

„Wir sind der Partner der weiten Forschungscommu

Wenn man mit Marcus Quack, dem DACH-Geschäftsführer von Revvity, spricht und ihn fragt, was das wenige Monate alte Unternehmen eigentlich macht, muss er erst einmal tief Luft holen. Zuvor war das Unternehmen noch mit PerkinElmer verbunden, dessen Applied-, Food- und Enterprise-Services für fast 2,5 Milliarden US-Dollar von der Private-Equity-Gesellschaft New Mountain Capital gekauft wurden. Das neue Scientific-Solutions-Unternehmen Revvity unterstützt hingegen weiterhin unter neuem Namen Pharma- und Biotech-Unternehmen sowie Diagnostiklabore, Universitäten und Regierungen. Mit Marcus Quack sprach „Monitor Versorgungsforschung" über die ziemlich hochgesteckten Ziele des Unternehmens und einen möglichen Link zur Versorgungsforschung.

Im Interview: Marcus Quack, DACH-Geschäftsführer von Revvity

>> Herr Quack, kennt man Revvity bereits in Deutschland?

Der ein oder andere wird sicher schon davon gehört haben, dass sich seit Mai dieses Jahres die Human-Health-Sparte von Revvity, für die ich im DACH-Raum verantwortlich bin, umbenannt hat. Bekannt sind jedoch auch unsere seit Jahren eingeführten eigenen Produktmarken sowie das an uns angedockte Unternehmen EUROIMMUN mit Hauptsitz in Lübeck, das 2017 von PerkinElmer übernommen wurde und einer der führenden Anbieter von Produkten zur Diagnose von Autoimmun- und Infektionskrankheiten sowie Allergien und zur Durchführung von Genanalysen ist. Am Standort Hamburg werden hochwertige konfokale Analysegeräte und Ultra-Hochdurchsatz-Screeningsysteme entwickelt und gefertigt, die insbesondere im Health-Sciences-Bereich eingesetzt werden. Hervorgegangen ist dieser Unternehmenszweig übrigens aus Evotec Technologies, die bereits 2007 in den PerkinElmer-Konzern integriert wurde und seither als „Center of Excellence" die Life-Sciences-Sparte verstärkt. Ein weiteres Businessfeld ist die virale Vektordienstleistung von der Vektortechnik und -herstellung bis zur Entwicklung von Zell- und Gentherapien. Damit bilden wir das gesamte Kontinuum von der Forschung zur Entwicklung über Diagnose bis zur Heilung ab.

„Wir bilden das gesamte Kontinuum von der Forschung zur Entwicklung über Diagnose bis zur Heilung ab."

So viel zur Geschichte, die 1937 mit der Gründung der The Perkin Elmer Company zur Entwicklung optischer Komponenten durch Richard S. Perkin und Charles W. Elmer begann. Was hat denn zur Abspaltung der Human-Health-Sparte und der Umbenennung in Revvity geführt?

So etwas macht man natürlich nicht leichtfertig. Und schon gar nicht, wenn man über 70 Jahre lang erfolgreich in über hundert Ländern der Welt tätig war und ist. Wenn man jedoch die Entwicklung der letzten Jahre betrachtet, erkennt man schnell, dass der Schritt zu einem immer höheren diagnostischen Anteil unserer Geschäftsfelder mehr als evident ist. Vor dem Hintergrund hat sich das Unternehmen entschieden, zum einen die sehr umfangreich gewordenen Businessfelder aufzuteilen – einerseits in die Applied-, Food- und Enterprise-Services, die weiterhin unter PerkinElmer agieren, und andererseits die Scientific-Solutions-Sparte, die seit wenigen Monaten unter einem neuen Markennamen auftritt. Die ist auch ein Zeichen dafür, dass wir künftig etwas ganz Neues machen wollen.

r welt-
unity"

Was genau?

Wir wollen uns als Unternehmen mit Produkten, Entwicklungen und Lösungen, die wir bereits haben und die wir künftig erforschen, neu aufstellen. Von daher macht der neue Markenname schon Sinn.

Der an ihr klar formuliertes Ziel erinnern soll, das Gesundheitswesen zu revolutionieren.

Der Name „Revvity" basiert auf den Wörtern „revolutionieren" und „vita" (lateinisch für „Leben"). Diesen – zugegeben sehr hohen – Anspruch werden wir mit Lösungen und Produkten unterfüttern und damit zeigen, dass unsere Aussagen in ein Gesamtkonzept passen.

Die sprachlichen Highlights auf der neuen Homepage von Revvity* lesen sich auf den ersten Blick etwas hochtrabend, Sie werden das vielleicht anspruchsvoll oder auch selbstbewusst nennen. Da steht zum Beispiel unter der Überschrift „Unmöglich ist Inspiration": „Wenn Sie unmöglich sagen, sagen wir, Herausforderung angenommen." Das Unternehmen würde sich „furchtlos dem Unbekannten von morgen für eine gesündere Menschheit" stellen. Ziel sei es, die „Grenzen des menschlichen Potenzials durch die Wissenschaft zu erweitern" und sich den „größten gesundheitlichen Herausforderungen der Welt" zu stellen. Da wird die verbale Latte wahrlich hoch gelegt. Springen Sie aber auch darüber?

