

Berater ja – aber bitte mit Köpfchen

11.05.2006, 17:37 | Gesundheit & Medizin

Pressemitteilung von: *DiapharmGruppe*

Presseagentur: *co-operate Wegener & Rieke GmbH*

Lübeck, 11. Mai 2006. „Die europäische Zulassungsbehörde EMEA plant, ein Qualitätssiegel bereits für frühe Phasen der Projektentwicklung auszugeben“, berichtete Dr. Guido Middeler von der DiapharmGruppe auf der Podiumsdiskussion „Consulting in den Life Sciences“ am Mittwoch (10. Mai 2006) in Lübeck: Dadurch könnten beispielsweise Biotech-Unternehmen ihre Finanzpartner künftig frühzeitig davon überzeugen, dass sich etwa für ein neues Arzneimittel die kostspielige Weiterentwicklung bis zur Marktreife lohne. Solche Chancen für ein Unternehmen zu erkennen gehöre zu den Aufgaben eines guten Beraters. Auf Einladung des BAY TO BIO Förderkreis Life Science e.V. diskutierten im Dräger-Forum, Lübeck, rund 30 Unternehmensvertreter aus der Biotech- und Medizintechnik-Branche über die Frage „Braucht man überhaupt Berater – und wenn ja: wofür?“

Auf das Podium eingeladen hatte Dr. Franz-Peter Marx, der die Veranstaltung für BAY TO BIO organisierte, drei Unternehmensvertreter und drei Beratungsfirmen: Dipl.-Ing. Thomas Bohnen (Pro2 engineering management GmbH), Dr. Günter Brinkhoff (GB Consult GmbH), Prof. Dr. Carsten Claussen (Evotec Technologies GmbH), Dipl.-Ing. Torsten Lönneker-Lammers (LMT Lammers Medical Technology GmbH), Dr. Guido Middeler (Dr. Middeler et al. GmbH / DiapharmGruppe) und Dr. Martin Schmidt (Moeller-Wedel GmbH). Die Moderation übernahm Dr. Bernd Bösche von der Wirtschaftsförderung und Technologietransfer Schleswig-Holstein GmbH.

Einigkeit zwischen Unternehmern und Beratungsfirmen bestand in der Frage, dass die Unternehmen Beratungsleistungen benötigten. Diese müssten aber konkrete, praxisrelevante Lösungsvorschläge beinhalten, deren Umsetzung dann gemeinsam angegangen werden sollte.

Genau hier liege das Beratungs-Dilemma, stellten Dr. Martin Schmidt und Torsten Lönneker-Lammers fest: In der Wahrnehmung der Unternehmen schaue der Berater oft nur auf den Verkauf seiner eigenen Leistung, ohne die wirtschaftlichen Folgen des Beratungsergebnisses mittragen zu müssen. Diesem Eindruck entgegenzuwirken liege in der Verantwortung der Berater selbst. Dies bestätigte auch Dr. Günter Brinkhoff: Vertrauen werde geschaffen, wenn der Berater nicht nur ein Konzept präsentiere, sondern auch dessen Umsetzung begleite. Dabei hänge der Erfolg aber vom Unternehmen ab. Kurzfristige Engagements, die möglicherweise erst dann gesucht würden, wenn es schon lichterloh brenne, hätten geringere Aussichten auf Nachhaltigkeit, als eine frühzeitige Einbindung und kontinuierliche Zusammenarbeit mit Beratern.

Eine Erfahrung, die Dr. Guido Middeler von der DiapharmGruppe teilt: „Die Weichen für den Erfolg von Life-Science-Unternehmen werden schon in sehr frühen Phasen der Produktentwicklung gestellt, beginnend mit der Frage, welche regulatorischen Anforderungen ein Produkt erfüllen muss, bis zu der realistischen Einschätzung, welche Vertriebsmöglichkeiten das Unternehmen hat“. Die Entwicklung eines innovativen Arzneimittels koste bis zu 800 Millionen Euro. Dies entspreche recht genau dem Jahresumsatz aller deutschen Biotech-Unternehmen zusammengenommen. Daran werde deutlich, dass das Gros der Unternehmen alternative „Exit-Strategien“ benötige: „Die Produkte werden in der Regel also bereits vor der Marktzulassung an finanzkräftige strategische Partner verkauft“, erläuterte Middeler. Hierzu müsse die Qualität der Produkte schon in sehr frühen Entwicklungsstadien den Erwartungen der Käufer entsprechen. Das für 2007 geplante Qualitätssiegel der europäischen Zulassungsbehörde sei dafür ein wichtiges Signal – und dies zu erkennen sei Aufgabe der Berater.

Was aber zeichnet den guten Berater aus und wie findet man ihn? Hier stehe wiederum die Glaubwürdigkeit an erster Stelle, meint Thomas Bohnen: Ein klares Leistungsprofil verbunden mit spezifischem Fachwissen sei eine wichtige Grundlage für erfolgreiche Beratung. Dabei den richtigen Berater zu identifizieren sei wiederum Aufgabe des Unternehmers, erläuterte Prof. Claussen: Eine wichtige Voraussetzung, mit dem Berater Lust statt Frust zu erleben sei es dabei, Berater gezielt und für bestimmte fachliche Fragestellungen auszuwählen.

(ca. 4.120 Zeichen)

Kontakt:

DiapharmGruppe
Pressestelle
Lingener Str. 12
D-48155 Münster

Ansprechpartnerin:

Nicole Sibbing

Tel.: +49 (0)251 - 60935-17

nicole.sibbing@diapharmgruppe.de

www.diapharmgruppe.de

Agenturkontakt:

co-operate Wegener & Rieke GmbH
Zumsandstraße 32
D-48145 Münster

Ansprechpartner:

Christian Rieke

Tel.: +49 (0)251 - 3222611

wort@co-operate.net

www.co-operate.net

Hintergrundinformation: DiapharmGruppe

Zum optimalen Management des Produktportfolios von Arzneimitteln und Gesundheitsprodukten bietet die DiapharmGruppe für Unternehmen im Gesundheitsmittel-Bereich umfassenden und individuellen Dienstleistungs- und Beratungs-Service. Die DiapharmGruppe mit ihrem Team von über 40 qualifizierten Mitarbeitern übernimmt auf Wunsch die strategische Beratung, das Management oder die verantwortliche Pflege kompletter Produktportfolios. Sie erwirtschaftet einen Umsatz von 10 Mio. Euro. Gesellschaften der DiapharmGruppe sind die Dr. Stefan Sandner GmbH (Pharmaceutical Management & Portfolio Solutions), die Dr. Kolkmann & Partner GmbH (Drug Registration & New Projects), die Dr. Middeler et al. GmbH (Medical Devices, Quality Management & BioTec), die Zentralinstitut Arzneimittelforschung GmbH (Analytics), die Dr. Ebeling & Assoc. GmbH (Medical Affairs & Pharmacovigilance) sowie Beate Beime & Team (Clinical Research Coordination).

Kontakt:

DiapharmGruppe
Pressestelle
Lingener Str. 12
D-48155 Münster

Ansprechpartnerin:

Nicole Sibbing

Tel.: +49 (0)251 - 60935-17

nicole.sibbing@diapharmgruppe.de

www.diapharmgruppe.de

Agenturkontakt:
co-operate Wegener & Rieke GmbH
Zumsandstraße 32
D-48145 Münster

Portrait

Tel.: +49 (0)251 - 3222611
wort@co-operate.net
www.co-operate.net

News-ID: 86580 • Views: 2694 (Stand: 29.05.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/86580/Berater-ja-aber-bitte-mit-Koepfchen.html>