



Colloquium Pharmaceuticum GmbH

Mittwoch
28. November 2007
Frankfurt am Main

Referenten:

Dr. med. Wolfgang Fleischer
ehem. Mundipharma
und Boehringer Ingelheim

Dr. Gert Krabichler
Capsugel

Sarah Kraft
antwerpes + partner

Ottmar L. Mergel
OTC Top Consulting

Dr. med. Matthias Müller
Sanofi-Aventis

Walter Pechmann
GfK HealthCare

Dr. Thilo Schmierer
Capsugel

Dr. David G. Spackman
MeadWestvaco Healthcare

Dr. med. Günter Umbach
Healthcare Marketing
Dr. Umbach & Partner

Jürgen Veit
Ogilvy Healthworld

Das vergessene „P“



Die Chancen des Produktes als Marketinginstrument im Pharmamarkt

Gastgeber:

CAPSUGEL®

Ihre Referenten

Dr. med. Wolfgang Fleischer

war Geschäftsführer der Mundipharma Research GmbH, wo seine Erfahrungen in der pharmazeutischen Entwicklung halfen, erfolgversprechende Darreichungsformen zu formulieren. Zuvor hat er in leitenden Positionen in Pharmakologie, Galenik, Medizin und Projektmanagement von Boehringer Ingelheim und in der Forschung & Entwicklung von Mundipharma gearbeitet.

Dr. Gert Krabichler

Dipl. Biol., Dipl. Phys., ist Leiter Marketing & Business Development EMEA bei Capsugel, einer Division von Pfizer. Er sammelte Erfahrung als Marketing- und Divisionsleiter bei Roche Diagnostica Deutschland, danach als Leiter External Affairs bei Roche Vitamins Europe (später DSM Nutritional Products). Er ist seit einigen Jahren Chairman of the Board der European Responsible Nutrition Alliance (ERNA).

Sarah Kraft

Magistra Artium, ist Spezialistin in der klassischen und der multimedialen Werbung. Sie leitet das Team „Kreation und Kundenberatung“ der Agentur antwerpes + partner in Köln, wo sie neben erfolgreichen Pharmaprodukten auch die Marke Aral betreut.

Ottmar L. Mergel

Dipl.-Kfm., von OTC Top Consulting e.K. ist Unternehmensberater im Gesundheitsmarkt. Er sammelte Pharma-Erfahrung bei Schwarz Pharma. Er war Geschäftsführer Marketing und Vertrieb OTC bei GlaxoSmithKline, Vorstandsmitglied im BAH sowie Mitbegründer des Arbeitskreises OTC im Markenverband.

Dr. med. Matthias Müller

ist Clinical Research Director bei Sanofi-Aventis und für klinische Entwicklungen im Therapiegebiet Innere Medizin verantwortlich. Er war Leiter der „Clinical Expert Group Analgesics“ bei der Grünenthal GmbH und hat internationale Entwicklungserfahrung unter anderem als „International Clinical Project Leader“.

Walter Pechmann

leitet als Division Manager den Bereich „Selbstmedikation und Patientenforschung“ der GfK HealthCare Germany. Nach dem Studium der Betriebswirtschaft baute er mehrere Systeme zur Käuferbeobachtung und Patientenforschung auf. Weiterhin ist er Lehrbeauftragter des Masterstudiengangs „Consumer Health Care“ an der Charité in Berlin.

Dr. Thilo Schmierer

Dipl.-Chem., ist Pharmaceutical Business Development Manager EMEA bei Capsugel, einer Division von Pfizer. Von Haus aus organischer Chemiker, durchlief er bei Agon Pharma die Stationen analytische Methodenentwicklung und Regulatory Affairs, bevor er dem Vertriebsteam von Capsugel beitrug.

Ihre Referenten

Dr. David G. Spackman

BSc, PhD, MBA, ist Business Development Manager bei MeadWestvaco Healthcare Europa, einem führenden Anbieter von Verpackungslösungen im weltweiten Gesundheitsmarkt. Er hat Erfahrung in der Entwicklung innovativer pharmazeutischer Verpackungen, die für Patienten und Unternehmen vorteilhaft sind.

Dr. med. Günter Umbach

Healthcare Marketing Dr. Umbach & Partner, ist Facharzt, Dozent und Business-Buch-Autor. Er arbeitet als Trainer und Berater für Führungskräfte europäischer Healthcare-Firmen. Sie profitieren von seiner zwölfjährigen Berufspraxis in der Pharma-Industrie - als Marketing-Manager, Medical Director und internationaler Teamleiter für eine große Herz-Kreislauf-Marke.

Jürgen Veit

ist Werbekaufmann und Kommunikationswirt mit Erfahrung bei namhaften Pharma-Kommunikationsagenturen. Heute ist er Geschäftsführer von Ogilvy Healthworld GmbH in Frankfurt.

Termin

Mittwoch
28. November 2007,
9.00 – 16.00 Uhr

Frühstück übernimmt Capsugel für Sie. Damit wir planen können, bitten wir um umgehende Zusendung des beiliegenden Rückantwortbogens.