Wir werden mit dem, was Revvity künftig tut, zeigen, dass wir genug Substanz haben und die von Ihnen genannten verbalen Highlights nicht nur Marketing-Sprech sind. Wir müssen natürlich dafür sorgen, dass man zuerst Revvity als Marke erkennt und die Menge an Lösungen, die wir bieten können, schätzt. Das wird der Fokus für die nächsten Monate oder vielleicht sogar Jahre sein. Ein großer Vorteil der Spartenaufteilung besteht auch darin, dass wir uns nun auf die jeweiligen spezifischen Kernmärkte fokussieren und so viel besser eigene Innovationen vorantreiben können, da sich alle Marktbereiche, in denen wir seit Jahren tätig waren und sind, sehr dynamisch entwickeln. Auch von daher kann ich, der immerhin auf eine 17-jährige Unternehmenszugehörigkeit zurückblicken kann, die strategische Entscheidung der Trennung der Unternehmensbereiche logisch nachvollziehen und trage sie auch mit.

Lassen Sie uns Nägel mit Köpfen machen. Sie nehmen Worte wie „Gesundheit" in den Mund und behaupten, dass Ihr Unternehmen die Gesundheit revolutionieren will, was ein wahrlich hehrer Anspruch ist. Können denn Ihre Produkte und die Lösungen wirklich Gesundheit verbessern, zum Nutzen der Patient:innen und des Systems als solches?

Ausgehend davon, dass die Patient:in und ihre Krankheit im Zentrum unseres Handelns stehen, bieten wir vor allem die dazu nötige Diagnostik sowie viele Tools, die man braucht, um neue Ansätze für innovative Medikamente zu erforschen. Hier ist beispielsweise die Revvity-Tochter EUROIMMUN zu nennen, die eine ganze Reihe an diagnostischen Verfahren für Krebs, Autoimmunerkrankungen und die Infektionsbiologie im Portfolio hat. Wir selbst sind seit Jahren unter anderem im Bereich der Screenings aktiv; hier unter anderem im Bereich der Neugeborenen-Screenings – hier sind wir weltweit Marktführer und können dazu beitragen, dass jeden Tag das Leben von 40 Babys gerettet werden kann. Nun könnte ich noch eine ganze Bandbreite anderer Produkte, Ansätze und Lösungen nennen, die sich zu einem sehr komplexen Bild dessen arrangieren, was wir bieten – angefangen bei nichtinvasiver Pränataltestung auf Trisomien über virale Vektoren für mRNA-Vakzine bis hin zu zellbasierten Testarrays und digitalen Röntgendetektoren zu Forschungszwecken. Bei allem geht es darum, den Forscher:innen und Anwender:innen in der Aka-

* https://www.revvity.com

Zitationshinweis

Quack, M., Stegmaier, P.: „Wir sind der Partner der weltweiten Forschungscommuity“, in „Monitor Versorgungsforschung“ (04/23), S. 22–24. http://doi.org/10.24945/MVF.04.23.1866-0533.2524

demie und der pharmazeutischen Forschung genau diejenigen Tools an die Hand zu geben, die sie brauchen, um eine bestimmte Fragestellung beantworten und Dinge sichtbar oder darstellbar machen zu können.

Nehmen wir den universitären Ansatz. Was können Sie liefern?

Beispielsweise zellbasierte Technologien, Hochdurchsatz-Imagingverfahren und sehr schnelle und genaue automatische Zellzähler samt der nötigen Reagenzien und Verbrauchsmaterialien. Das ist etwas, was Akademie und Pharmafirmen ständig in ihrer Forschungsentwicklung brauchen – bis hin zu Multi-Omics-Angeboten mit einem umfangreichen Portfolio im Bereich der Genomsequenzierung. Dabei achten wir immer darauf, dass wir keine Einzellösungen, sondern immer einen ganzen Workflow abbilden.

Die Versorgungsforschung beschäftigt sich in erster Linie mit der Frage, was am Ende des Tages bei den Patient:innen ankommt, aber auch, welche neuen Datenströme generiert werden können, um damit Versorgungsforschung noch besser machen zu können. Wo können Sie der Versorgungsforschung die Hand reichen?

