

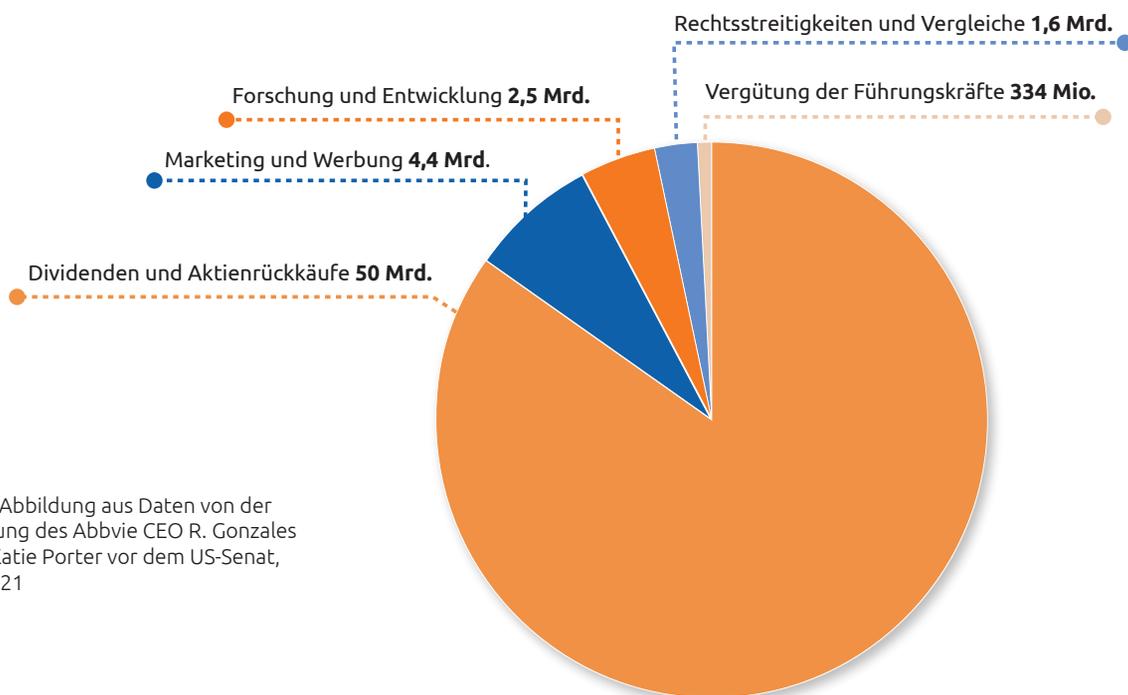
„Neue Arzneimittel sind so teuer, weil die Kosten für Forschung und Entwicklung so hoch sind.“



Nachgefragt & Nachgedacht

Wie hoch die Kosten für Forschung und Entwicklung (F&E) sind, ist in der Regel Firmengeheimnis. Bei Abbvie wurde im Zeitraum 2013-2018 für F&E 2,5 Mrd. US\$ ausgegeben, für Marketing deutlich mehr, 4,4 Mrd. US\$, und für Dividenden und Aktienrückkäufe (zur Kursstabilisierung, Dividendenerhöhung und Managementstärkung), das 20fache, 50 Mrd. US\$ (s. Abb. 1).¹ Eine Untersuchung von 2019 verglich die Einnahmen aus dem Verkauf von Krebsmedikamenten mit den geschätzten Kosten für F&E. Dabei errechneten die Forscher:innen, dass für jeden geschätzt eingesetzten F&E-Dollar im Durchschnitt 14,50 US\$ an Einnahmen erzielt wurden. Ihre Schlussfolgerung war, dass mit den hohen Krebsmedikamentenpreisen die möglichen Kosten für F&E bei weitem wieder eingenommen wurden, oft nach wenigen Jahren.² Um hohe Kosten für Misserfolge in der Arzneimittelentwicklung zu vermeiden, nutzen große Pharmaunternehmen häufig Ergebnisse aus der öffentlich finanzierten Forschung an Universitäten. Oder sie überlassen das Forschen und Entwickeln kleineren Firmen und kaufen deren Produkte auf.

Abb. 1: Ausgewählte Ausgaben 2013-2018 von Abbvie, USA, in US\$



Eigene Abbildung aus Daten von der Befragung des Abbvie CEO R. Gonzales durch Katie Porter vor dem US-Senat, 18.5.2021

