



Ergebnisse einer Befragung von 50 Managern aus der Pharmaindustrie



**Infothek**  
Erfolg durch richtige Entscheidungen.



## ■ Kommentar

Bei Betrachtung der Umfrageergebnisse zu den wichtigsten Themenblöcken kann man für 2017 weitestgehend von einer Fortschreibung des Jahres 2016 ausgehen. Sicher gibt es bei differenzierter Betrachtung einige Unterschiede zum vergangenen Jahr, aber die Einschätzung im Pharmamanagement ist offensichtlich:

Die Reglementierung der medizinischen Versorgung mit dem bekannten Instrumentarium wird fortschreiten, sie wird noch regionaler und kleinräumiger werden. Kostenreduktion bei den Arzneimitteln, speziell in den von Generika dominierten Märkten, hat oberste Priorität. Die Verordnungssituation für den Arzt wird sich weiter verschärfen. Damit wird es unter wirtschaftlichen Aspekten aufwändig aber unabdingbar sein, das eigene Produkt in das Sparszenario der Krankenkassen und der Gesundheitspolitik zu integrieren und gleichzeitig nach wie vor wichtige medizinische Informationen und Erkenntnisse beim Arzt oder Apotheker zu platzieren.

Erfreulich, dass vor diesem Hintergrund des weiter wachsenden politischen Drucks die Umsatzerwartungen bei den meisten Herstellern als eher stabil bis steigend eingestuft werden.

Umschichtungen und Veränderungen der Budgets im Kommunikationsumfeld werden in die erwartete Richtung gehen; am stärksten steigen Budgets für die digitale Transformation.

Content Marketing, Internetkommunikation im Verbund mit Social Media und die Fortbildung mit digitalen Medien profitieren davon.



## ■ Kommentar

Gute Nachricht für die Außendienste: Alle genannten Umstrukturierungen im Kommunikationsbereich ergänzen aus der Sicht des Pharmamanagements die persönliche Kommunikation, aber sie werden sie nicht ersetzen.

Gute Nachricht auch für die Spezialanbieter in der Pharmakommunikation:

Die Komplexität des Marktes, die Themenvielfalt und die Zahl einzusetzender Medien wird steigen und mit einzelnen klassischen wie auch digitalen Medien erreicht man nur einen Teil seiner Zielgruppe. Erwartet wird, dass Multi-Channel-Marketing zunehmend an Bedeutung gewinnt und Investitionen in diesen Bereich steigen werden.

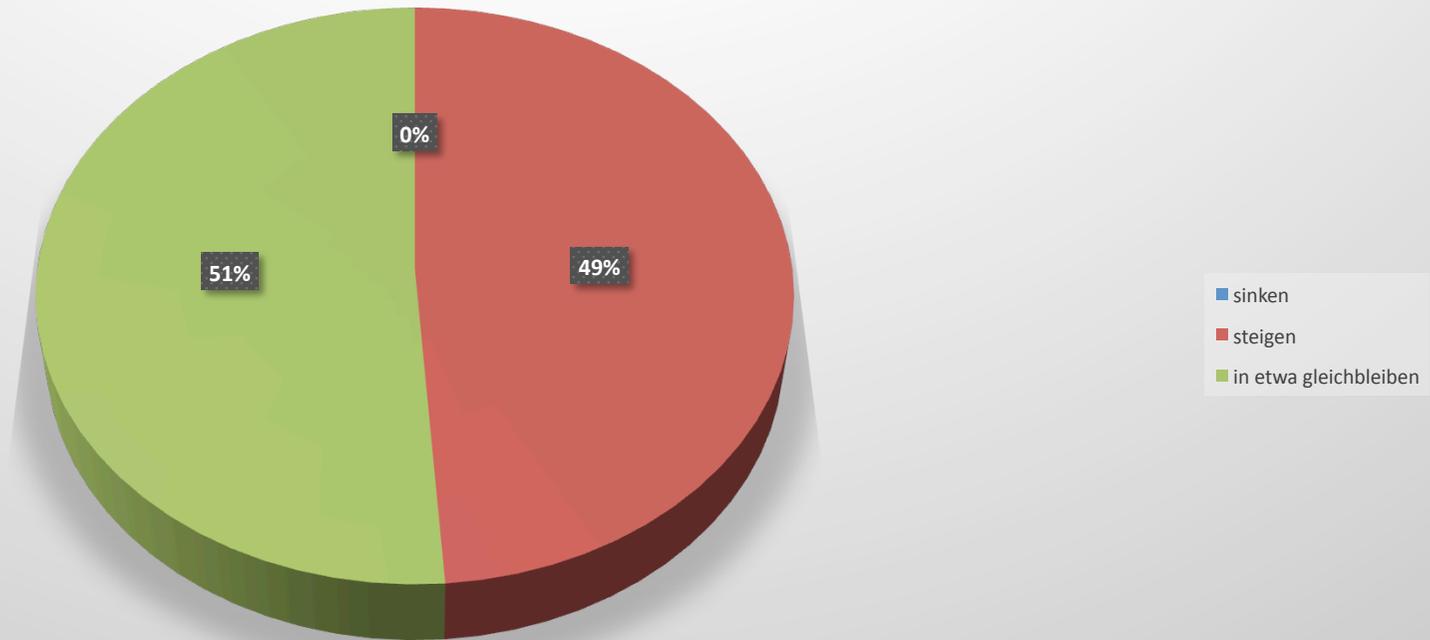
Bleibt am Beginn eines neuen Jahres nur zu wünschen, dass alle, die sich an der Umfrage beteiligt haben, die Entwicklungen für 2017 richtig eingeschätzt und die geplanten Maßnahmen den gewünschten Erfolg haben.

