

HEALTHCARE MARKETING

Das Fachmagazin für Gesundheitsmarken

MÄRKTE + UNTERNEHMEN



Im Rahmen unserer Umfrage haben wir die Frage gestellt: „Wenn Sie Trendscout in einem Pharmaunternehmen wären, wo würden Sie noch Lücken im Gesundheitsmarkt sehen?“ Die Ergebnisse zeigen ein deutliches Bild: Die Ansprache der Patienten, der Einsatz von Web 2.0 sowie Service-Angebote für chronisch Kranke sind die Top-Themen 2013.



Stephan Urlings, Geschäftsführer, rheingold

Stephan Urlings, Geschäftsführer, rheingold institut:

„Die Lücken im Gesundheitsmarkt liegen seitens der Pharma-Industrie meist noch im Verständnis des Verbrauchers. Pharmaunternehmen sollten weniger dogmatisch in Form eines Arztes auftreten und den Verbraucher bevormunden. Der Pharma-Kunde hat sich längst emanzipiert und möchte selbst für seine Gesundheit sorgen. Dazu sucht er kompetente Informationen, die nicht werblich, sondern offen, kompetent und gleichzeitig einfühlsam daherkommen. Online-Plattformen seitens der Pharma-Industrie wären da ein gutes Angebot.“

Peter Herzog, Vorstand, Eumara:

„Die (...) die Emotionen der Patienten werden stärkere Bedeutung gewinnen für eine verständliche und überzeugende Kommunikation von Therapiemöglichkeiten. Die Aktivitäten der Patienten im Social Web werden den Druck auf die Unternehmen verstärken, sich in diese Richtung schnell zu öffnen.

Ganz besonders bei chronischen Erkrankungen werden die Therapieoptionen von Seiten des Patienten häufig mit dem Arzt diskutiert. Nicht zuletzt nutzen die Unternehmen diese Entwicklung und fördern sie, indem sie zur Einführung neuer Präparate verstärkt PR und Aufklärungsarbeit bieten (...). Unternehmen lernen, dass hierdurch auch ein sanfter Nachfragedruck durch Patienten für neue Präparate und/oder Therapien geschaffen werden und somit schneller der Erfolg eines neuen Präparates erzielt werden kann.



Peter Herzog, Eumara-Vorstand



Alexander Edte, Ipsos-Manager

Alexander Edte, Ipsos-Manager:

„Fixkombinationen von Medikamenten verschiedener Indikationen bereitstellen. Hat ein Patient beispielsweise Bluthochdruck, Diabetes und leidet unter zu hohem Cholesterin, so wäre es für ihn sicherlich wünschenswert, nur ein einziges Präparat einnehmen zu müssen. Es sollte ein Baukasten vorhanden sein, um Substanzen flexibel zu kombinieren. Hierzu sind Kooperationen von Pharmaunternehmen notwendig; möglicherweise könnten sich eigenständige Unternehmen entwickeln, die mit verschiedenen Pharmafirmen zusammenarbeiten.“