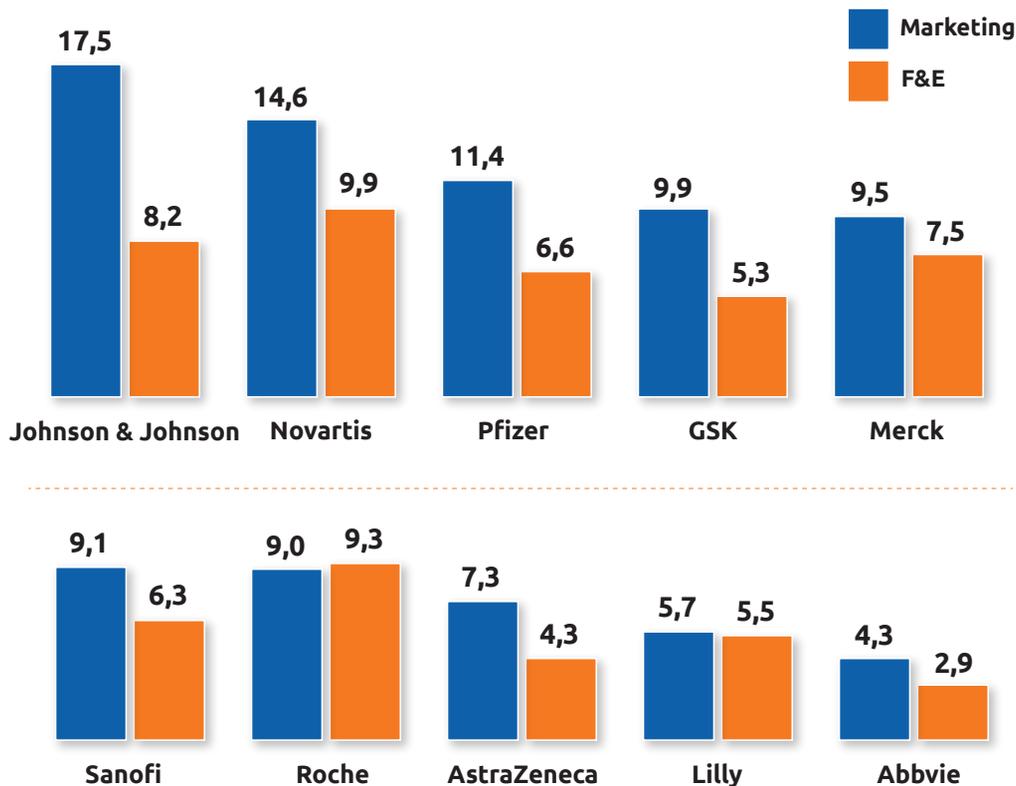
¹ Rep. Katie Porter Grills Big Pharma CEO For Putting Profits Before Patients - FULL QUESTIONING <https://www.youtube.com/watch?v=vOfaNdqIUk> (Befragung des CEO von Abbvie Richard A. Gonzalez durch Katie Porter, US-Abgeordnete der US-Demokraten am 18.5.21) (Zugang am 17.5.2023) eigene Abbildung aus den präsentierten Daten

² Tay-Teo K, Ilbawi A, Hill SR. Comparison of Sales Income and Research and Development Costs for FDA-Approved Cancer Drugs Sold by Originator Drug Companies. JAMA Netw Open. 2019;2(1):e186875. <https://jamanetwork.com/journals/jamanetworkopen/fullarticle/2720075> (Zugang am 24.8.2023)

Soweit ermittelbar, sind die Ausgaben für Marketing bei allen großen Firmen höher als die für F&E (s. Abb. 2).^{3,4,5} Die Pharmabranche erzielt mit ihrer Strategie in Europa und den USA seit Jahren die höchsten Gewinne aller Branchen mit jährlich ca. 25 % (vor Zinsen und Steuern). Die Informationstechnologie-Branche mit Microsoft, Apple und Google erreicht ca. 18 %.⁶

Statt viel für F&E auszugeben, lohnt es für Pharmafirmen mehr, in Marketing und Werbung zu investieren, um mit professionellen Strategien das Verschreibungsverhalten von Ärzt:innen zu beeinflussen.

Abb. 2: Ausgaben großer Pharmafirmen für Marketing und F&E 2013 in Mrd. US\$
Quelle: <https://accesstomedicines.org/real-cost-of-rd>



Kurzgefasst

- ▶ Die hohen Arzneimittelpreise sind sachlich nicht mit den Ausgaben für F&E begründbar.
- ▶ Pharmaunternehmen kaufen und vermarkten gezielt erfolgreiche Forschungsergebnisse anderer Firmen oder Universitäten. Dadurch vermeiden sie Ausgaben für Misserfolge bei Projekten.
- ▶ Die hohen Gewinne der Pharmaunternehmen sind vor allem durch Investitionen in Marketing und Werbung möglich. Dazu gehören professionelle Strategien, um das ärztliche Verschreibungsverhalten zu beeinflussen.

Mit Unterstützung von Jörg Schaaber (BUKO Pharma-Kampagne) und Rolf Blaga (Transparency International Deutschland)

³ Private Patents and Public Health, Health Action International; Changing intellectual property rules for access to medicines. Based on the book by Ellen 't Hoen. Daten von 2013, www.dadaviz.com/i/3194; Abbildung nach <https://accesstomedicines.org/real-cost-of-rd> (Zugang am 17.5.2023) Lizenz unter <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

⁴ Jörg Schaaber. 10 Mythen der Pharmaindustrie. Von zauberhaften Gewinnen und fehlenden Medikamenten. Pharma-Brief SPEZIAL 2/2016 Bielefeld: BUKO Pharma-Kampagne/Gesundheit und Dritte Welt e.V.

⁵ Irene Habich. Ausgaben für Arzneimittelwerbung steigen; 12.5.2016, Deutsche Apothekenzeitung online <https://www.deutsche-apotheker-zeitung.de/news/artikel/2016/05/12/ausgaben-fur-arzneimittelwerbung-steigen> (Zugang am 17.5.2023)

⁶ EBIT; Schröder H. et al. (Hrsg.) (2021) Arzneimittelkompass 2021 Berlin: Springer, S. 263ff https://doi.org/10.1007/978-3-662-63929-0_16 (Zugang am 11.7.2023) Lizenz unter <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de>