Gerd Bögel



→ Ergebnisse einer Befragung von 50 Managern aus der Pharmaindustrie

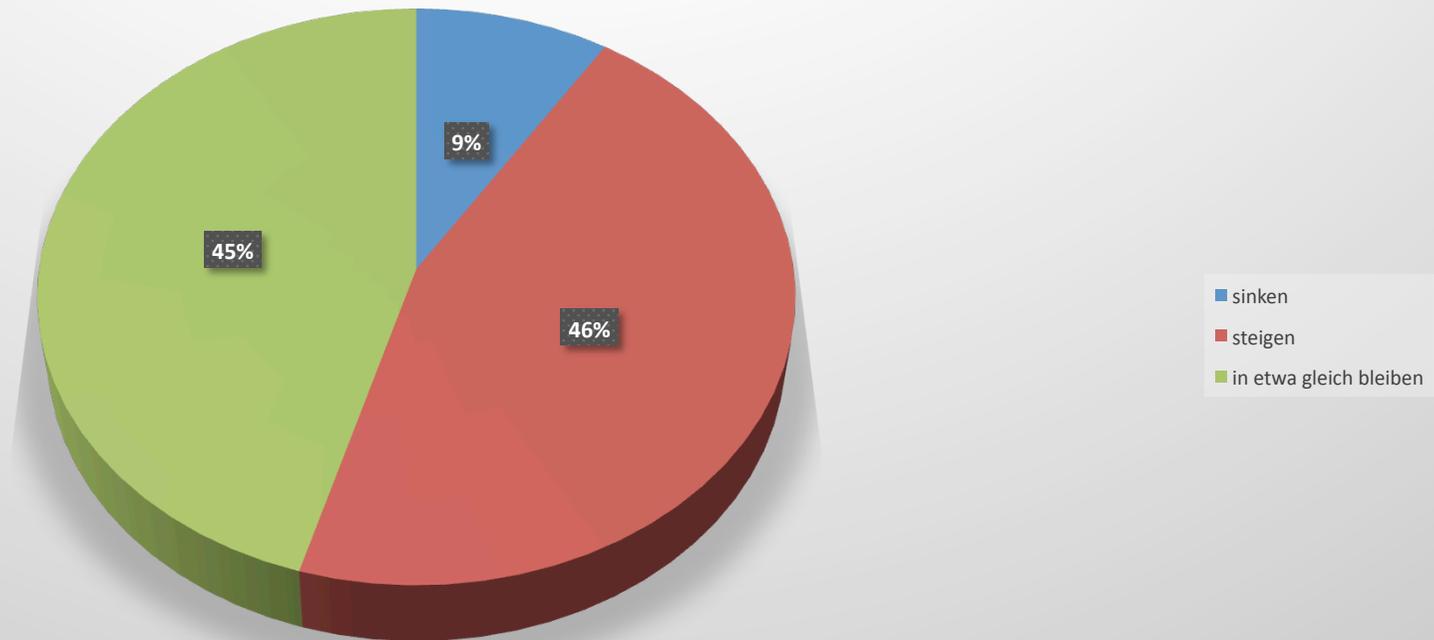
Wie wird sich der politische Druck auf die Pharmaunternehmen 2017 entwickeln?





→ Ergebnisse einer Befragung von 50 Managern aus der Pharmaindustrie

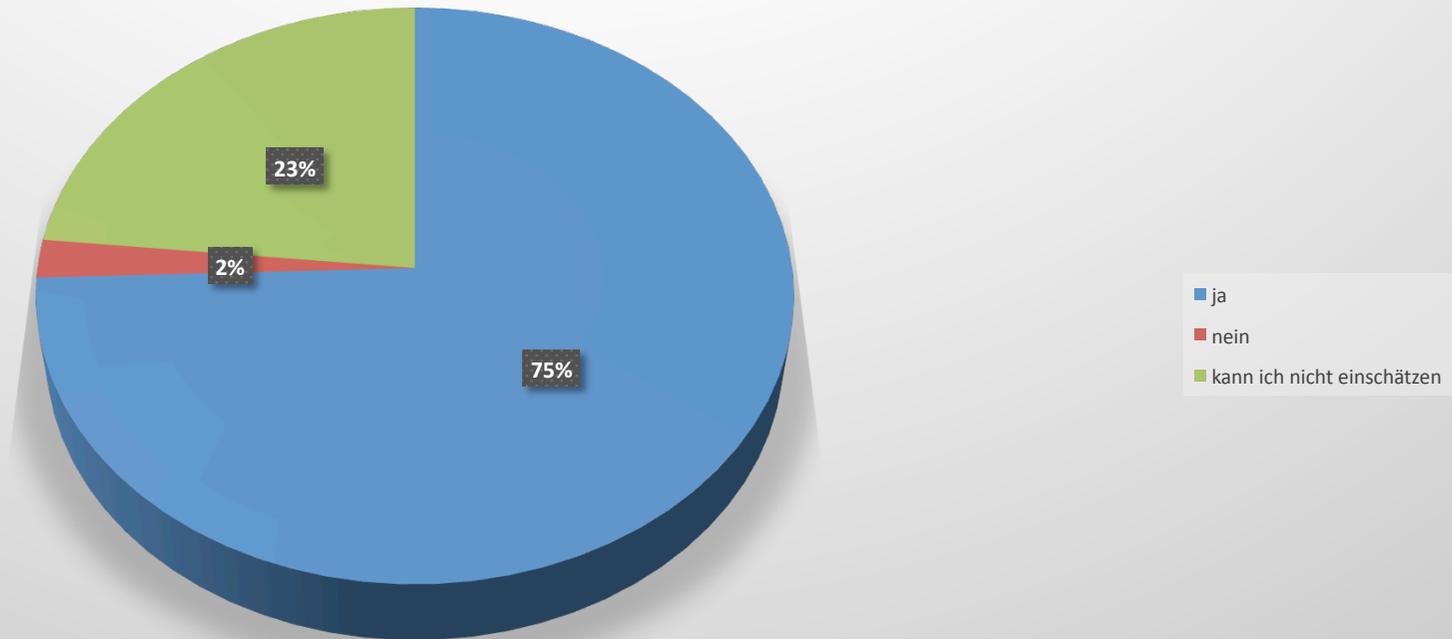
**Wird die Bedeutung von Kooperationsmodellen zwischen GKV, Leistungserbringern und Pharmaunternehmen 2017.....?**





→ Ergebnisse einer Befragung von 50 Managern aus der Pharmaindustrie

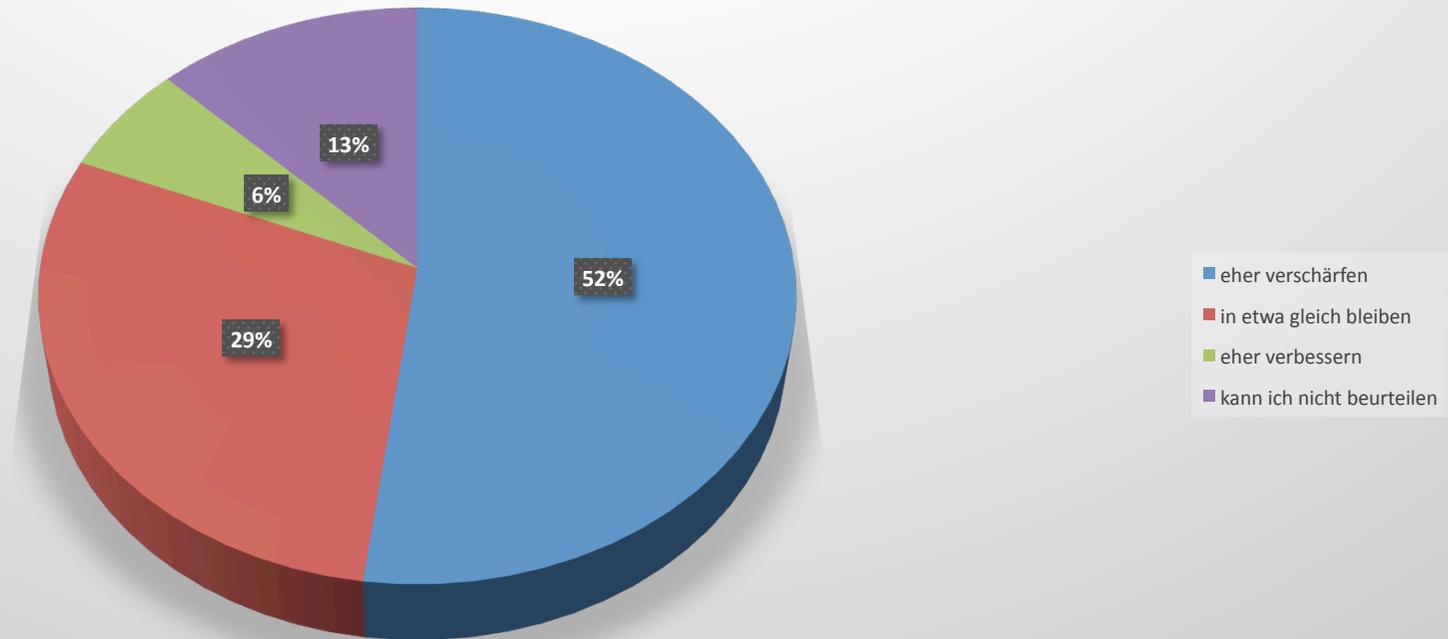
Muss im Zuge der Regionalisierung der Arzneimittelsteuerung zukünftig mit einer Vielzahl unterschiedlicher Ansätze in den KVen gerechnet werden?





