

There is a New-Tox in town

Das US-amerikanische Unternehmen Evolus, mit Hauptsitz in Kalifornien, welches sich auf die Entwicklung und Vermarktung von ästhetischen Medizinprodukten spezialisiert hat, ist vor allem für sein Flagship-Produkt NUCEIVA® sowie ein stark kundenorientiertes Geschäftsmodell und seine innovative digitale Plattform bekannt. Der Fokus liegt auf der Verbesserung der Ästhetik und den Bedürfnissen von Verbrauchern und Ärzten. NUCEIVA® ist nun im Begriff nach dem amerikanischen auch den europäischen Markt zu erobern. Über Strategien und Pläne sowie die Einzigartigkeit des Produkts spricht Evolus' Präsident und CEO David Moatazedi im Interview.

Interview: Anne Kummerlöwe



face: Herr Moatazedi, Sie sind seit etwa 2005 auf dem Gebiet der Schönheitsästhetik tätig. Was würden Sie sagen, hat sich in den letzten 20 Jahren in der Branche positiv verändert?

David Moatazedi: Als ich anfang, war der ästhetische Sektor, wie wir ihn heute kennen, gerade erst im Entstehen. Es gab zwar einige vielversprechende Produkte, aber die Verfahren selbst galten als etwas extrem. Im Laufe der Jahre haben sich jedoch immer mehr verschiedene Ästhetische Therapiemöglichkeiten etabliert und die Techniken diesbezüglich wurden immer ausgefeilter. Meinungsführer der Ästhetischen Medizin sowie Wissenschaftler gleichermaßen haben viel Zeit aufgewendet, um die menschliche Anatomie umfassend zu verstehen und herauszufinden, wie man hervorragende Ergebnisse erzielen kann. Infolgedessen hat sich die Ästhetische Medizin, wie wir sie heute kennen, von einer Randerscheinung zu einer riesigen dynamischen und vor allem etablierten Disziplin innerhalb des heutigen Gesundheitswesens entwickelt. Es war ein Privileg, mit einigen der besten Köpfe der Branche zusammenzuarbeiten, um diesen Bereich auszubauen und zu perfektionieren. Darüber hinaus sehe ich, dass sich der Sektor noch stärker in Richtung Schönheit und Wellness bewegt. Letztendlich ist der weltweite Megatrend, bestmöglich auszusehen und sich gut zu fühlen, ein grundlegendes menschliches Bedürfnis.

„It's been a privilege to work with some of the best minds in the business to professionalise and grow this area.“

Mussten Sie sich in dieser Zeitspanne mit Herausforderungen auseinandersetzen, mit denen Sie ursprünglich nicht gerechnet hatten?

Ja, natürlich. Einige der denkwürdigeren Herausforderungen führten sogar zu einer Vertrauenskrise innerhalb der Branche – die globale Finanzkrise, welche die Kaufkraft der Verbraucher beeinträchtigte, die Probleme mit den französischen Brustimplantaten, die sich vorübergehend auf das gesamte Ästhetik-Metier auswirkten, und natürlich die COVID-19-Lockdowns, die zur Schließung von Unternehmen führten. Diese Ereignisse kamen unerwartet und hatten unmittelbare Konsequenzen für die Unternehmen, die ich zu dieser Zeit leitete. In all diesen Fällen war ich jedoch bestrebt, die Menschen vorrangig in den Mittelpunkt zu stellen; seien es die Kunden, deren Patienten oder die Teams, die mit mir zusammenarbeiteten. Wenn man bedenkt, dass es in Unternehmen in erster Linie um Menschen geht, dann sollten auch die Entscheidungen auf sie ausgerichtet sein.

Seit 2018 fungieren Sie sehr erfolgreich als Präsident und CEO für Evolus™. Was würden Sie als die Hauptmerkmale Ihres Unternehmens beschreiben?

