

Status-Quo und Zukunft der Pharmaindustrie – Quo Vadis Pharma?



Name: Dr. med. Günter Umbach

Funktion/Bereich: Training und Beratung für Medizin und Marketing der Pharma-Industrie

Organisation: Healthcare Marketing Dr. Umbach & Partner, www.umbachpartner.com

Liebe Leserinnen und liebe Leser,

2010 ist ein ideales Jahr, um 10 Jahre zurück und 10 Jahre nach vorne zu schauen. Nicht wenige Medien erinnern sich zum 10-jährigen Jubiläum z.B. für die IT-Branche an das Jahr 2000-Thema oder die New Economy-Blase.

Aber nicht nur die Welt der Informationstechnologie und des Internets hat sich gewandelt, auch andere Branchen wurden durch Globalisierung, Deregulierung/Regulierungen oder technische Innovationen verändert. Die Pharmaindustrie und das Gesundheitswesen haben ebenfalls einen fundamentalen Wandel erlebt mit neuen Herausforderungen und Chancen. Daher möchten auch wir, das FORUM Institut und die Competence Site, in diesem gemeinsamen Virtuellen Roundtable für die Pharmaindustrie zurück und nach vorne blicken.

Es freut uns sehr, dass wir in diesem Roundtable Experten aus der Pharmaindustrie versammeln konnten, um einen Blick zurück und nach vorne zu wagen und zugleich über die eigenen Pläne zu berichten.

Viel Spaß beim Lesen wünschen Ihnen

Ihre Teams von FORUM Institut und Competence Site!

Sehr geehrter Herr Dr. Umbach,

Frageblock 1: Blick zurück, Status quo

2010 ist ein ideales Jahr, um 10 Jahre zurück und 10 Jahre nach vorne zu schauen. Nicht wenige Medien erinnern sich zum 10-jährigen Jubiläum z.B. für die IT-Branche an das Jahr 2000-Thema oder die New Economy-Blase. Auch für die Pharmaindustrie möchten wir den Blick zurück und nach vorne wagen.

Wenn Sie auf die Entwicklung in der Pharmaindustrie zurückblicken: Was waren Ihrer Meinung nach in den vergangenen 10 Jahren wichtige Veränderungen bei Produkten, Technik, Regulierung und den Markt-Strukturen? Wer sind heute die wichtigsten, strukturbildenden Akteure für die Pharma-Industrie? Wer treibt in diesem Markt, wer sind die Getriebenen, wer die Sieger, wer die Verlierer?

Antwort:



Den Umsatz von Pharma-Produkten werden zunehmend beeinflussen: Politische, staatliche und halbstaatliche Stellen wie das Bundesgesundheitsministerium, das Institut für Qualität und Wirtschaftlichkeit im Gesundheitswesen, der Gemeinsame Bundesausschuss, die gesetzlichen Krankenkassen, ärztliche Verbände. Innerhalb der Pharma-Firmen werden folgende Funktionen an Bedeutung gewinnen: Account Management, Market Access Strategy, Medical Marketing, Medical Advisors, Spezialaußendienste.

Im Vergleich zu früher sind weniger wichtig: Der einzelne niedergelassene Allgemeinarzt, der einzelne Apotheker und der Pharma-Außendienst für Allgemeinärzte.



Frageblock 2: Blick nach vorne, Zukunft/Trends

Gesundheitsreform, Zulassungen von Medikamenten, Manipulationsvorwürfe – Die Pharmaindustrie sieht sich heute einer Vielzahl von Herausforderungen gegenüber, nicht nur wegen der regulatorischen Maßnahmen, sondern auch wegen einer kritischen Öffentlichkeit und Politik. Überspitzt formuliert wird die Pharmaindustrie von verschiedenen Seiten als „Fluch“ oder „Segen“ betrachtet.

Wie beurteilen Sie die aktuellen Herausforderungen für die Branche? Was erwarten Sie von der Gesundheitsreform, welche Chancen aber auch Schwierigkeiten kommen dadurch auf die Pharmabranche zu? Wie sind Image-Probleme z.B. durch das Sponsern von Selbsthilfegruppen oder Einwirken auf Studien (Nicht-Einreichen aller Studien bei der Zulassungsbehörde, bzw. nur gewünschte Ergebnisse werden kommuniziert) zu bewerten? Was ist Ihre Vision für die eigene Branche in 10 Jahren? Werden wir in 10 Jahren noch mit denselben oder sogar verschärften Problemen konfrontiert sein oder werden Probleme von heute Historie sein?

Antwort:



Aktuelle Herausforderungen für die Branche sind unter anderen die Notwendigkeit mehr innovative Medikamente zu entwickeln, Kosten-Nutzen-Bewertungen frühzeitig einzuleiten und die Komplexität in Groß-Unternehmen zu vereinfachen. Die Chancen liegen darin, bei Krankheiten mit gegenwärtig unzureichendem Therapiestandard bessere Therapieoptionen zu finden.

Meine Vision für die Pharma-Branche in 2020: Trotz intensiven Wettbewerbs und politisch veranlassten dirigistischen Massnahmen geht es der Pharma-Branche gut. Allerdings werden sich die Umsatzrenditen an diejenigen anderer Branchen annähern.

Frageblock 3:**Pharmaindustrie in der Wirtschaftskrise, Positionierung im Markt**

Jenseits aller Zukunftsvisionen müssen in aktuellen Noch-Krisenzeiten Unternehmen im Hier und Jetzt erfolgreich ihre Marktschnittstelle gestalten und auch die eigene Organisation immer wieder hinterfragen und optimieren.

Was sind Ihrer Meinung nach in diesen Zeiten der Kostenreduktion Anforderungen für den ökonomischen Erfolg in der Pharmaindustrie? Was ist Ihre eigene Aufgabe im großen Feld der Pharmaindustrie? Wie begegnen Sie der Krise?

Antwort:

Hier die Auffassung des Marketingberaters: Der Markterfolg wird davon abhängen, inwieweit die folgenden Punkte bei Strategie und Umsetzung realisiert werden:

- Analyse: Zielgruppe und Umfeld erforschen
- Nicht erfüllter Bedarf: Problem verstehen
- Positionierung: Prägnante Botschaft entwickeln
- Nutzen: Datenbasierte Lösung aufzeigen
- Einzigartigkeit: Überlegenheit sichtbar machen
- Ausdrucksoptionen: Kreativ die Sinne ansprechen und eine Marke prägen
- Check: Optimieren durch Testen und Überarbeiten
- Kanäle: Effektive Kommunikationswege finden
- Erfolgskriterien: Relevante Kenngrößen definieren
- CRM: Customer-Relationship-Management etablieren
- Talente: Die richtigen Mitarbeiter an Bord holen
- Motivation: Mitarbeiter trainieren und begeistern

Wie ich persönlich die Krise meistere: Konsequente Kundenorientierung, schnell denken und schnell handeln, kontinuierliche Weiterbildung, persönliches Netzwerk pflegen.



Frageblock 4: Eigene Pläne für 2010

Die obligatorische Frage zum Schluss:

Was sind Ihre eigenen Pläne für 2010 und danach?

Antwort:



Das Ziel für mich als Trainer und Berater für Führungskräfte in Medizin und Marketing der Pharma-Industrie: Meinen Klienten weiterhin helfen, schneller Ergebnisse zu erreichen und erfolgreicher zu sein.

Vielen Dank für das Interview!