→ Ergebnisse einer Befragung von 50 Managern aus der Pharmaindustrie

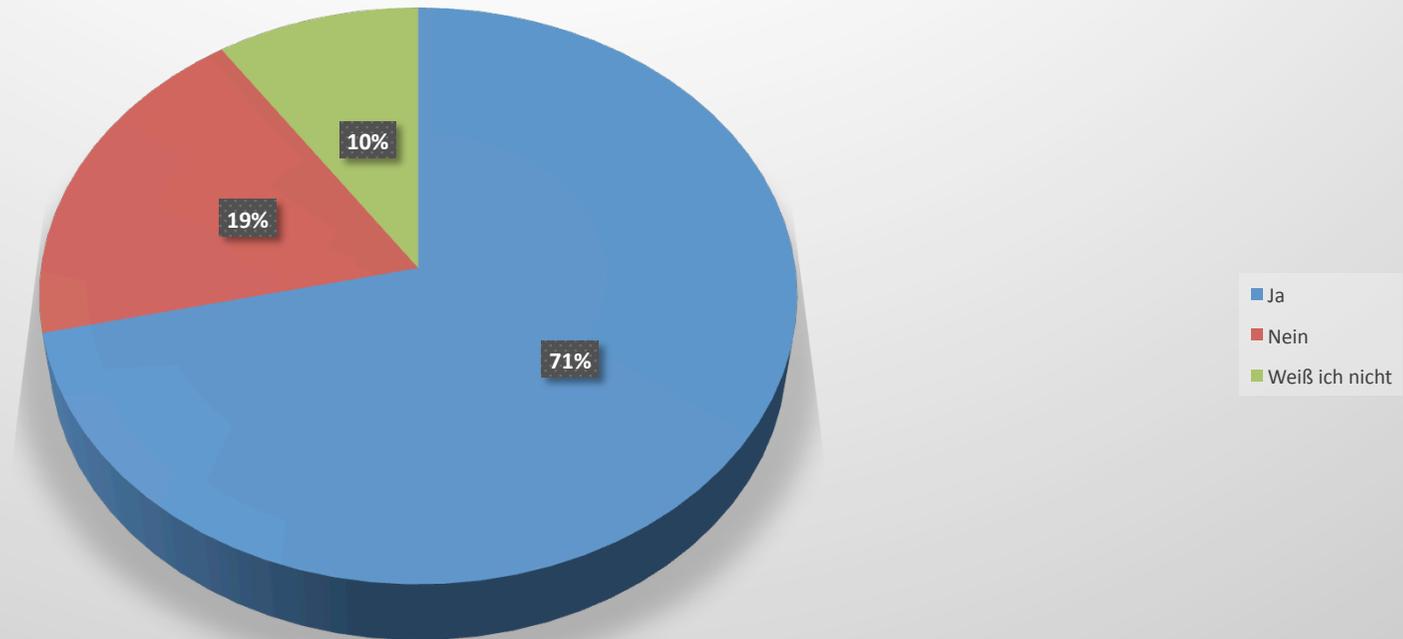
Wie wird sich die Verordnungssituation für den Arzt durch die Regionalisierung der Arzneimittelsteuerung entwickeln?





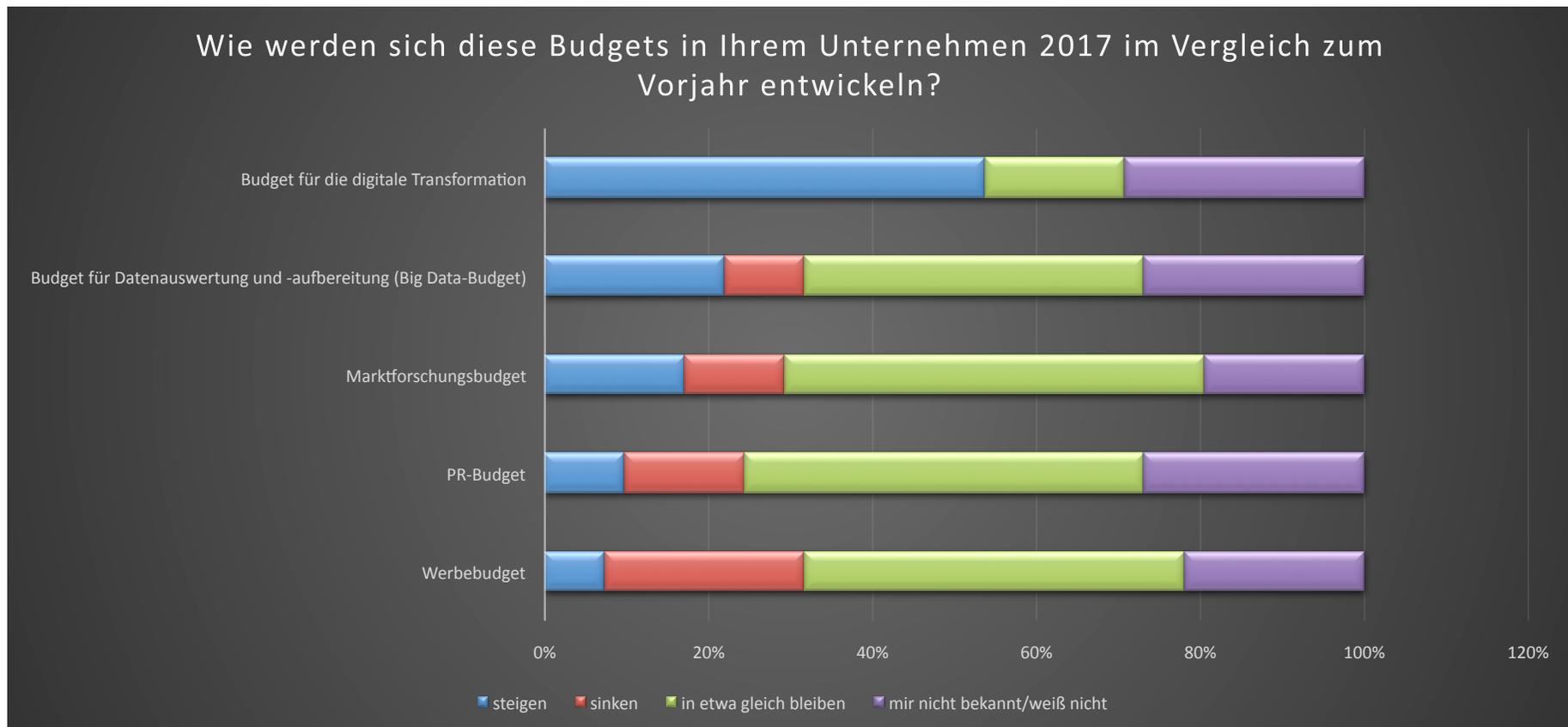
→ Ergebnisse einer Befragung von 50 Managern aus der Pharmaindustrie