Wir haben uns von Anfang an vorgenommen, uns von anderen Unternehmen abzuheben. Unsere Arbeit steht ausschließlich im Dienst der ästhetisch tätigen Ärzte. Wir haben (derzeit) nur ein Produkt, was den Vorteil hat, dass somit die Einzigartigkeit im Fokus stehen kann. Das bedeutet, dass unsere gesamte Aufmerksamkeit darauf gerichtet ist, unseren Kunden zu helfen, die bestmöglichen Ergebnisse für ihre Patienten zu erzielen. Wir lassen uns also nicht von anderen Kunden- oder Geschäftssegmenten ablenken. Wir bezeichnen uns selbst auch als „Performance Beauty Company“, um genau dies anzuerkennen. Ich glaube auch, dass wir als kleineres Unternehmen, das sich der Ästhetik widmet, auch etwas disruptiv sein können. Hoffentlich wird dies



in Dingen wie unserer ausgefallenen und modernen Werbung oder der Evolus™ Services Platform sichtbar, welche auf den Punkt gebrachte Videos zu Themen anbietet, die unseren Kunden eben wichtig sind.

Auch ein frischer und digital orientierter Ansatz für unseren Kundendienst ist ein wichtiger Bestandteil unseres Angebots. Wir konzentrieren uns auf Millennials und diejenigen mit einer „Millennial-Denkweise“. Menschen in dieser Altersgruppe (25–40) sehen sich nicht als Patienten. Sie wollen wirksame Behandlungen, die leisten, was sie versprechen, und ihnen helfen, sich selbstbewusster zu fühlen und so das Selbstwertgefühl wiederherzustellen.

Sie haben nunmehr die Evolus-Marke NUCEIVA® in Deutschland und Österreich eingeführt. Was unterscheidet Ihrer Meinung nach den europäischen vom amerikanischen Markt? Und können Sie etwas über die Unterschiede im Verbraucherverhalten berichten?

Darauf habe ich zwei Antworten: Erstens gilt Europa seit jeher als der fortschrittlichste ästhetische Markt und gibt den Takt für Injektionsprodukte weltweit vor. Das hängt damit zusammen, wie Medizinprodukte in Europa im Vergleich zu den USA reguliert werden. Das bedeutet, dass die europäischen ästhetisch tätigen Ärzte zwischen viel mehr Dermal-Fillern wählen können als unsere Kunden in den USA. Andererseits ist die Innovation im neuromodularen Sektor auf beiden Seiten des Ozeans sehr langsam. Die Anforderungen an klinische Nachweise, die Qualitätsstandards für die Herstellung und die Sicherheits- und Wirksamkeitsnachweise sind bei einem verschreibungspflichtigen Produkt um ein Vielfaches höher. Der zweite Teil der Antwort betrifft den Gesamtmarkt selbst. Bekanntermaßen gelten in den USA und in Europa unterschiedliche Regeln für die Werbung. In Europa führt dies zu einem Ungleichgewicht bei der Verbraucheraufklärung in diesem Bereich. Unternehmen und medizini-

sche Fachkräfte in Europa können z. B. nur über Gerätschaften sowie Licht- und Lasertechnologien wirklich proaktiv kommunizieren. Bei kosmetischen Eingriffen ist das jedoch nur ein Teil der Geschichte, da Neuromodulator-Injektionen in der Gesichtsästhetik nach wie vor unheimlich wichtig sind. US-amerikanische Verbraucher haben Zugang zu mehr Informationen darüber, was für sie individuell richtig sein könnte. Da eine transparentere Kommunikation über alle Behandlungsoptionen möglich ist, erlaubt dies natürlich eine völlig andere Gesprächsführung in einer amerikanischen, im Vergleich zu einer europäischen Klinik.

Was macht NUCEIVA® in erster Linie so besonders? Und wie unterscheidet sich NUCEIVA® Ihrer Meinung nach von anderen Produkten auf dem Gebiet der Ästhetischen Neurotoxine?

