



Inspired by  
Consumer Health Sciences  
Mattson Jack  
TNS Healthcare  
Ziment

## Presseinformation

### Projektleitung:

Udo Jellesen  
Senior Director  
T +49 (0) 521 9257 340  
F +49 (0) 521 9257 332  
E [udo.jellesen@kantarhealth.com](mailto:udo.jellesen@kantarhealth.com)



## **Besprechungsaktivitäten in der Onkologie – OncoReAct *Der onkologische Außendienst der Roche Pharma ist in drei Indikationen Spitze.***

**Die Außendienstmitarbeiter der Roche Pharma AG können in drei Indikationen jeweils die beste Bewertung erzielen.**

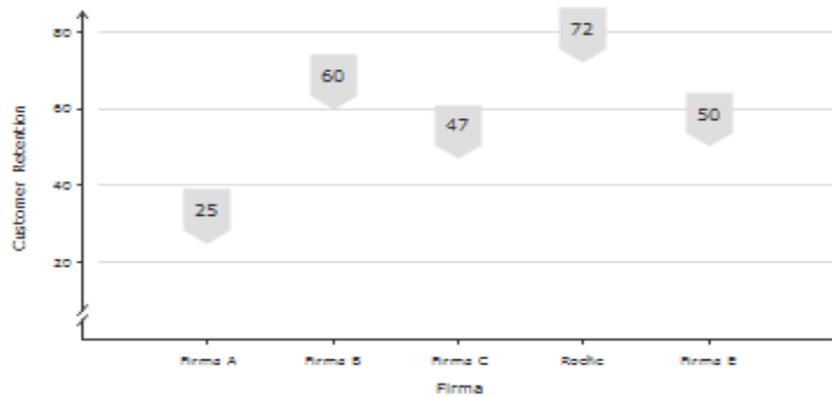
Im Rahmen einer von Kantar Health Deutschland durchgeführten Trackingstudie mit dem Namen OncoReAct zeigte sich im Erhebungszeitraum von August bis November 2012, dass dem onkologische Außendienst von Roche in Deutschland unter onkologisch tätigen Ärzten im Krankenhaus wie auch in der Praxis eine besondere Wertschätzung entgegengebracht wird. Insgesamt wurden die befragten Onkologen gebeten, für die fünf wichtigsten Indikationen, die Gesamtleistung der onkologischen Außendienste in Deutschland zu bewerten. Zur Auswahl standen die in den jeweiligen Indikationen 10 wichtigsten pharmazeutischen Unternehmen in Deutschland.

### **Roche Außendienst dominiert bei Mammakarzinom, Kolorektalkarzinom und NSCLC/Bronchialkarzinom**

Der Roche Außendienst wurde in den Indikationen Mamma CA, Kolorektal CA und NSCLC/Bronchial CA von den 210 Befragten jeweils auf den Spitzenplatz bewertet.

## Index scores: Mamma CA

SEGMENT: Firma - WAVE: Mamma CA

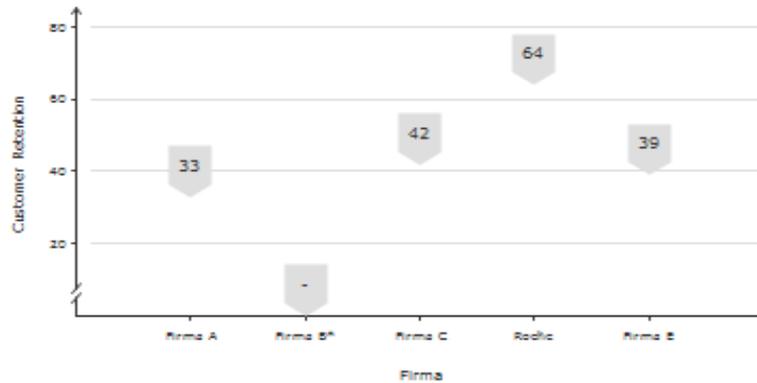


OncoReact

Anhand von vier Dimensionen wurde die Gesamtbewertung des onkologischen Außendienstes pharmazeutischer Unternehmen in Deutschland errechnet.