Wir sind kein Datenprovider, der Daten außerhalb der eigenen Produktentwicklung oder Evaluationsstudien weitergibt. Wir sind aber Partner derjenigen Unternehmen, die mit unseren Tools Daten generieren. Corona war dafür das Paradebeispiel, da haben wir nur zwei, drei Wochen gebraucht, um die entsprechenden Testkits für eine PCR-basierte Corona-Diagnostik zur Verfügung zu stellen – weltweit wurden immerhin über 70 Millionen Proben damit getestet. Natürlich wurden diese im Laufe der Corona-Pandemie fortwährend so angepasst, dass sie immer neue Varianten mit hoher Aussagekraft und Genauigkeit detektieren konnten. Falls wieder eine Pandemie kommen sollte – was natürlich keiner möchte, aber durchaus wahrscheinlich ist – können wir mit dem hier gewonnenen Wissen sehr schnell auf neue Entwicklungen reagieren und entsprechende Kits und Diagnostika bieten. So gesehen sind wir der Partner all derjenigen, die mit unseren Tools Forschungsdaten generieren und dann der weltweiten Forschungscommunity zur Verfügung stellen.

Noch einmal zurück zu Ihrer Aussage: „Gesundheit revolutionieren“. Wie soll das funktionieren? Im Endeffekt sind Sie quasi ein Zauberlehrling, der verschiedene Lösungen im Portfolio hat, die andere anwenden können, um gesundheitsfördernde Forschung zu betreiben.

So in etwa. Wir unterstützen jeden – ob in der akademischen oder in der Pharma- und Biotech-Welt – im Bereich der Medikamentenentwicklung. Wir verstehen uns dabei als wissenschaftlicher Begleiter mit einem wirklich riesigen Baukasten und einer enormen Bandbreite an Lösungen, mit deren Hilfe nahezu jede Fragestellung adressiert werden kann. In den letzten vier Jahren haben wir in diesem Bereich viel erreicht und viele interessante Unternehmen gewinnen können, von denen die meisten inzwischen voll in Revvity integriert sind.



Marcus Quack

ist seit Mai dieses Jahres DACH-Geschäftsführer von Revvity. Davor war er Managing Director von PerkinElmer DACH & Polen, davor wiederum Sales Service-Manager von PerkinElmer Diagnostics Central (DACH & BNL)

Entweder Sie entwickeln selbst oder arrondieren.

Immer das, was besser in die Unternehmensstrategie und vor allem in den nötigen Zeithorizont passt, der nun einmal durch Technik und Digitalisierung sowie KI immer schneller getaktet ist. Wir haben dank unserer langen Historie und des lange Zeit andauernden Markterfolgs die Kapazität, in die uns wichtigen diagnostischen Märkte die nötige Power – gebildet aus Kompetenzen und Budgets – investieren zu können, um diese wirklich weiterzuentwickeln. Der wichtigste Schlüssel, um hier eine maßgebliche Rolle einzunehmen, ist jedoch immer die eigene Innovationskraft. Dass wir beides – entwickeln und akquirieren – können, macht uns fit für die Zukunft. Wir sehen uns als Player, der die nächsten Jahrzehnte nicht nur in den Diagnostik- und Life-Sciences-Märkten bestehen, sondern diese mitformen will – immer nach unserem Motto: das Unbekannte annehmen.

Welche Zukunftsmärkte stehen im Fokus?

Die sehen wir eindeutig im Bereich der angewandten Patientenbehandlung, die man oft auch als personalisierte Medizin bezeichnet. Wir werden mehr und mehr dahin kommen, auf das jeweilige Individuum hin zugeschnittene Therapien und Behandlungsmöglichkeiten zu entwickeln. Dem vorgeschaltet ist immer die entsprechende Diagnostik samt der nötigen zellbasierten Methoden, um genetische Konstellationen zu detektieren. Ergänzend dazu haben wir die entsprechenden bildgebenden Verfahren sowie Lösungen rund um das Next-Generation-Sequencing für all das, was vielleicht auf uns zukommen mag.

Wenn Sie fünf Jahre in die Zukunft blicken wollen, wo sehen Sie da Revvity?

Wir werden viel mehr als heute gemeinsam mit unseren Kunden auf sie zugeschnittene Softwarelösungen entwickeln – für Datenanalyse, Datenhandling und natürlich Big Data. Wir haben beispielsweise bereits vor vielen Jahren eine Software entwickelt, die künftig so ausgestaltet werden kann, das sie wissenschaftliche Daten, aus welchem Bereich auch immer, in jedem Format, das ein Kunde haben möchte, darstellen kann, um superschnelle Analysen zu ermöglichen.

Noch ein Bestandteil Ihres großen Portfolios.

Da verstehen Sie vielleicht ein bisschen meine Herausforderung, das, was Revvity ausmacht, zu beschreiben. Darum begrüße ich, dass das früher noch viel größere Portfolio auf den Human-Science-Bereich fokussiert wurde, was es mir erlaubt, diesen in den von mir verantworteten deutschsprachigen Ländern strategisch auszurichten. <<

Herr Quack, danke für das Gespräch.

Das Interview führte MVF-Chefredakteur Peter Stegmaier.