

advice

kompakt

Hier kommen Sie zu den Videos der THINKahead Fortbildungen



<https://www.medahead.at/thinkahead-video/>

MEDICAL MARKETING

Expertenmeetings erfolgreich umsetzen

Was Advisory Boards und Expertenmeetings für Meinungsbildner:innen interessant und erfolgreich macht. Eine Zusammenfassung der Marketing-Fortbildung THINKahead with MEDahead am 2. Juli 2024

Als Experte im Gespräch: Univ.-Prof. Dr. Andreas Festa, Facharzt für Innere Medizin, Spezialist für Diabetes, VIVIT Research Institute, Feldkirch und Ärztezentrum Weinviertel

THINKahead, die zweite Ausgabe der MEDahead Fortbildungsreihe, beschäftigte sich unter dem Titel „Profitieren Sie! – AdBoard vs. Expertenmeeting“ mit der erfolgreichen Organisation und Abwicklung von Advisory Boards und Expertenmeetings. Ben Sperlhofer – Salesmanager bei MEDahead und Inhouse Experte für derartige Projekte – erläuterte in seiner Präsentation die beiden Begriffe und arbeitete die verschiedenen Merkmale der Meetingformate heraus.

Ein Advisory Board gilt als formelles Gremium, das langfristig in wiederkehrenden Treffen Empfehlungen abgibt und strategisch berät, wogegen das Expertenmeeting einmalig oder ge-

legentlich einen fokussierten Wissensaustausch ermöglicht. Im Vorfeld der Veranstaltung kontaktierte MEDahead Expert:innen aus unterschiedlichen Fachrichtungen mit der Fragestellung: „Wann ist für Sie ein Expertenmeeting zufriedenstellend verlaufen und welche Kriterien müssen erfüllt sein, dass Sie daraus einen Nutzen ziehen?“. Die Antworten waren sehr einstimmig und deckten sich auch mit den Statements von Univ.-Prof. Dr. Andreas Festa, der als Mitglied vieler Adboards und Expertenmeetings sowie Senior Manager in der Pharmaindustrie sein Wissen mit den Webinar-Teilnehmer:innen teilte. Ein klar kommuniziertes Ziel des Meetings sowie eine entsprechende Agenda im Vorfeld sind für das Gelingen des Meetings essentiell. Die Erwartungshaltung des Sponsors sollte deutlich kommuniziert sein. Pre-Read Unterlagen sind wichtig, diese sollten sich allerdings auf Wesentliches konzentrieren und



Unterschied Advisory Board und Expertenmeeting



ADVISORY BOARD		EXPERTENMEETING
besteht aus einer festen Gruppe	Zusammensetzung	kann eine variierende Gruppe von Expert:innen umfassen
langfristig angelegt, mit regelmäßigen Treffen	Dauer	kurzfristig angelegt, oft einmalig oder gelegentlich
langfristige strategische Beratung	Ziele	fokussierter Wissensaustausch und Problemlösung
umfassende und kontinuierliche Unterstützung	Aufgaben	Diskussion und Lösung spezifischer Herausforderungen
formelles Gremium mit klaren Rollen	Struktur	informell, ohne langfristige Verpflichtung
strategische Planung für die Entwicklung neuer Therapie	Beispiele	spezifische klinische Studienplanung, Diskussion der Forschungsergebnisse



ANDREA BONFACIO/GAZDANA

fazit

nicht zu umfangreich sein. Eine Moderation ist ebenso ausschlaggebend für den zielführenden Verlauf. Die Moderation muss sich fachlich gut auskennen, darf aber nicht zu stark in der jeweiligen Community verankert sein, um eine gewisse Neutralität zu haben. Der wichtigste Parameter für ein erfolgreiches Meeting ist für Univ.-Prof. Dr. Andreas Festa die Erstellung eines Protokolls bzw. die Verarbeitung des Outcomes. Er empfindet es als negativ und nicht wertschätzend, wenn seine Inputs nach einem Meeting einfach verhallen. Werden all diese Inputs und Tipps berücksichtigt, steht einem erfolgreichen Meeting nichts mehr im Wege.

