



Mit Akquisitionen auf Expansionskurs – Interview mit A. Tomczak

Veröffentlicht in 04 / 2014, ÄSTHETISCHE DERMATOLOGIE

Astrid Tomczak, geborene Münchnerin, hat Anfang April 2014 die Geschäftsführung bei Sinclair Pharma übernommen. Die studierte Betriebswirtschaftlerin war vorher lange Zeit bei Q-Med als Sales-Direktorin tätig und führt ebenso eine eigene Unternehmensberatung für den Ästhetischen Medizinbereich. Wir haben mit Frau Tomczak zu ihren neuen Herausforderungen bei Sinclair und über die Zielsetzungen bei den einzelnen Produkten gesprochen.

Ästhetische Dermatologie: Frau Tomczak, erst einmal herzlichen Glückwunsch zur neuen Position bei Sinclair Pharma. Konnten Sie sich in den letzten Wochen bereits einen guten Einblick in Ihren Wirkungsbereich verschaffen?

A. Tomczak: Sinclair hat in letzter Zeit viele Akquisitionen abgeschlossen: Ellansé™, Perfectha® und Silhouette Soft®. Und das ist jetzt der Fokus: Produkte und Firmen die wir gekauft haben, zu integrieren, damit diese auch erfolgreich in den Markt eingeführt werden können. Alle neuen Produkte sind Spezialprodukte – keines kann einfach ohne Training, Workshop oder Einweisung angewendet werden. Perfectha® als Hyaluronsäure ist davon ausgenommen – die ästhetische Welt ist diesbezüglich bereits vorbereitet und gut trainiert. Zurzeit konzentrieren wir uns darauf, ein komplettes Workshop-Programm zu initialisieren und dieses dann auch ab Juli zu starten.

Sie haben bei Sinclair nun die Position als Geschäftsführerin für den deutschen und österreichischen Markt übernommen. Welche Ziele sehen Sie als Ihre größten Herausforderungen für 2014/2015 an?

Es ist eine große Herausforderung, gleichzeitig aber auch eine große Freude, Produkte die keinen direkten Wettbewerb am Markt haben und sozusagen ein Spezialgebiet eröffnen, zu positionieren.

Sinclair Pharma hat Anfang des Jahres die “Obvieline Laboratoires“ übernommen und damit Perfectha® gekauft. Durch diese Hyaluron-Filler ergänzt Sinclair seine Produktrange. Wie wichtig war dieser Kauf für die Positionierung von Sinclair?

Sinclair möchte sich als der Spezialist für Volumenaufbau und Biostimulation positionieren und hier passt Perfectha® mit Perfectha® Subskin, einem einzigartigen Volumenprodukt, sehr gut in das Portfolio. Die Kollagenneogenese erzielen wir mit Sculptra®, mit Ellansé und auch mit den Silhouette Fäden. Diese aus Poly-Milchsäure bestehenden Fäden haben das gleiche Ausgangsmaterial wie Sculptra®. Ellansé™ hat in Untersuchungen, die auch in Kürze publiziert werden, sehr eindrucksvoll bewiesen, dass es nicht nur eine unglaubliche Kapazität zur Neo-Kollagen-Synthese hat, sondern auch einen sofortigen Volumeneffekt bewirkt. Damit können wir uns ganz klar im Bereich der Neo-Kollagen-Synthese, Biostimulation und Volumenaufbau positionieren, mit einem einzigartigen Portfolio, das es bisher so am Markt nicht gibt.

Die Perfectha®-Filler haben in den letzten Jahren einen starken Zuwachs innerhalb der so genannten “Emerging Countries“ verzeichnet. Wie sehen Sie die Chancen für den

deutschen/österreichischen Markt?

In Österreich arbeiten wir mit einem bestehenden Partner, AFS Medical, zusammen, der bereits seit vielen Jahren Perfectha® im Portfolio hat und dort schon sehr gute Verkaufszahlen vorweisen konnte. AFS Medical verfügt über eine eigene Sales Force und ich denke, dass man da noch einiges hören wird. In Deutschland hingegen wird der Vertrieb durch Sinclair selbst erfolgen. Wir bieten den Kunden Workshops an, werden auf allen wichtigen ästhetischen Kongressen als Aussteller vertreten sein und in deren Rahmen auch entsprechende Symposien anbieten.

Auch wenn es bereits mehr als 100 Hyaluronsäure-Produkte auf dem deutschen Markt gibt, ist meiner Meinung nach immer noch Platz für ein gutes Produkt. Perfectha® hat eine extreme Hebekapazität, einen sehr guten Volumeneffekt und eine lange Haltbarkeit. Trotzdem ist Perfectha® durch seine hohe Elastizität und eine niedrige Viskosität einfach zu injizieren, was Ärzte wiederum sehr schätzen.

Werden die Ursprungsproduktionsorte der verschiedenen Produkte beibehalten?

Alle Produkte behalten nach wie vor ihre ursprünglichen Produktionsstandorte. Silhouette Soft®, das in den USA nach sehr hohen amerikanischen Standards produziert wird, hat eine sehr spezifische Herstellung: Viele Arbeitsschritte werden immer noch manuell ausgeführt, um die Präzision, die das Produkt erfordert, auch zu garantieren.