NUCEIVA® ist in erster Linie für die ästhetische Anwendung konzipiert. Es wurde speziell mit Blick auf die Bedürfnisse von Ärzten für Ästhetische Medizin und deren Patienten entwickelt. Ein Beauty-Produkt, welches in einem eigens dafür errichteten Werk in Korea hergestellt wird – einem Land, in dem einige der weltweit führenden Kosmetik-, Medizintechnik- und Biotechnologieunternehmen ansässig sind. Das Hi-Pure™ Herstellungsverfahren liefert eine äußerst reine Form von Botulinumtoxin. Dadurch können die Mediziner darauf vertrauen, dass sie bei ihren Patienten präzise Ergebnisse erzielen können. Unser klinisches Studienprogramm ist mit über 2.000 Patienten ebenfalls sehr umfangreich, was die Daten sehr zuverlässig macht. Und schließlich gibt es über vier Jahre Erfahrung von Anwendern in Nordamerika. Für mich als CEO ist das eine sehr gute Entwicklung. Die meisten unserer Stammkunden in den USA sind dazu übergegangen, ausschließlich unseren Neuromodulator anzubieten, was enorm viel über Auswahlmöglichkeiten und Präferenzen aussagt. Ich möchte die Ärzte für medizinische Ästhetik in Deutschland und Österreich ermutigen, es selbst auszuprobieren. Das Team von NOVIA PHARM hat ein hervorragendes

Schulungs- und Fortbildungsprogramm zusammengestellt, um diejenigen, die neugierig und interessiert sind, genau anzuleiten und zu zeigen, was den Unterschied ausmacht.

Wie kam die Zusammenarbeit mit NOVIA PHARM zustande?

Dan Stewart, der zusammen mit seinem Team unser internationales Geschäft leitet, stellte fest, dass die Führungskräfte von NOVIA PHARM ähnliche Werte und einen ähnlichen Optimismus in Bezug auf medizinische Ästhetik haben wie wir. Wir suchten nach einem Partner für Deutschland und Österreich, mit dem großen Anspruch eine ganzheitliche Beziehung zu etablieren. Wir wissen, dass dies letztlich besser für den Kunden und die Patienten ist, da frische Ideen, bewährte Verfahren und großartige Erkenntnisse geteilt werden können. Wir sprechen bei der Partnerschaft zwischen NOVIA und Evolus gern über ein ästhetisches Match!

Gibt es weitere Expansionspläne, die Sie derzeit verfolgen?

Eine große Auswahl zu haben, ist ein wichtiger Key Fact, den wir von unseren Kunden immer wieder hören. Wir planen also, international zu expandieren, und beabsichtigen, dies auf nachhaltige Weise zu tun, um sicherzustellen, dass wir hervorragende Vereinbarungen treffen, damit die Kunden ihre Praxis auf der Grundlage positiver Erfahrungen mit NUCEIVA® weiterentwickeln können.

Welche Produktinnovationen können wir von Evolus in der (nahen) Zukunft erwarten?

Ich kann Ihnen versichern, dass wir in unserer Geschäftsentwicklungsplanung aktiv sind. Also bleiben Sie dran! Wir wissen auch, dass Patienten und Ästhetik-Fachpersonal gerne ein Toxin hätten, welches eine längere Wirkungsdauer aufweist. Anfang dieses Jahres haben wir auf der IMCAS die Zwischenergebnisse einer Phase II-Studie vorgestellt, in der die Wirkungsdauer, Sicherheit und Wirksamkeit von „extra strength“ NUCEIVA® untersucht wurde. Diese ersten Ergebnisse sind sehr vielversprechend. Die vollständigen Studienergebnisse sollten ebenfalls noch in diesem Jahr vorliegen.

Erzählen Sie uns bitte etwas über das wissenschaftliche Team von Evolus. Wie arbeitet das medizinische Personal im Forschungssektor zusammen, um Innovationen voranzutreiben?

