



# Erfolgsstrategien globaler Leader in der Ästhetischen Medizin

Der globale ästhetische Markt ist stark segmentiert und wird von vielen Anbietern unterschiedlicher Größe und Finanzkraft bespielt. Während bis vor zehn Jahren kleinere und mittlere Medizinprodukteunternehmen das Bild prägten, hat sich durch ein immer schneller drehendes Übernahmekarussell eine völlig neue Marktaufteilung ergeben.

Etablierte, finanzkräftige Unternehmen aus der Pharmabranche haben die ästhetische Medizin für sich entdeckt. Hier lassen sich Preise setzen und Margen realisieren, die im Sektor der öffentlichen Gesundheit niemals möglich wären. Gleichzeitig ist der Trend zu Konzentration und Marktkonsolidierung auch im Bereich der Medizinprodukteunternehmen ersichtlich. Übernahmen wie der Cynosure-Palomar-Deal zeigen dies eindrucksvoll.

Als Folge dieser Entwicklungen dominieren heute 6 Unternehmen unterschiedlicher Marktsegmente das weltweite Geschehen in der ästhetischen Medizin. Ihre Strategien, die

Aktuelle Finanzdeckdaten (in Mio. \$)			
Firma	Market Capitalisation	Annual Revenues	Cash Revenues
<b>Cynosure</b>	994	300	150
<b>Syneron Candela</b>	286	275	71
<b>Zeltiq</b>	1100	255	47

(Quelle: Medical Insight)

**Tab. 1: Aktuelle Finanzdeckdaten der führenden Firmen in der gerätebasierten Ästhetik (jeweils in Mio. \$).**

Produktportfolios und vor allem die entsprechenden Produkt-pipelines werden die weltweiten Märkte in den nächsten Jahren wesentlich beeinflussen und lenken.

Studiert man die wenigen vorhandenen Marktdaten bezüglich Wachstums- und Umsatzprognosen bis zum Jahr 2020, dürfen sich die globalen Leader auf erfolgreiche Zeiten freuen.

## Marktentwicklung im Bereich Laser & Body Contouring

Für diesen Markt der so genannten "Energy based Devices" hatte Nordamerika in 2015 den größten Anteil mit etwa 51,4% des weltweiten Marktvolumens. Bis 2020 werden hier Umsätze in Höhe von über 2,6 Milliarden US-Dollar erwartet. Dies entspricht einem durchschnittlichen Wachstum von 9,4%. Im Vergleich wird der europäische Markt dagegen nur etwas mehr als 1 Milliarde US-Dollar – also deutlich weniger als die Hälfte – umsetzen, was einem durchschnittlichen Wachstum von 8,4% entspricht.

Interessant ist auch ein Blick in die Subsegmente, die sich signifikant unterschiedlich entwickeln werden. Der Markt für Bodycontouring-Geräte dominiert das Segment der Energy based Devices bereits heute und wird bis 2020 in etwa 50%

des kompletten Marktvolumens im Gerätemarkt auf sich vereinen. Bestimmende Einflussfaktoren sind die steigende Anzahl minimal-invasiver Behandlungsoptionen, die steigende Nachfrage nach nicht-operativen Körperbehandlungen und das wachsende ästhetische Bewusstsein der Bevölkerung.

Glaubt man der Suchmaschine Google, ist der weltweit am häufigsten im Internet gesuchte Begriff das Wort "Abnehmen". Es ist daher nicht verwunderlich, dass sich vor allem die nicht-invasiven Behandlungen zur Fettreduktion überproportional gut entwickeln und bis 2020 ein Marktvolumen von fast 2 Milliarden US-Dollar erreicht haben werden. Neuerungen wie die Kryolipolyse, Radiofrequenz- und hyperthermische Lasertechnologie treiben das Marktwachstum an und sorgen für eine weiterhin überdurchschnittliche Marktentwicklung.

## Die Zahlen der Marktführer

Marktführend im Laser- und Gerätebereich sind die Firmen Cynosure, Syneron Candela und Zeltiq. Allen gemein ist, dass sie sich mit den letzten Produktlaunches auf die erwähnten Wachstumsbereiche innerhalb des Bodycontouring-Marktes, im speziellen auf den Bereich Fettreduktion, spezialisiert haben. Der Branchenprimus Cynosure (USA) wartet noch dazu mit exzellenten Zahlen (s. Tab. 1) und einer gut

Portfolio-Vergleich			
Produktkategorie	Allergan	Galderma	Merz
Nicht-invasive Fettreduktion	Kybella	Kooperation mit Zeltiq	--
Skin Tightening	--	--	Ulthera
Anti-Cellulite	--	--	Cellfina
Filler	Juvederm	Restylane & Emervel	Belotero & Radiesse, Glythone
Brustimplantate	Natrelle	Kooperation mit Mentor	--

(Quelle: Medical Insight)

**Tab. 2: Portfolios der im Bereich Facial Aesthetics führenden Firmen.**

gefüllten Pipeline auf. Zu den führenden Produkten zählen PicoSure, SculpSure (Fettreduktion) und der Vaginallaser MonaLisa, der das Trendthema Intimrejuvenation aufgreift.

