



Der Market Access Manager

Fokus deutscher Markt

Die Themen

- Stufen des Market Access:
regional, national, international
- Frühe Nutzenbewertung und Erstattungsbetragsverhandlung
- Value Dossier/Nutzendossier – die essenziellen Daten
- Verträge mit Krankenkassen; Zusammenarbeit mit KVen
- Pricing in Deutschland – Blick in die EU

Die to do's in der Zusammenarbeit
mit G-BA, GKV-Spitzenverband, KVen,
Krankenkassen & Verordnern

Ihre Referenten

Henning Anders

Happ Luther Rechtsanwalts-
gesellschaft mbH,
Hamburg

Axel Böhnke

Servier Deutschland GmbH,
München
– Lehrgangsleiter –

Dr. Thomas Ecker

Arbeitsschwerpunkte:
Nutzenbewertung und
Market Access, Hamburg

Dr. Tobias Gantner

Bayer Vital GmbH,
Leverkusen

Dr. Michael Herschel

GlaxoSmithKline GmbH &
Co. KG, München

Christopher Pauli

Simon-Kucher & Partners,
München

Der Market Access Manager – Lehrgangsziel & Programm

Ziel des Lehrgangs

Was sind die Schlüssel zum erfolgreichen Marktzugang?
Bringen Sie sich in 3 Lehrgangstagen auf den aktuellsten Stand hinsichtlich

- der Zusammenarbeit mit den Stakeholdern
- Ihrer Verantwortung in Pricing und Reimbursement (Value Dossier? Nutzendossier?)
- der verschiedenen Market Access-Stufen (regionaler, nationaler und internationaler Market Access).

6 Praxisexperten, 3 Lehrgangstage – damit kommen Sie auf den aktuellsten Wissensstand!

Teilnehmerkreis

Dieser Lehrgang richtet sich an Fach- und Führungskräfte der pharmazeutischen Industrie aus den Bereichen Marketing, Vertrieb, Produktmanagement und Gesundheitspolitik.

Insbesondere (angehende) Market Access Manager, Healthcare Manager und Key Account Manager werden vom Lehrgang profitieren.

Um den intensiven Austausch zu ermöglichen, ist die Teilnehmerzahl auf 25 begrenzt.

Der Lehrgangsleiter

Axel Böhnke

Servier Deutschland GmbH, München

Leiter Marktzugang und Versorgungsmanagement

Ihre Vorteile

- Die Essentials des Marktzugangs in Deutschland kompakt
- Prägnante Informationen rund um die Zusammenarbeit mit G-BA, GKV-Spitzenverband, KVen, Krankenkassen und Verordnern
- Intensiver Austausch in kleiner Runde mit 6 Industrie-referenten mit ausgewiesener Market Access-Expertise

21. Januar: 9.30 - 18.15 Uhr Die Rahmenbedingungen für den Market Access



Dr. Axel Böhnke

Servier Deutschland GmbH,
München



Henning Anders

Happ Luther Rechtsanwaltsgesellschaft mbH,
Hamburg
Partner



Dr. Thomas Ecker

Mit seinem Team begleitete er schon eine
Vielzahl von unterschiedlichen Projekten rund
um die frühe Nutzenbewertung.

Vorstellungsrunde – Erwartungen der Teilnehmer

Market Access in Deutschland – die Basics

- Leitlinien und ihre Bedeutung
- Einfluss der Arzneimittelbewerter IQWiG, G-BA, KBV...
- Nutzenbewertung nach AMNOG – die Grundprinzipien

Erstattung Ihres Arzneimittels in Deutschland

- Festbetrag und die Alternativen
- Weitere Steuerungstools und ihre Bedeutung

Die Stufen des Market Access

- International, national, regional – top down oder bottom up? Welche Optionen bestehen?
- Anforderungen in Deutschland

Market Access in der Praxis – die Tasks von A - Z

- Optimierung des Marktzugangs
- Kontaktaufnahme mit den Stakeholdern
- Einbindung der nationalen Market Access-Strategie in die globalen Produktziele

Ein Baustein: Verträge mit Krankenkassen – best practice

- Was ist verhandelbar?
- Welche Verträge sind ausschreibepflichtig? Was möchte das BVA sehen?
- NEU: Preisverhandlung mit dem GKV-Spitzenverband

Anschließendes Get-together

22. Januar: 9.00 - 17.00 Uhr Regionaler, nationaler & internationaler Market Access



Dr. Axel Böhnke

Servier Deutschland GmbH,
München



Dr. Thomas Ecker

Mit seinem Team begleitete er schon eine Vielzahl von unterschiedlichen Projekten rund um die frühe Nutzenbewertung.