Dr. Rui Avelar ist unser Chief Medical Officer und Leiter der Forschung und Entwicklung. Er ist ein Experte auf dem Gebiet der Ästhetik und Neuromodulatoren, arbeitet seit 2014 bei Evolus und gehört zu den treibenden Kräften in Bezug auf heutige Erfolge unseres Unternehmens. Er hat ein Team aus hoch qualifizierten Klinikern, Studienspezialisten und F&E-Experten zusammengestellt, die als die Besten dieses Bereichs gelten. Dank deren Arbeit ist das klinische Studienprogramm, welches zur Lizenzierung von NUCEIVA® führte, eines der stärksten der Branche. Unter seiner Leitung wurde die Sicherheit und Wirksamkeit von NUCEIVA® im Rahmen des klinischen TRANSPARENCY-Programms des Unternehmens untersucht – drei Phase III-Studien,^{1,2} darunter die bisher größte ästhetische Head-to-Head-Zulassungsstudie im Vergleich zu VISTABEL®/ Botox® (OnabotulinumtoxinA) sowie zwei Langzeitsicherheitsstudien.^{3,4}

Wie sieht optimalerweise der Rest des Jahres 2023 für Sie und Ihr Unternehmen aus?

Wir haben für 2023 insgesamt einen ehrgeizigen Plan, auf dessen Umsetzung wir sehr gespannt sind. Das Unternehmen wächst aufgrund der außergewöhnlichen Ergebnisse, die unsere Kunden bei ihren Patienten erzielen, weiterhin. Es sind dabei nicht nur neue Geschäfte oder neue Kunden, die zu unserem Wachstum beitragen, sondern auch die sehr starken Nachbestellungen. Dies ist ein weiterer Beweis dafür, dass NUCEIVA® für unsere Kunden wirklich funktioniert. Für Kunden in Deutschland und Österreich, die noch am Anfang ihrer Entwicklungsreise stehen, empfehle ich, sich mit dem NOVIA-Team in Verbindung zu setzen, die Wissenschaft hinter NUCEIVA® kennenzulernen und es dann selbst auszuprobieren. Bleiben Sie nicht stehen, sondern werden Sie Teil der Zukunft der Schönheit. Evolve with us.

Für weitere Informationen zu NUCEIVA® registrieren Sie sich unter www.evolus-europe.com

NUCEIVA® kann aktuell über den pharmazeutischen Großhändler MSK Pharmalogistic GmbH bezogen werden.

Weitere Informationen via NOVIA PHARM Ansprechpartner oder: info@novia-pharm.de



Literatur



HIGHTECH FÜR ÄSTHETIK & MEDIZIN

Ästhetische Behandlungen erfreuen sich einer hohen Beliebtheit bei vielen Patienten. Nutzen Sie die Vorteile hinsichtlich der Anwendung, Rentabilität und Technologie der Asclepion Family! Mit über 40 Jahren Erfahrung im Markt beantworten wir Ihnen alle Fragen zur:

TECHNOLOGIE

- Diodenlaser
- Er:YAG-Laser
- Nd:YAG-Laser
- Alexandritlaser
- Rubinlaser
- HOPS-Laser
- CO₂-Laser
- Coolwaves™
- FMS

BEHANDLUNG

- Haarentfernung
- Gefäßbehandlung
- Nagelbehandlung
- Hautabtragung
- Hautverjüngung
- Vaginalbehandlung
- Fraktionierte Therapie
- Tattoo- & Pigmententfernung
- Bodyforming und Cellulite

Wir sind Ihr kompetenter Partner im Bereich Produktberatung, Applikation, Marketing und technischer Service. Darüber hinaus bieten wir mit der Asclepion ACADEMY über das ganze Jahr Fortbildungen an.

Lassen Sie sich von uns beraten!

Asclepion Laser Technologies GmbH

Telefon _____ +49 (0) 3641 7700 100

E-Mail _____ marketing@asclepion.com

Website _____ www.asclepion.de

Asclepion
Laser Technologies

