

Market Access Manager

Ziele und Verantwortung

Will die Wettbewerbsfähigkeit stärken durch Sicherung des Marktzugangs der Produkte, indem der Zusatznutzen und damit der Stellenwert für Ärzte und Patienten verdeutlicht wird. Verantwortlich für das Entwickeln einer datenbasierten, schlüssigen Nutzenargumentation mit fundierten Vorschlägen zur Preisgestaltung sowie das Erstellen des Nutzendossiers, wobei globale Market Access bzw. Health Economics Unterlagen an den nationalen Bedarf adaptiert werden. Ist verantwortlich für das Erreichen angemessener Erstattungsbeträge und Direktverträge. Plant und koordiniert Verträge mit den Kostenträgern.

Leistungskenngrößen und Erfolgskriterien (pro Jahr)

1) Teamfähigkeit, Koordination und Ansprechpartner

- Die anderen Teammitglieder werden um Input gefragt, der auch berücksichtigt wird

2) Qualitativer Feedback von intern

- von Geschäftsleitung und Marketingleitung im Geschäftsbereich Deutschland
- von Global Market Access zur Qualität und Rechtzeitigkeit von Input
- von der Klinischen Forschung zu rechtzeitigen Anforderungen im Studiendesign

3) Schlussfolgerungen aus den Empfehlungen relevanter Organisationen

- Kommentare zu Beschlüssen von IQWiG, GKV, KV, G-BA, etc.
- In Korrespondenz und Meetings wurden vertrauensvolle Beziehungen aufgebaut

4) Bewertung des Zusatznutzens durch Gemeinsamen Bundesausschuss (G-BA)

- Lautete in mindestens in 40% der Dossiers "Erheblich" oder "Beträchtlich"

5) Erstattungsbeiträge durch die gesetzliche Krankenversicherung (GKV)

- Im Vergleich zu den intern angestrebten Zielen wurde akzeptable Beträge erreicht

6) Direktverträge mit den Kostenträgern (Beispiel: Rabattverträge)

- Zeitgerechtes Einreichen der Anträge mit angemessener Erfolgsquote