## Index scores: NSCLC/Bronchial CA

SEGMENT: Firma - WARE: NSCLC/Bronchial CA

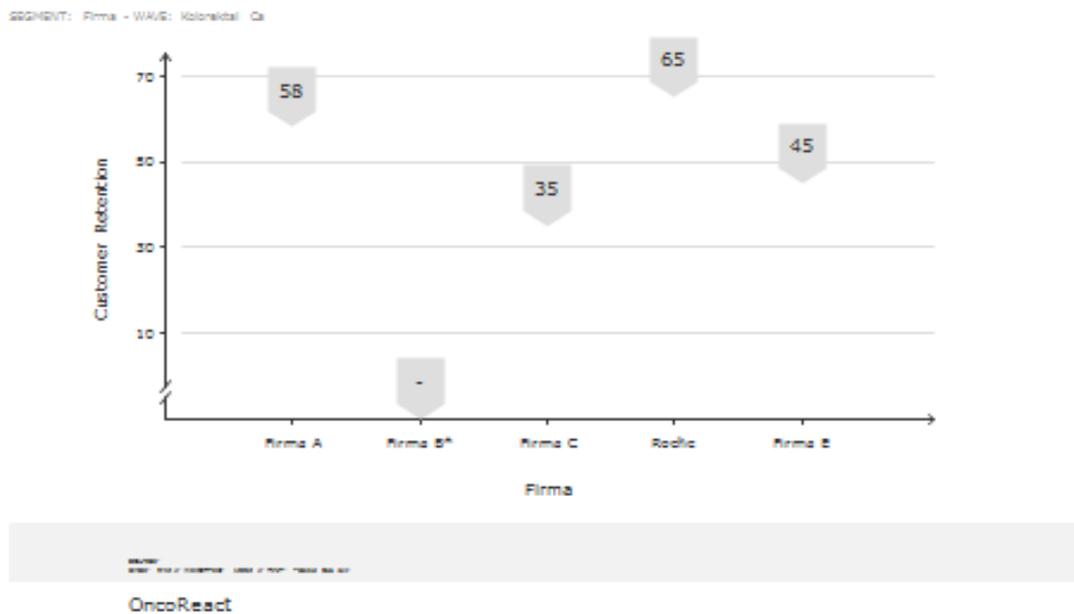


OncoReact

Hierzu zählten der Gesamteindruck des Außendienstes in der jeweiligen Indikation, die Weiterempfehlung des Außendienstmitarbeiters an Kollegen, die Wahrscheinlichkeit weitere Termine mit dem Außendienstmitarbeiter zu vereinbaren

sowie der persönliche Nutzen für die berufliche Tätigkeit aus dem

## Index scores: Kolorektal CA



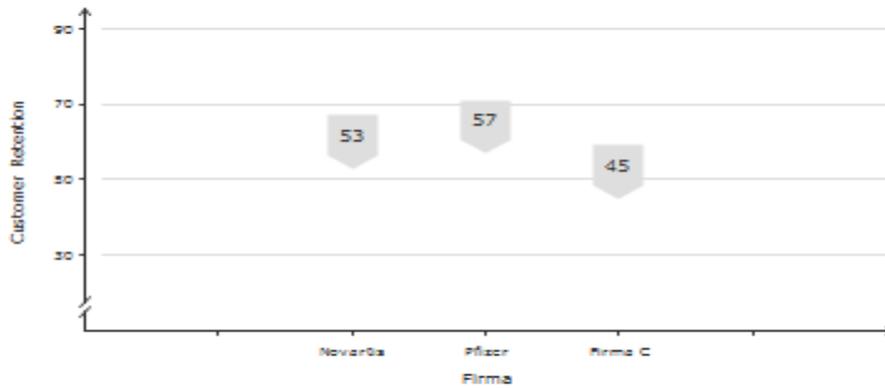
Gespräch mit dem jeweiligen Außendienstmitarbeiter verglichen mit dessen Wettbewerbern

### **Pfizer im Bereich Nierenzellkarzinom Top / Sanofi beim Prostatakarzinom**

Der onkologische Außendienst von Pfizer konnte in der Indikation Nierenzell CA die befragten Onkologen überzeugen. Auf Platz zwei liegt in dieser Indikation der Außendienst von Novartis.