**Erwarten Sie Veränderungsdruck auf das bestehende Geschäftsmodell Ihres Unternehmens?**



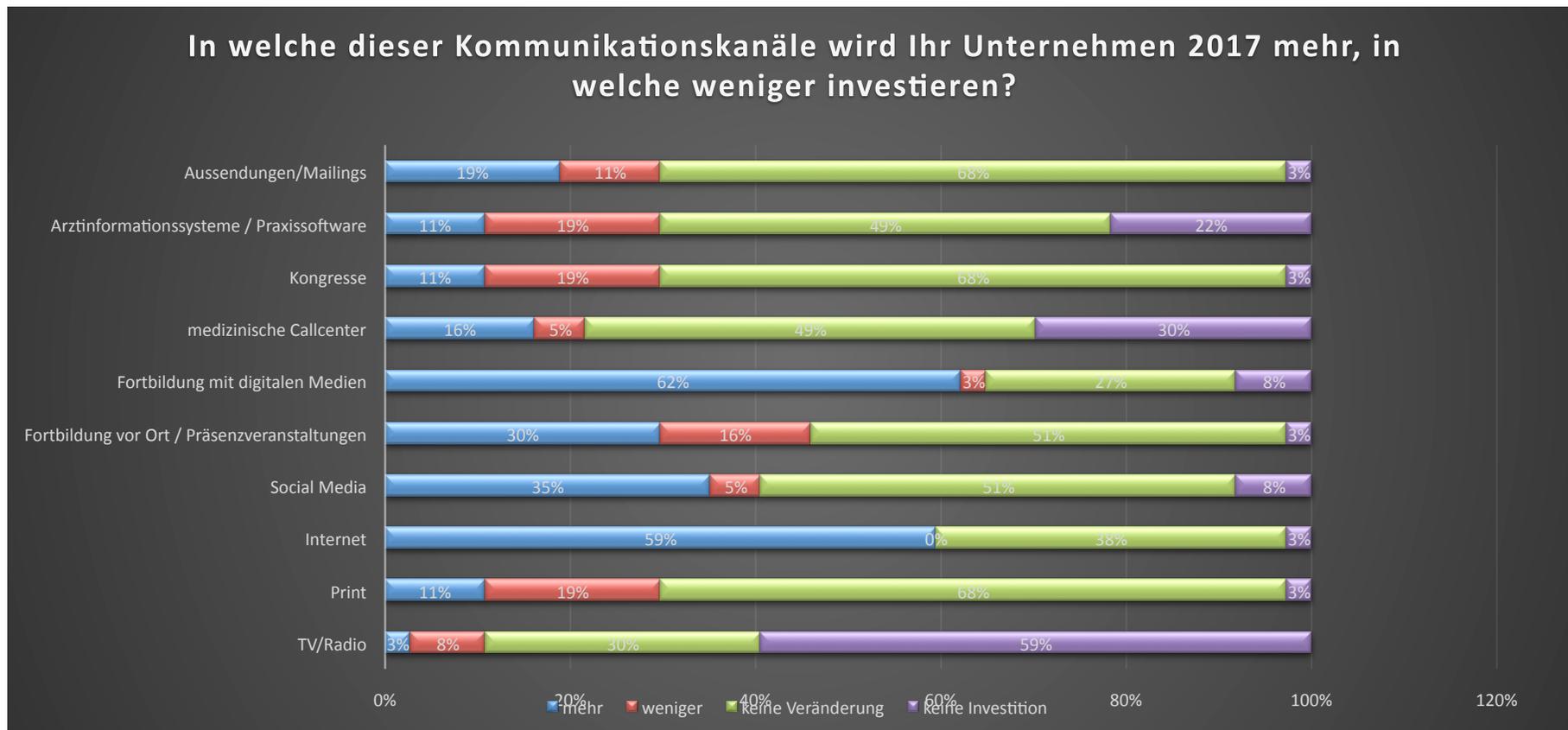


→ Ergebnisse einer Befragung von 50 Managern aus der Pharmaindustrie





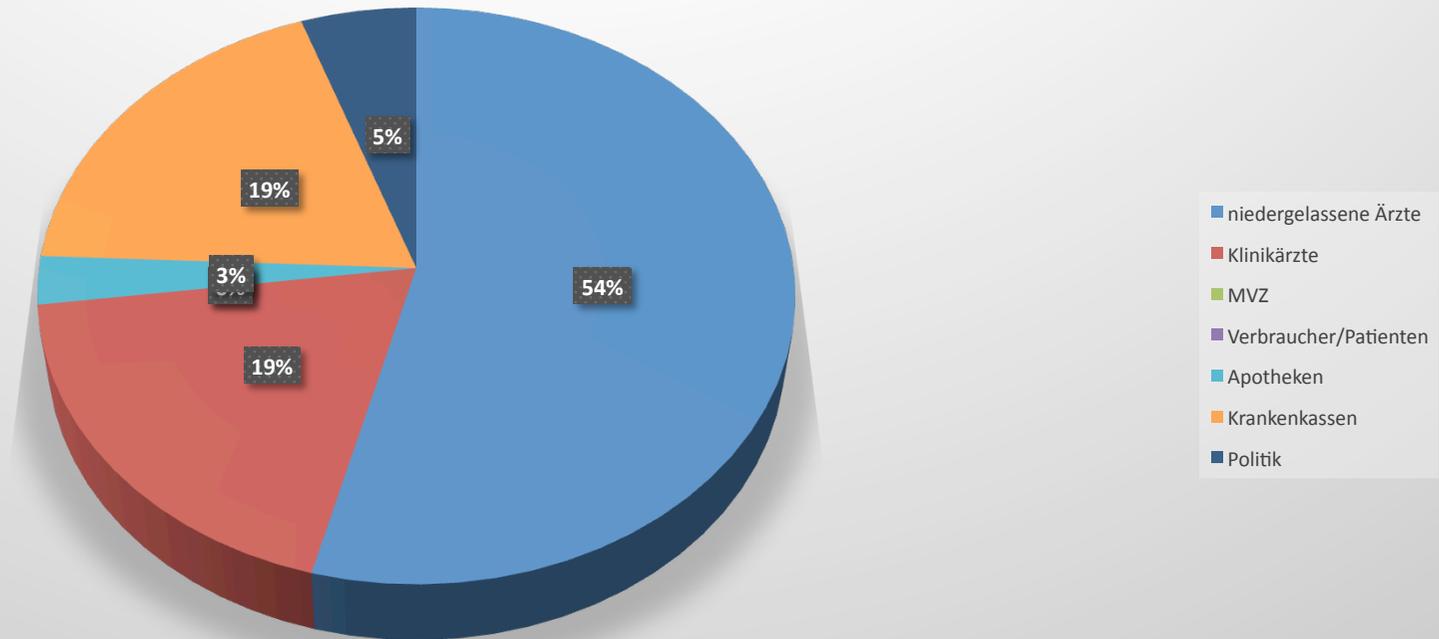
→ Ergebnisse einer Befragung von 50 Managern aus der Pharmaindustrie