- **Klares Meeting-Ziel und entsprechende Agenda vorab versenden**
- **Pre-Read wird gerne angenommen, darf aber nicht zu ausführlich sein**
- **Neutrale und fachlich fundierte Moderation**
- **Erstellung eines Protokolls bzw. Nachnutzung der Inhalte als Sonderpublikation wird von den Teilnehmer:innen gewünscht**

experten-statements



PRIVAT

„Für mich ist besonders relevant, dass neue Inhalte in kompakter Form vermittelt werden. Ich halte ausreichend Platz für Interaktionen mit den Expert:innen für ein wichtiges Kriterium, um Meetings nutzbringend zu gestalten.“

Univ.-Prof. Dr. Johannes Drach, Ärztlicher Direktor der Confraternität – Privatklinik Josefstadt, Wien



WWW.FOTO-WILKE.AT

„Grundlage für ein gelungenes Meeting ist definitiv eine gute Vorbereitung aller Teilnehmer:innen. Es sollte klar kommuniziert werden, was das Ziel des Zusammentreffens ist, wer die Teilnehmer:innen sind und welche Unterlagen vorab von Bedeutung wären. Für mich persönlich ist es auch wichtig, dass Firmen dem Ergebnis gegenüber offen sind und bereit sind, mit den Expert:innen vor Ort zu diskutieren. Vor allem wenn es um konkrete Patientenfälle geht (Stichwort Anwenderbeobachtung), gibt es oft deutliche Unterschiede zum Setting von internationalen Studien.“

Prof. Michael Eisenmenger, Facharzt für Urologie und Andrologie, Wien



PRIVAT

„Diese Meetings dienen dem Austausch von neuesten Informationen zwischen Industrie (Arzneimittelhersteller) und Expert:innen aus dem Fachgebiet der Zulassung/geplanten Zulassung eines Medikaments. Firmen erhalten dabei praktische Informationen über die derzeitige Therapielandschaft in einer Erkrankung und über die Einordnung ihres Produkts. Expert:innen werden nochmals über den neuesten Stand von Studien und Zulassung informiert. Es werden nicht nur Fragen von der Firma an die Expert:innen gestellt, sondern die Expert:innen schlagen auch gegebenenfalls Änderungen oder Subanalysen vor. Erfolgreich war das Meeting, wenn eine möglichst ‚ungebiaste‘ Information und Einordnung erfolgt.“

Univ.-Prof. Dr. Ulrich Jäger, Leiter der Klinischen Abteilung für Hämatologie und Hämostaseologie, AKH Wien



PRIVAT

„Als gemeinsamen Nenner für ein erfolgreiches Meeting würde ich retrospektiv folgende Punkte zusammenfassen:

- Je klarer die Fragestellung/Zielsetzung definiert war, desto besser das Ergebnis.
- Die Diskussion war offener und ergebnisorientierter, wenn keine ‚hidden agendas‘ mitschwangen.
- Zahl der Teilnehmer:innen begrenzt (6–8)
- Je nach Fragestellung sind andere Expert:innen notwendig, um die unterschiedlichen Informationen/Einschätzungen zu einem Thema bereitzustellen (wir Ärzt:innen decken manchmal nur einen Teil ab).
- unabhängige:r Moderator:in (Diskussion möglichst ohne Bias und offen für Ergebnis)
- Zusammenfassung und konkrete nächste Schritte als Ergebnis.“

Dr. Andreas Strouhal, Facharzt für Innere Medizin und Kardiologie, Wien



Interesse geweckt?

Ben Sperlhofer, Sales- und Projektmanagement
 Tel.: +43 1 607 02 33-718

E-Mail: b.sperlhofer@medahead.at

