

Den Entwicklungen im Markt einen Schritt voraus

Die IQVIA-Kundentagung am 12. Juni in Rüschlikon (ZH) erfreute sich wieder grosser Beliebtheit und blickt bereits auf eine mehr als 20-jährige Tradition zurück. Auch in diesem Jahr nutzten rund 150 geladene Gäste die Gelegenheit, über die aktuellsten Entwicklungen und Trends im Pharma- und Consumer-Health-Markt auf dem Laufenden zu bleiben und einen Blick in die Zukunft zu werfen.

Bild: zvg



Apéro und Networking an schönster Lage und in gemüthlicher Atmosphäre.

Pharmamarkt Schweiz weiter unter Druck durch Preissenkungen und weitere Kostensenkungsmassnahmen

Der erste Teil der Veranstaltung widmete sich schwerpunktmässig dem lokalen Pharmamarkt. «Das Wachstum ist in der Schweiz durch die vom BAG durchgeführten Preissenkung im letzten Jahr gebremst worden – auf +1,1% bei einem Umsatz von knapp 6 Mrd. CHF», so Stephanie Burri. Daran anknüpfend gab Dr. Heiner Sandmeier (Interpharma) ein Update zu den Strategien des Bundesrates bei den Kostendämpfungsmassnahmen sowie zu alternativen Preismodellen für neue Therapien (ATMP).

Laut Sarah Rickwood ist aber auch global mit einer Verlangsamung des Wachstums in

den nächsten fünf Jahren zu rechnen – bei gleichzeitig steigenden Ausgaben für R&D. Einen immer grösser werdenden Anteil in der globalen Pipeline stellen dabei die Advanced Therapies dar, wobei hier neben der Finanzierung insbesondere bei der Infrastruktur sowie bei den Produktionskosten grosse Veränderungen notwendig sein werden, um deren Potenzial zu erschliessen.

Neuheiten und verbesserte Dienstleistungen von IQVIA für 2019/2020

Nach dem Gesamtmarktüberblick inklusive politischem Ausblick haben Christian Passarge und Markus Matuschke neue Lösungen zur Optimierung von Marketing und Salesforce Aktivitäten präsentiert.

Mit ChannelDynamics führte IQVIA Anfang 2019 offiziell eine Nachfolgelösung für den PromoTrack Schweiz ein, um die Leistungsfähigkeit der Pharma-Vertriebsteams und Marketingaktivitäten vollumfassend zu messen. Hierfür werden monatlich >150 GPs, Onkologen und Kardiologen befragt. Ergänzend zu der laufend fortgeführten Befragung von ChannelDynamics hat IQVIA mit der «Swiss Multi-Channel Landscape Study» eine Studie lanciert, die Erkenntnisse über die heutigen sowie die zukünftigen Kommunikationspräferenzen der Ärzte in der Schweiz liefern wird. Auch hier wurden mehr als 100 Ärzte befragt.

Mit Orchestrated Customer Engagement (OCE) bietet IQVIA ab sofort eine umfangreiche kommerzielle Plattform der nächsten Generation, die sämtliche Kundeninteraktionen in einem Tool bündelt und damit sämtliche Marketing- und Aussendienstkampagnen harmonisiert.

Consumer Health Markt Schweiz stagniert im Fachhandel, jedoch mit leichtem Wachstum im Detailhandel

Gregor Pfister und Stefanie Minder orientierten über den Schweizer Consumer Health Markt: Während der Fachhandel auf Vorjahresniveau stagniert, verzeichnet der Detailhandel ein leichtes Wachstum von +0,9%. Der Schwerpunkt des Vortrags lag jedoch auf einer Analyse der Social-Media-Aktivitäten lokaler Consumer-Health-Unternehmen aus der Perspektive unserer jungen Mitarbeiter. Hierzu wurden die Accounts verschiedener Unternehmen auf Plattformen wie Facebook und Instagram vorgestellt und die wichtige Rolle der Influencer aufgezeigt.

Global gesehen bewegte sich das Wachstum im Consumer-Health-Markt in den letzten fünf Jahren nahe der 4–6% Spannweite, wobei der globale OTC-Markt gemäss Marc Levy, Global Consumer Health Consulting IQVIA, einen disruptiven Wandel durchläuft. «Das traditionelle Innovationsmodell mit Line-Extensions genügt nicht mehr, um den gestiegenen Konsumentenerwartungen gewachsen zu sein» so Levy.