→ Ergebnisse einer Befragung von 50 Managern aus der Pharmaindustrie

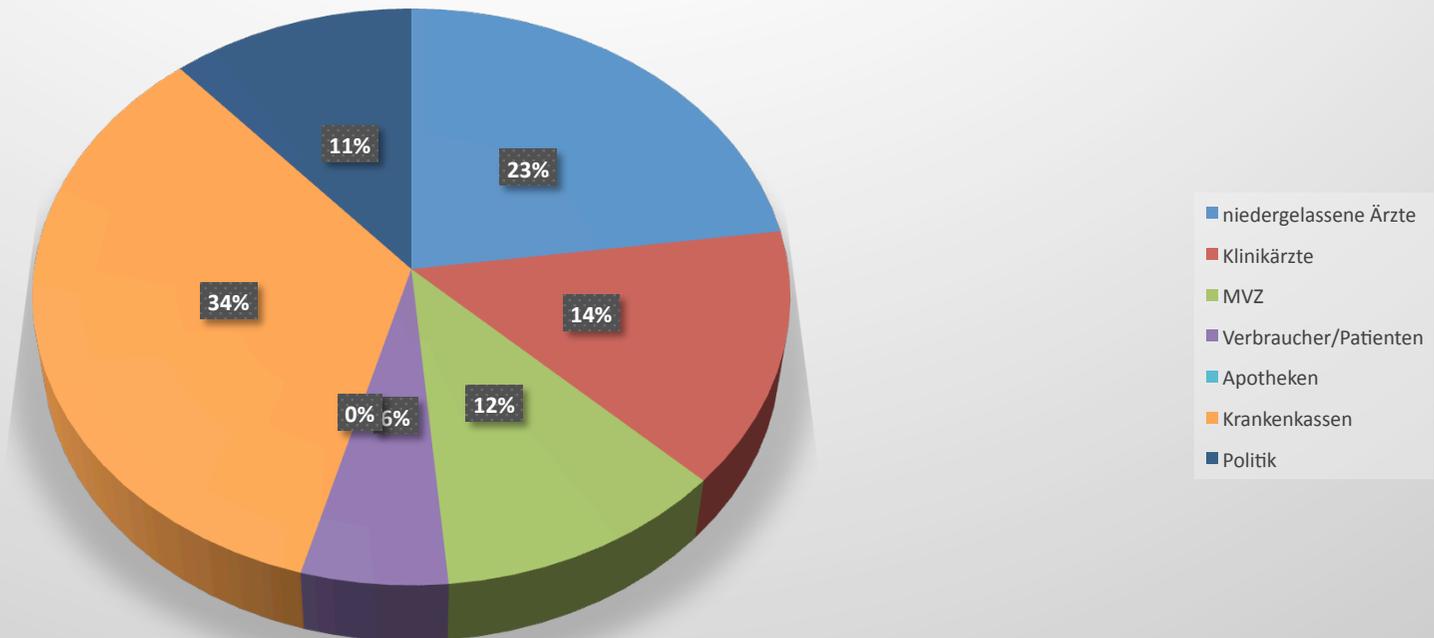
Welche Zielgruppe wird 2017 die wichtigste für die Pharma-Kommunikation zu ethischen Präparaten sein?





→ Ergebnisse einer Befragung von 50 Managern aus der Pharmaindustrie

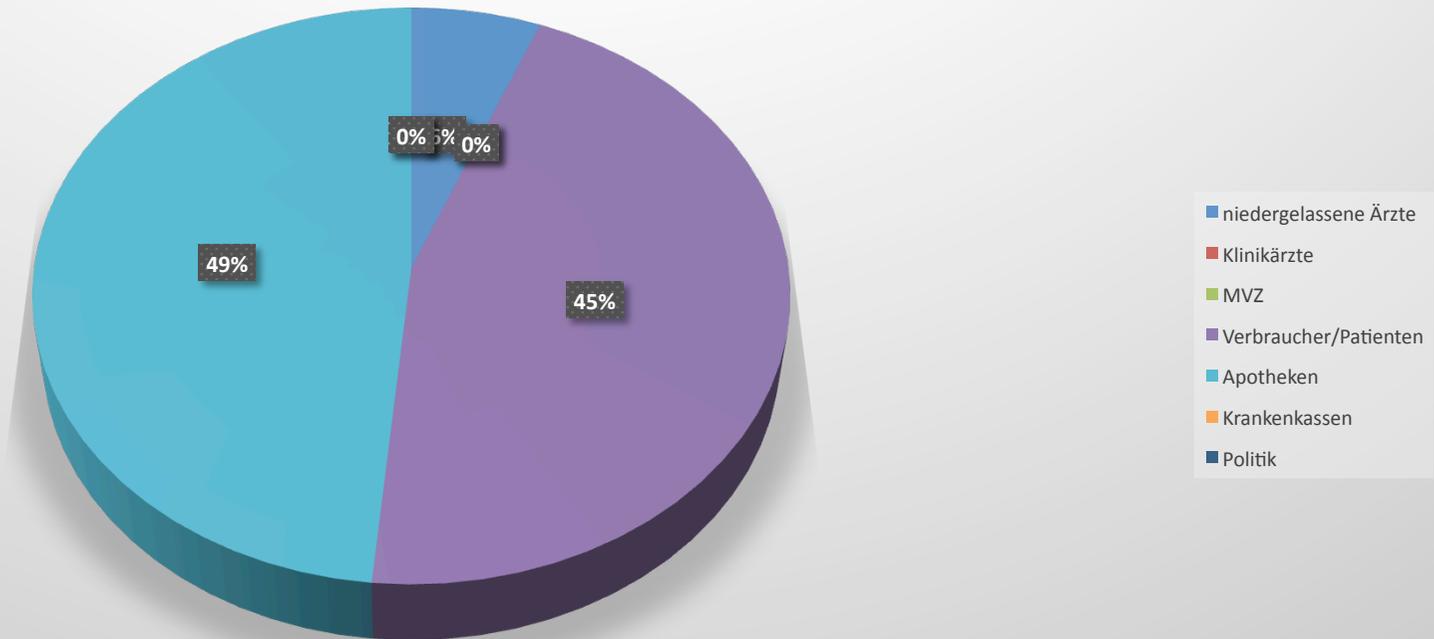
Welche Zielgruppe wird in ihrer Bedeutung für die Pharma-Kommunikation (RX) zukünftig (über 2017 hinaus) am stärksten zunehmen?