Syneron Candela (Israel) setzt seit langem auf Körperbehandlungen. VelaShape ist ein erfolgreich eingeführtes Produkt zur Behandlung von Cellulite, Ultrashape und Profound nehmen sich mit Ultraschall- und Radiofrequenztechnologien diverser Fettpölsterchen am Körper und im Bereich des Doppelkinns an. Finanziell gesehen hat das Unternehmen solide Zahlen vorzuweisen (s. Tab. 1) und investiert wie Cynosure stetig in Forschung und Entwicklung neuer Technologien und Geräte.

Auch Zeltiq (USA) ist ein Market Leader, allerdings ausschließlich im Segment der Kältetechnologie. Das Unternehmen setzt auf Kyrotechnologie und hat mit seinem Gerät CoolSculpting die Kältetherapie zur Bekämpfung lokaler Fettansammlungen weltweit bekannt gemacht. Die patentierte Technologie hält offenbar, was sie verspricht; letztlich ist es für den interessierten Käufer häufig eine Preisfrage. CoolSculpting ist das einzige Produkt des Unternehmens, dessen Zubehör zuletzt

mit einem weiteren Applikator zur Behandlung des submental Fett ergänzt wurde. Trotz dieser eher ungewöhnlichen One-Product-Strategy sind die finanziellen Daten beeindruckend (s. Tab. 1).

## Marktentwicklung im Bereich Facial Aesthetics

Facial Aesthetics ist ein sehr dynamischer Markt und wird vor allem durch die weit verbreitete Verwendung von Fillern und Toxinen vorangetrieben. Facial Aesthetics umfassen neben Fillern und Toxinen auch Chemical Peels und Mikrodermabrasion. Filler und Toxine hatten in 2015 einen Anteil von ca. 35% am Gesamtmarkt der ästhetischen Medizin weltweit. Wiederum ist Nordamerika hier Spitzenreiter mit über 50% Anteil am Weltmarkt, was einem Umsatz von fast 1,4 Milliarden US-Dollar im Jahr 2015 entspricht.

Bis zum Jahr 2020 geht man von einer Verdoppelung dieser Umsatzzahlen aus. Botulinumtoxin wird dabei mit einem Anteil von über 50% des globalen Marktes die Mehrzahl an Behandlungen im Bereich Facial Aesthetics ausmachen.

Auch im Bereich der dermalen Filler wird ein starkes Wachstum von 12% weltweit bis 2020 erwartet. Dies entspricht einem Umsatzvolumen von etwa 1,4 Milliarden US-Dollar. Nordamerika wird auch hier wieder eine Spitzenposition einnehmen und sich damit weiterhin als weltweit größter Markt für die Ästhetische Medizin behaupten.

Dies sind vielversprechende Prognosen für die drei führenden Unternehmen auf diesem Markt. Allergan, Merz und Galderma, allesamt ursprünglich ausschließlich im pharmazeutischen Bereich tätig, sind daher finanziell und in Bezug auf Forschungs- und Entwicklungskompetenzen gut aufgestellt. Sie sind auf dem wichtigen amerikanischen Markt vertreten und verfügen in den entscheidenden Regionen der Welt über direkte Präsenzen mit schlagkräftigen Außendienstteams. Die Strategien der Unternehmen sind in Teilen jedoch sehr unterschiedlich (vgl. Tab. 2).

Während Galderma zur Komplettierung seines ästhetischen Portfolios vorrangig auf Kooperationen mit anderen marktführenden Unternehmen in Subsegmenten des ästhetischen Marktes setzt, scheinen Allergan und Merz zumindest derzeit eine klare Präferenz für Akquisitionen zu haben. Den Kauf der ultraschallgestützten Technologieplattform Ulthera lies sich Merz immerhin 600 Millionen US-Dollar kosten, Allergan gab für Kythera (Produkt Kybella) sogar 2,1 Milliarden US-Dollar aus.

Ergänzt werden die Produktpaletten durch Serviceprogramme für neue und bestehende Kunden. Dazu zählen u.a. die Möglichkeiten, Trainings und Kongresse zu besuchen oder gezielten Marketingsupport zu erhalten.

Der Kampf um die Spitze wird zwischen den Facial-Aesthetics-Spezialisten längst auf vielen Ebenen ausgetragen. Sei es um die besten Mitarbeiter, anerkannte Referenten und Meinungs-

bildner oder den Erwerb neuer Technologien. Allen gemeinsam ist offensichtlich der Wunsch nach einem möglichst kompletten Portfolio. Dies macht es dem geneigten Anwender leicht, mit ein und demselben Unternehmen viele Bedürfnisse einer ästhetischen Praxis zu befriedigen.

Eine aktuelle Entwicklung in der ästhetischen Medizin haben allerdings alle drei Unternehmen verpasst. Liftingfäden, wie es sie z.B. von Stada (Croma) und Sinclair Pharma gibt, hat keines der Unternehmen im Portfolio. Diese lang vergessene non-invasive Technologie hat sich inzwischen von einer Modeerscheinung zu einem etablierten Verfahren weiterentwickelt und lässt sich hervorragend mit Fillern und Toxinen kombinieren. Wir dürfen also gespannt auf die weiteren Entwicklungen am Markt warten. ■