Erzählen Sie uns ein wenig zu dem Kauf von Silhouette Soft®.

Wir haben Silhouette Soft® im April dieses Jahres übernommen – das beinhaltet auch die Übernahme der Produktion, bestehenden Unternehmensstruktur sowie der Mitarbeiter. Bereits aktive Vertragspartner und Distributoren von Silhouette werden in der Regel beibehalten. Sinclair verfolgt in keiner Weise den Ansatz, alte Mitarbeiter nach der Übernahme zu kündigen oder Ähnliches. Wir finden, dass die Bestandsmitarbeiter und Partner der übernommenen Firmen bereits ein wertvolles Wissen über die Produkte, Abläufe und Produktion besitzen. Auch die Distributionswege gehören dazu: In Deutschland haben wir einen sehr guten Partner – die AMT Aromando Medizintechnik.

AMT hat bereits sehr gute Vorarbeit für Silhouette geleistet: Das Produkt wurde sehr professionell in den deutschen Markt eingeführt. AMT bietet einen hervorragenden Service an und konnte bereits eigene Referenzen aufbauen.

Astrid Tomczak

Wie sehen Sie generell das Thema Fadenlifting? Was macht Silhouette Soft® Ihrer Meinung nach so besonders?

Wenn man mit Ärzten spricht, dann kommen häufig zwei Themen im Gespräch auf: Die Goldfäden und die Aptos-Fäden. Fadenlifting kennt man ja bereits seit 1920 – es ist also nichts Neues, aber die Materialien, die bisher verwendet wurden, waren teilweise problematisch, und so bekam das Faden-Lifting einen negativen Touch.

Silhouette Soft® ist ein sicheres Produkt, das einfach einzusetzen ist und bestimmte Merkmale aufweist, die sich deutlich von den bisherigen Fäden-Produkten unterscheiden. Durch die bi-direktionalen Cones (Kegel) haben wir auf der einen Seite eine sehr gute Unterstützung im Gewebe und auf der anderen Seite auch den entsprechenden Zug nach oben, um Fett und abgesunkene Compartments anzuheben bzw. zu repositionieren und damit das jugendliche Dreieck wiederherzustellen. Des Weiteren sind die Fäden von Silhouette auch vollständig resorbierbar und werden in einem Zeitraum von 12 bis 18 Monaten komplett abgebaut.

Durch Silhouette Soft® erhält der Patient ein sehr natürliches Ergebnis und kann zum Beispiel bei einem

Augenbrauen-Lifting live am Spiegel mitverfolgen und bestimmen, inwiefern z.B. die Augenbraue angehoben werden soll. So erhält der Patient sein individuell justiertes Resultat.

Themenwechsel: Injektionen im gynäkologischen Bereich. Einige Filler-Hersteller bieten hier Produkte auch zur Off-Label-Verwendung (z.B. G-Punkt-Augmentation) an, aber noch ist der Markt eher schwach bedient. Wäre dies eine interessante Richtung die Sinclair noch bedienen könnte? Oder steht die reine Gesichts-Ästhetik im Vordergrund?

Wir haben einige Produkte in der Entwicklung, welche die Perfectha®-Range ergänzen werden. Ich kann aber hierzu noch nichts Detailliertes sagen.

Haben Sie weitere Entwicklungen in Planung bei den Perfectha® Fillern? Wie sieht es aus mit Fillern mit Lidocain-Zusatz? Ist so etwas denkbar oder vielleicht bereits in Planung?

Mit Sicherheit wird es die Perfectha®-Produkte in naher Zukunft mit Lidocain geben. Beide Ranges – “mit und ohne Lidocain“ – werden von Sinclair angeboten werden. Wenn man sich nämlich die aktuelle Marktentwicklung anschaut, dann enthalten ca. 70% der verkauften Produkte Lidocain und 30% sind ohne. Dies hat einen guten Grund, denn es treten bei Lidocain immer wieder Unverträglichkeiten auf und manche Patienten möchten kein betäubtes Gefühl.

Außerdem wird bei Tiefeninjektionen nicht unbedingt Lidocain benötigt, da das Tiefen- und Fettgewebe nicht besonders schmerzempfindlich ist und man sich dort den Zusatz sparen kann. Für sensible Bereiche – wie z.B. die Lippen – ist Lidocain aber dennoch wichtig.

Wie sehen Sie die Entwicklung des Filler-Marktes innerhalb der nächsten 5 Jahre?

Gemäß der Zahlen der “Millenium Research Group“ soll der Markt der Hyaluronsäuren in Europa bis 2018 nur um 3,5% wachsen, im Gegensatz dazu werden “Nicht- Hyaluronsäure-Filler“ mit über 4,5% prognostiziert. Der Markt der Hyaluronsäure hat sich etwas ausgereizt. Es gab keine wirkliche Evolution in der Produktentwicklung mehr. Innovationen gab es nur bei der Anwendung und den Techniken, wie z.B. der Einsatz der stumpfen Kanüle. Ich glaube, dass der Markt sich in die Richtung der “Nicht-Hyaluronsäuren“ entwickeln wird.

Sehr geehrte Frau Tomczak, vielen Dank für das Gespräch!

Der Artikel ist auch als [PDF verfügbar](#).

Kontakt

Widerrufsbelehrung

AGB

Datenschutz

Impressum