→ Ergebnisse einer Befragung von 50 Managern aus der Pharmaindustrie

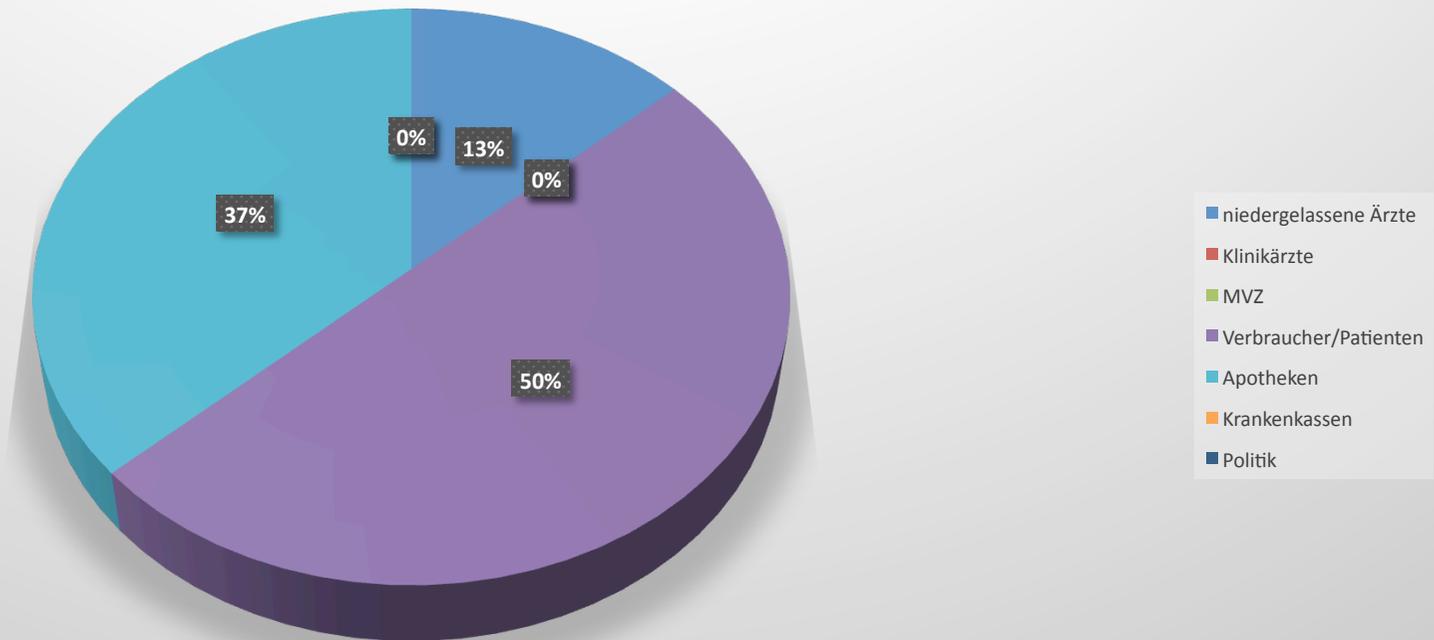
## Welche Zielgruppe wird 2017 die wichtigste für die Pharma-Kommunikation zu OTC-Produkten sein?





→ Ergebnisse einer Befragung von 50 Managern aus der Pharmaindustrie

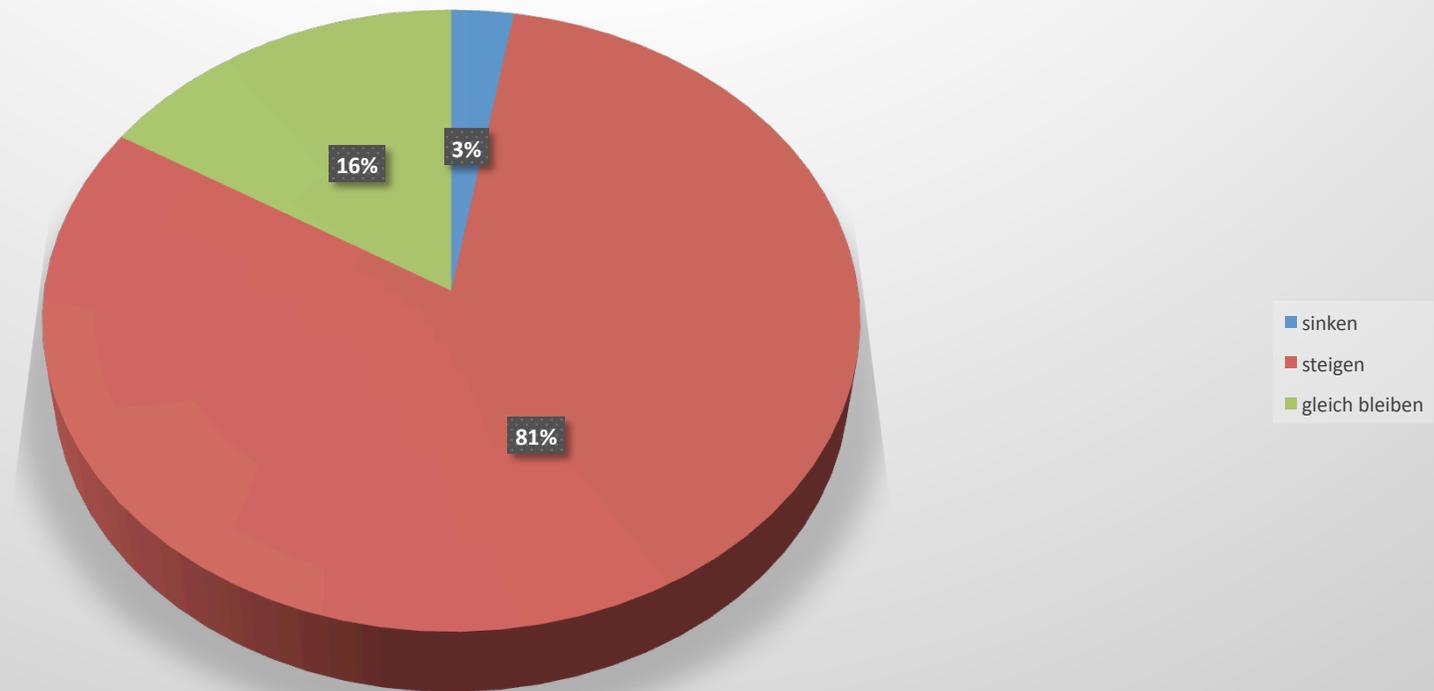
Welche Zielgruppe wird in ihrer Bedeutung für die Pharma-Kommunikation(OTC) zukünftig (über 2017 hinaus) am stärksten zunehmen?





