufnahme in die Spezialitätenliste, in der Regel zu einem signifikant günstigeren Preis als das Originalmedikament. Dies erlaubt den Vertragspartnern eine wettbewerbsfähige Teilnahme am Generikamarkt.

Solche **Liefervereinbarungen** erlauben es der Originalherstellerin durch die Belieferung anderer Pharmafirmen mit Fertigprodukten oder chemischen Substanzen indirekt am Generikamarkt teilzunehmen. In der Regel senkt die Originalherstellerin dann spätestens nach Patentablauf den Preis des Originalmedikaments ebenfalls signifikant (oft bis auf Generikapreisniveau), sodass die Patienten das Originalmedikament weiterhin mit einem Selbstbehalt von nur 10% beziehen können.

Wirkungen für das Gesundheitswesen

Durch Co-Marketing und Liefervereinbarungen stehen also oft bereits vor Patentablauf Medikamente mit

gleichen Wirkstoffen zu günstigeren Preisen als die Originalmedikamente zur Verfügung. Dies erlaubt den Ärzten oder Apothekern, diese kostengünstigere Medikamente zu verschreiben resp. abzugeben und so Medikamentenkosten einzusparen. Tatsächlich verlieren die teureren Medikamente in der Praxis innert kürzester Zeit zu Gunsten der billigeren Medikamente markant an Marktanteil. Co-Marketing und Liefervereinbarungen führen als nicht zu Mehrkosten im Gesundheitswesen, sondern im Gegenteil zu erheblichen Einsparungen.