

DermoTopics

Organ der GD – Gesellschaft für Dermopharmazie e.V.

[Home](#)

[Ausgabe 2/2005](#)

[Ausgabe 1/2005](#)

[Ausgabe 2/2004](#)

[Ausgabe 1/2004](#)

[Ausgabe 2/2003](#)

[Ausgabe 1/2003](#)

[Ausgabe 2/2002](#)

[Ausgabe 1/2002](#)

[Ausgabe 4/2001](#)

[Ausgabe 3/2001](#)

[Ausgabe 2/2001](#)

[Ausgabe 1/2001](#)

[Ausgabe 1/2000](#)

[Newsletter](#)



Ausgabe 1 (2005)

[Buchbesprechung](#)

Christian Zeller

Globalisierungsstrategien – Der Weg von Novartis

Springer Verlag, Berlin 2001.

702 Seiten mit 73 Illustrationen. Gebunden.

69,95 Euro. ISBN 3-540-4169-3

Weitere Links:



[Gesellschaft für
Dermopharmazie](#)



Die Entwicklung der Dermopharmazie ist fraglos kritisch abhängig von der Entwicklung der einschlägigen Industrie, also der kosmetischen und insbesondere auch der pharmazeutischen Industrie – soweit sie sich mit Dermatologie beschäftigt. Vor einigen Jahren sah es so aus, als ob die Zuwendung ausschließlich zu Arzneimitteln mit einer Umsatzerwartung von mehr als einer Milliarde US-Dollar dazu führen würde, dass alle großen pharmazeutischen Firmen das Feld der Dermopharmazie verlassen würden, sofern sie hier überhaupt tätig waren.

Das Haus Novartis hat hier erkennbar von Anfang an einen anderen Weg eingeschlagen. Die Schaffung des Forschungsinstituts in Wien – noch in der Ära Sandoz – hat sich hier als bedeutsam erwiesen, wobei hier immer auch Zufall – respektive Glück – eine Rolle gespielt hat, was man neudeutsch wohl als serendipity bezeichnen würde. Hat sich doch eine ursprünglich mehr mit anderer Ausrichtung entwickelte Substanz, nämlich Terbinafin, als Arzneistoff erwiesen, der speziell antifungale Aktivität aufweist, und das wiederum in besonderem Maße gegenüber Hautpilzen.

Zukunftsweisende Entwicklungen in der Wirtschaft sind immer auch an einen Standort gebunden, und hier kommt das wissenschaftliche Fach der Wirtschaftsgeographie ins Spiel. Der Hamburger Wirtschaftsgeograph Christian Zeller hat es nun dankenswerter Weise unternommen, die Entwicklung des heute wohl in der Dermopharmazie führenden pharmazeutischen Unternehmens, nämlich Novartis, an seinem historischen Hauptstandort Basel, aber auch an den vielen anderen Standorten des Unternehmens eingehend zu untersuchen und darzustellen.

Dabei wird selbstverständlich die Entwicklung des Unternehmens Novartis ganz allgemein dargestellt unter umfassender Würdigung auch der Vorläuferunternehmen Ciba- Geigy und Sandoz. Es ist nun aber die Entwicklung des gesamten Unternehmens, die letztlich auch Zuwendung zur Dermopharmazie möglich macht oder vielleicht sogar in gewissem Umfang nahe legt. Dabei wird regelmäßig auf die Dermatologie abgestellt: Bei diesem Stichwort finden sich im Stichwortverzeichnis immerhin 19 Einträge.

Für den Autor besteht ein besonderes Interesse an der Unternehmensentwicklung von Novartis unter dem Aspekt der Globalisierung, handelt es sich doch um ein Unternehmen, das schon vergleichsweise früh die Welt im Blick hatte. Angesichts aktueller Entwicklungen wird gerade dieser Aspekt den Leser faszinieren; findet er doch implizit vielerlei Antworten auf die sich aufdrängende Frage, was ein Standort wie Deutschland bieten muß, um auch zukünftig ein attraktiver Standort für dermatopharmazeutische Unternehmen zu sein. Ziele wie die „permanente Re-Territorialisierung der Wertschöpfungskette“ lassen für ein mittelgroßes Land wie Deutschland zumindest hoffen.

In der Zusammenschau ist festzustellen, dass das umfangreiche und ausgewogene Werk vielleicht besser als jedes andere dem an der Entwicklung der Dermopharmazie Interessierten vermittelt, wie heute die unternehmerische Basis für die Entwicklung neuartiger Präparate aussieht und was sich in dieser Beziehung im Vergleich zur Vergangenheit heute anders darstellt.

Prof. Dr. med. H. C. Korting, München

[nach oben](#)

Juli 2005

Copyright © 2000 - 2005 ID-Institute for Dermopharmacy GmbH webmaster@dermotopics.de