→ Ergebnisse einer Befragung von 50 Managern aus der Pharmaindustrie

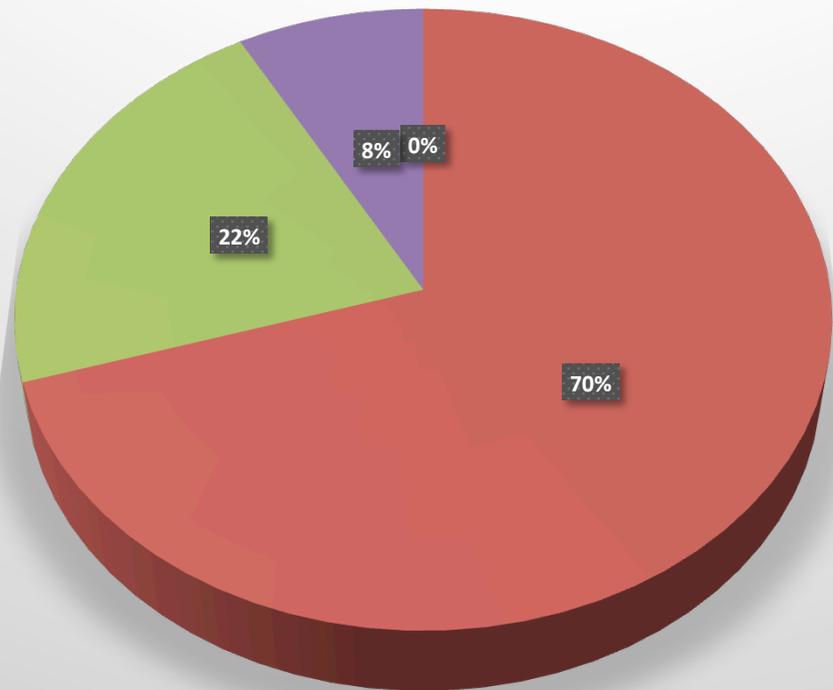
Wie wird sich der Einsatz von digitalen Medien 2017 entwickeln?