Ort

Radisson SAS Hotel
Franklinstraße 65
60486 Frankfurt am Main
Telefon 0 69 / 77 01 55 0
Telefax 0 69 / 77 01 55 20

Abendveranstaltung

Dienstag
27. November 2007,
19.00 – ca. 21.30 Uhr

Am Vorabend des Workshops haben Sie Gelegenheit zu einem informellen Austausch mit Referenten und Teilnehmern. Capsugel lädt Sie herzlich zu einem gemeinsamen Abendessen in das Restaurant GALA im Radisson SAS Hotel ein.

Zimmerreservierung

Für Teilnehmer dieses Seminars steht im Radisson SAS Hotel ein Zimmerkontingent zur Verfügung. Die Kosten für Übernachtung und

Organisation, Anmeldungen und Auskünfte

Colloquium Pharmaceuticum GmbH
Telefon 0 69 / 25 56 12 63
Telefax 0 69 / 25 56 12 52
E-Mail info@coll-pharm.de
www.coll-pharm.de

Mobiltelefon-Service

Am Tag der Veranstaltung nehmen wir gerne unter der Nummer 01 72 / 655 16 35 Nachrichten für Sie entgegen.

Das Programm

08:30 Uhr Anmeldung und Kaffee

09:00 Uhr **Begrüßung durch den Gastgeber**
Dr. Gert Krabichler, Capsugel

Thema des Vormittags: Das vergessene „P“ aus Sicht der Industrie

09:05 Uhr **Erfolg im Pharmamarkt**
Chairman I: Dr. Günter Umbach,
Healthcare Marketing Dr. Umbach & Partner
Werden im Marketing-Mix die Darreichungs-
form und der physische Produktauftritt
ausreichend berücksichtigt?

09:20 Uhr **Die Darreichungsform aus Sicht
der klinischen Entwicklung**
Dr. Wolfgang Fleischer, ehem. Mundipharma
und Boehringer Ingelheim

- Steuerung von Pharmakodynamik und -kinetik
- Wann fällt die Entscheidung für die endgültige Arzneiform?
- Vorteile von Tabletten und von Kapseln

09:50 Uhr **Chancen und Risiken unterschiedlicher
Darreichungsformen**
Dr. Matthias Müller, Sanofi-Aventis

- Wahl der Darreichungsform im internen Entscheidungsprozess
- Welche Aspekte sollte bei der Entscheidung mehr berücksichtigt werden?
- Wer entscheidet heute und wer sollte zukünftig entscheiden?

10:20 Uhr Diskussion

10:30 Uhr Kaffeepause und Zeit zum Netzwerken

11:00 Uhr **Einfluss innovativer Verpackungs-
lösungen auf Compliance und
Markenerfolg**
Dr. David G. Spackman,
MeadWestvaco Healthcare

- Ökonomische Auswirkungen der Non-Compliance
- Wie entsteht Non-Compliance und wie kann ich sie verhindern?
- Beispiele für kreative und effiziente Verpackungslösungen
- Wie die Verpackung nach Patentablauf Kundenloyalität erhalten kann
- Wie Sie die Chancen innovativer Packungsstrategien nutzen können

11:30 Uhr Podiums-Diskussion

12:00 Uhr Mittagessen

Thema des Nachmittags: Das vergessene „P“ aus Sicht des Verbrauchers

13:00 Uhr **Patienten als Zielgruppe**
Chairman II: Ottmar L. Mergel,
OTC Top Consulting
Warum Patienten immer wichtiger für
Pharma-Firmen werden

13:15 Uhr **Wie man das Marketinginstrument
Produkt gekonnt einsetzt**
Sarah Kraft, antwerpes + partner

- Beispiele aus dem Bereich der Fast Moving Consumer Goods
- Die Darreichungsform: Warum jeder physische Kontakt mit dem Produkt mehr Wert ist als jeder Mediakontakt
- Motivation statt Kontrolle: Konzept einer Pilot-Packung zur Compliance-Steigerung

13:35 Uhr **Die Darreichungsform aus Sicht
einer Kommunikationsagentur**
Jürgen Veit, Ogilvy Healthworld

- Arztgespräch beendet – Alleine mit der Tablette!
- Philosophische Streifzüge über das einsame Ritual der Tabletteneinnahme
- Hostien, Prinsenrolle und Spalt – Alles von der Hand in Mund oder orale Aspekte der Entstehung von Identität
- Die Marktschreier im Marketing sind tot – es lebe die Brand Loyalty!

13:55 Uhr Diskussion

14:10 Uhr Kaffeepause und Zeit zum Netzwerken

14:40 Uhr **Welche Darreichungsform will der
Verbraucher: Aktuelle Ergebnisse**
Walter Pechmann, GfK HealthCare

- Wie unterscheiden sich die Formen in der Wahrnehmung des Verbrauchers?
- Welche Eigenschaften sind entscheidend für die Präferenz?
- Welche Darreichungsform bevorzugt der Verbraucher?
- Wie Verbraucher den Entscheidungs- und Designprozess bereichern können: Live Demonstration des „Dosage Form Preference“

15:20 Uhr **Die Botschaft der Darreichungsform**
Dr. Thilo Schmierer, Capsugel

- Warum so zaghaft? – Fehlende Botschaften
- ... dann doch lieber individuell ... – Klare Botschaften
- Alles unter Kontrolle! – Funktionelle Botschaften

15:40 Uhr Podiums-Diskussion

16:00 Uhr Offizielles Ende der Veranstaltung
Anschließend informelle Diskussion