Dr. Tobias Gantner

Bayer Vital GmbH, Leverkusen
Leitung Market Access

23. Januar: 9.00 - 17.00 Uhr Nutzendossier & Pricing



Dr. Axel Böhnke

Servier Deutschland GmbH,
München



Dr. Michael Herschel

GlaxoSmithKline GmbH & Co. KG, München
Director Clinical Research



Christopher Pauli

Simon-Kucher & Partners,
Strategy Marketing Consultants, München
Partner

Market Access in der Region

- Wer sind meine Stakeholder, was ist ihr Einfluss: Mapping
- Kommunikationsstrategie: Wer geht wann mit welchen Botschaften zu welchen Stakeholdern?
- Kontaktaufnahme und -pflege
- Projektmanagement und Controlling
- Interne Kommunikation

Zusammenarbeit mit KVen und Verordnern in der Praxis

- Entwicklung von Behandlungsprogrammen – vertragliche Hürden bei Einbindung mehrerer Stakeholder
- Nationale oder regionale Kooperationen?

Frühe Nutzenbewertung – das Verfahren im Detail

- Vorgespräche beim G-BA? Ja, nein, wann?
- Die IQWiG-Beurteilung und der nachfolgende Verfahrensablauf
- Welcher Zusatznutzen führt zu welchem Preis?
Was macht die Gemeinsame Schiedsstelle?

Market Access und die Brand Strategie

- Zusammenarbeit mit nationalen und globalen Brand Teams

Internationaler Market Access

- Regionale und nationale Market Access-Strategien bilden den internationalen Market Access?

Klinische Forschung schafft die Daten für Market Access

- Grundlagen der präklinischen und klinischen Entwicklung
- Aufbau von Entwicklungsprogrammen
- Zweckmäßige Vergleichstherapie des G-BA
 - Chancen und Risiken von direkten Vergleichsstudien
 - Indirekte Vergleiche: eine (gute) Alternative?
- Timing von Studien
- Value Dossiers und das AMNOG

Zulassung und Nutzendossier – ein einfacher Weg?

- Die Zusammensetzung eines Zulassungsdossiers
- Zulassungsdossier triggert die zweckmäßige Vergleichstherapie
- Internationale Dossiers/nationale Erfordernisse
- Lücken schließen im Nutzendossier

Value Dossier und frühe Nutzenbewertung

- Aufbau des Nutzendossiers
- Denkweise von IQWiG & G-BA und Problematik der „Evidenz“

Value Story nach außen tragen

- Medizinisch-ökonomische Argumentationsmaterialien für den Außendienst/für den Verordner

Pricing in Deutschland – Blick in die EU

- Pricing-Mechanismen in der EU verstehen
 - Übersicht über Pricing in EU-5
 - EU-Krise und Auswirkungen auf Pricing & Market Access
 - Bedeutung internationaler Referenzpreise
- Preisniveau in Deutschland vs. EU:
Originalpräparate und Generika

Anmeldung unter
anmeldung@forum-institut.de oder
Fax +49 6221 500-555

Anmeldeformular

Ja, ich nehme teil am Lehrgang
☐ Der Market Access Manager

☐ Ich bin an weitergehenden Informationen über FORUM-Veranstaltungen interessiert und damit einverstanden, dass mir diese auch per E-Mail übermittelt werden.

Name, Vorname

Position/Abteilung

Firma

Straße

PLZ/Ort/Land

Tel./Fax

E-Mail

Ansprechpartner/in im Sekretariat

Datum, Unterschrift

So melden Sie sich an

Anmelde-Information:

FORUM · Institut für Management GmbH
Postfach 10 50 60 · D-69040 Heidelberg

Anmelde-Hotline: +49 6221 500-501

Tagungs-Nr. 13 01 231

Internet:

www.forum-institut.de

Termin/Veranstaltungsort:

Montag, 21. Januar 2013, 9.30 bis 18.15 Uhr
Dienstag, 22. Januar 2013, 9.00 bis 17.00 Uhr
Mittwoch, 23. Januar 2013, 9.00 bis 17.00 Uhr
Novotel
Augustusstr. 6 · 55131 Mainz
Tel. +49 6131 954-0 · Fax +49 6131 954-100

Gebühr:

€ 2.390,- (+ gesetzl. MwSt.) inklusive umfangreicher Dokumentation, Arbeitsessen, Get together am 1. Lehrgangstag, Erfrischungen und Kaffeepausen.

Anreise:

Sonderpreise unter: www.forum-institut.de/bahn **DB BAHN**

Zimmerreservierung:

Für FORUM-Teilnehmer steht bis 4 Wochen vor Veranstaltungsbeginn ein begrenztes Zimmerkontingent zu Vorzugskonditionen zur Verfügung. Bitte nehmen Sie die Reservierung direkt im Hotel unter Berufung auf das FORUM-Kontingent vor.

Rückfragen und Informationen



Für Ihre Fragen zum Lehrgang und unserem gesamten Programm stehe ich Ihnen gerne zur Verfügung.

Dr. Henriette Wolf-Klein

Bereichsleiterin Pharma
Tel. +49 6221 500-680
h.wolf-klein@forum-institut.de

AGB

Es gelten unsere Allgemeinen Geschäftsbedingungen (Stand: 01.12.2011), die wir auf Wunsch jederzeit übersenden und die im Internet unter www.forum-institut.de/agb eingesehen werden können.