→ Ergebnisse einer Befragung von 50 Managern aus der Pharmaindustrie

## Können digitale Medien den Außendienst 2017 ersetzen oder ergänzen?

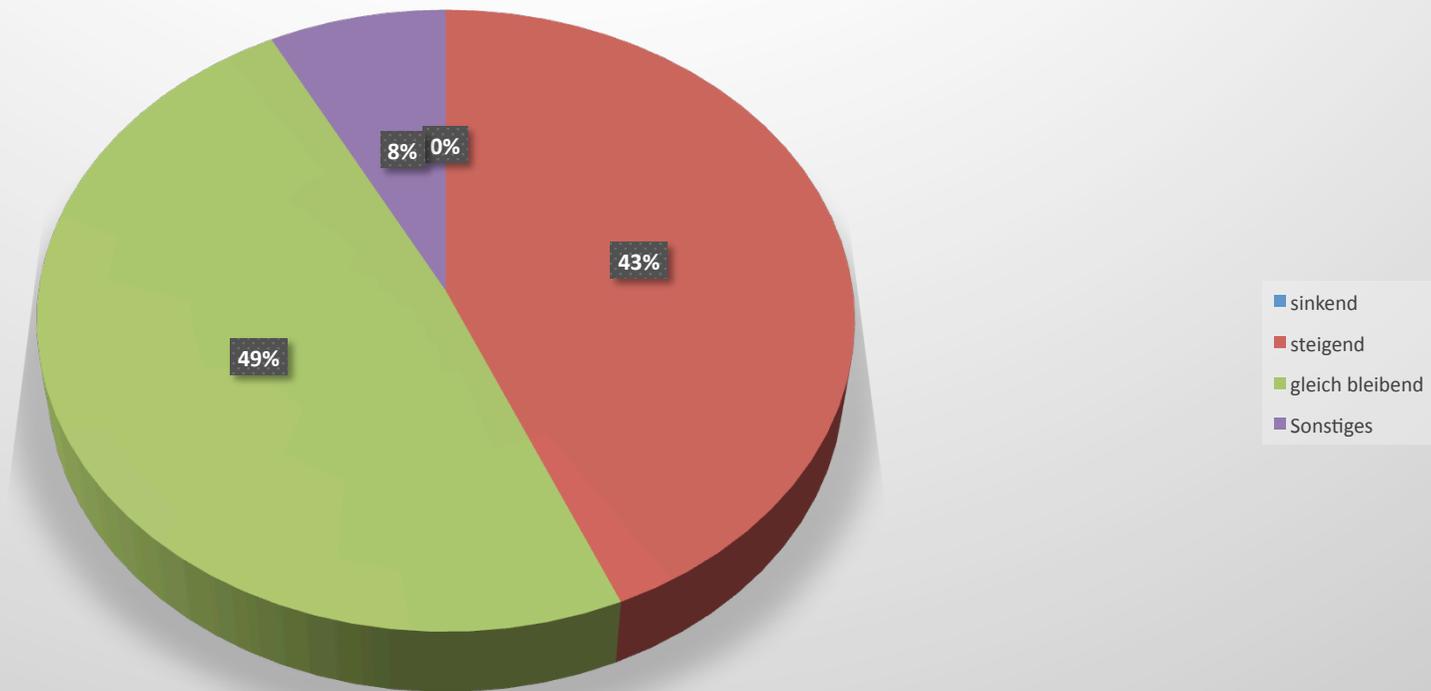


- ersetzen
- ergänzen
- sowohl/als auch
- weder/noch



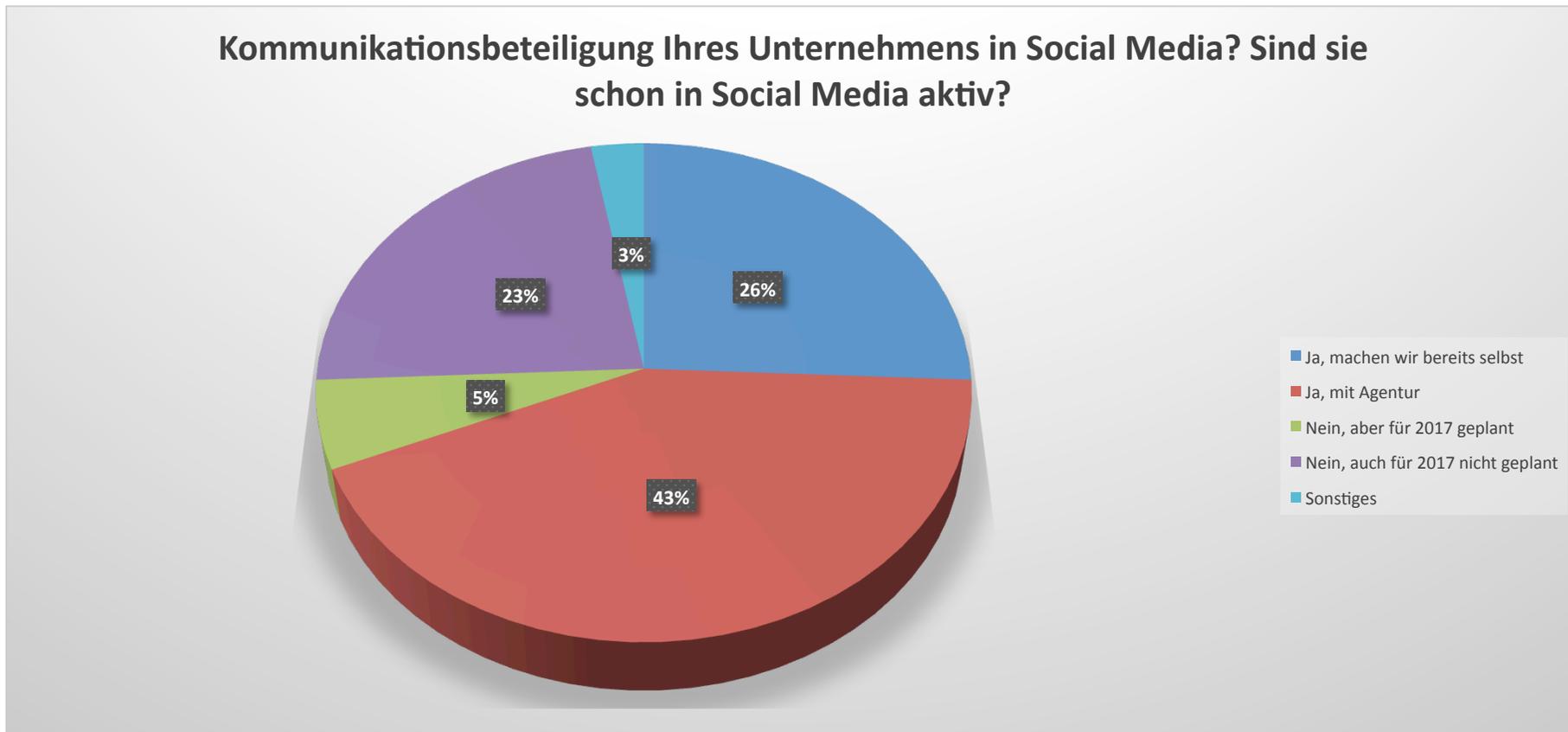
→ Ergebnisse einer Befragung von 50 Managern aus der Pharmaindustrie

### Wie planen Sie Investitionen in Multi-Channel-Marketing 2017?





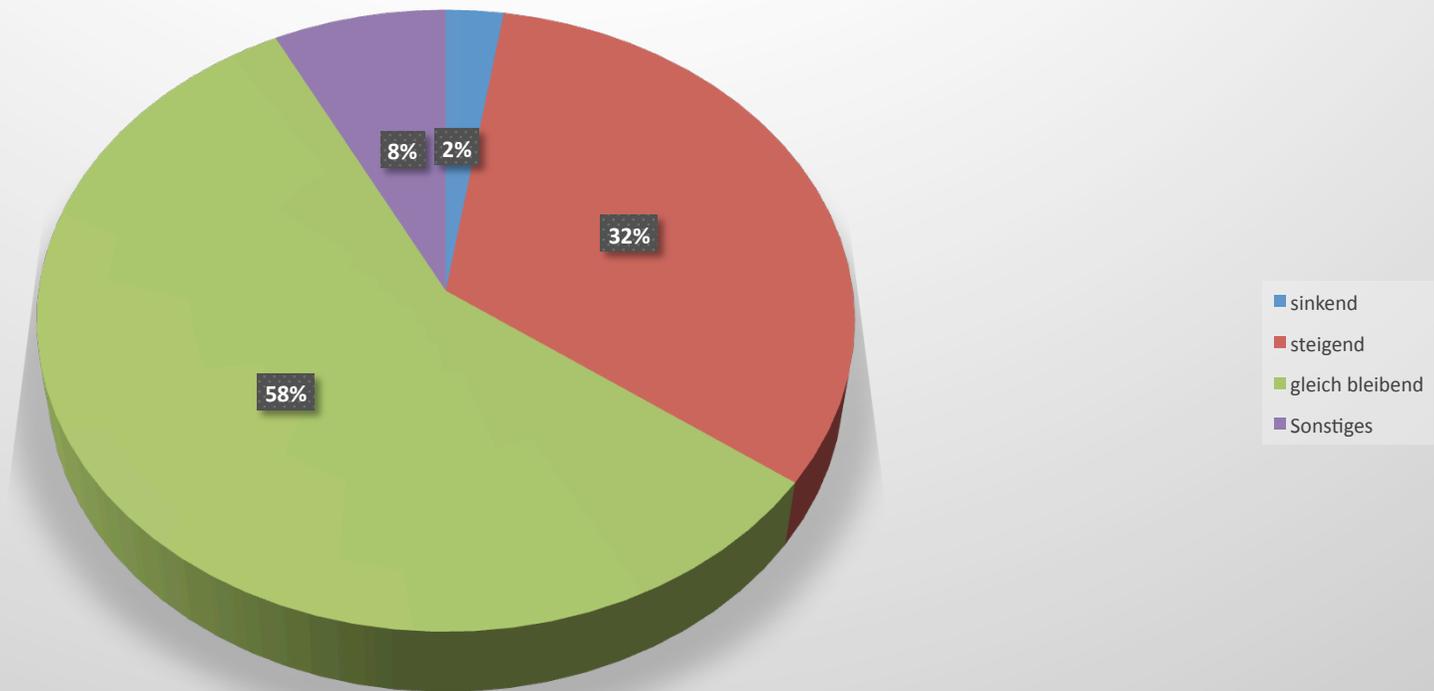
→ Ergebnisse einer Befragung von 50 Managern aus der Pharmaindustrie





→ Ergebnisse einer Befragung von 50 Managern aus der Pharmaindustrie

Wie planen Sie Investitionen in Content-Marketing 2017?





→ Ergebnisse einer Befragung von 50 Managern aus der Pharmaindustrie



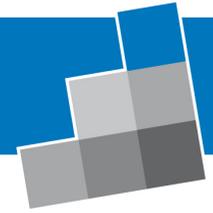


Abb. © camellias - Fotolia.com

# Infothek

Erfolg durch richtige Entscheidungen.

## Kontakt

Gerd Bögel

Tel.: +49 7556 / 966 80 61  
Fax: +49 7556 / 966 80 63

Mobil: +49 1717820785  
g.boegel@infothek-gmbh.de

INFOTHEK GmbH  
Mettnauweg 3  
D-88690 Uhdingen-Mühlhofen am Bodensee