## Index scores: Nierenzell CA

SEGMENT: Firma - WAUS: Nierenzell CA

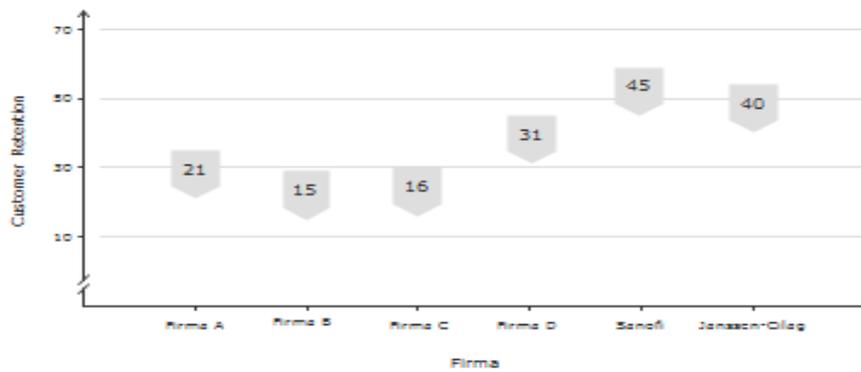


OncoReact

Sanofi kann in der Indikation Prostata CA den ersten Platz erreichen gefolgt von Janssen-Cilag.

## Index scores: Prostata CA

SEGMENT: Firma - WAUS: Prostata CA

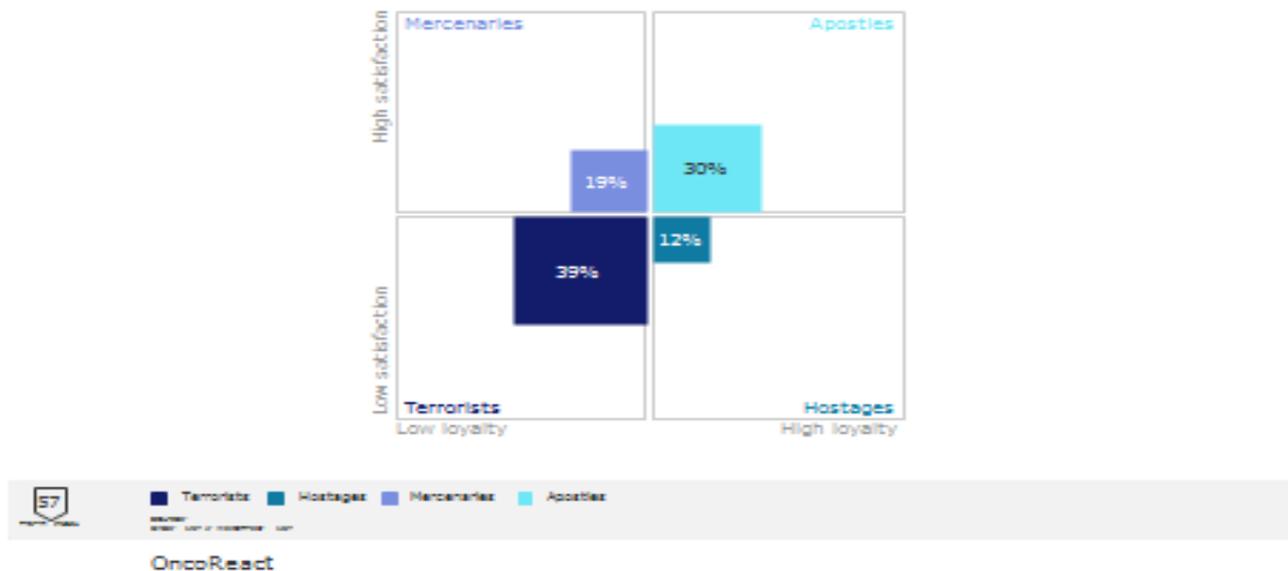


OncoReact

In einer weitergehenden Typologisierungsanalyse werden die Befragten in vier Segmente in der Bewertung des Außendienstes der pharmazeutischen Firmen je Indikationsgebiet eingeteilt. Aus dieser Segmentierungsanalyse kann bzw. abgelesen werden, wie stabil eine gute Bewertung ist und wie groß die Gefahr ist, dass sich diese Einstellung in Kürze ändert.

## Typology: Pfizer - Nierenzell Ca

SEGMENT: Pfizer - WAVE: Nierenzell Ca



Seit 2005 beobachtet Kantar Health Deutschland mit OncoReAct die Besprechungsaktivitäten der pharmazeutischen Industrie in Deutschland. Bisher wurden 22 Erhebungswellen durchgeführt.

Im größten onkologischen Befragungspanel Deutschlands werden die wichtigsten Kennziffern in zwei Erhebungswellen pro Jahr mit jeweils ca. 210 Befragten erhoben und ausgewertet. Die Besprechungsaktivitäten der onkologischen Außendienste in Deutschland werden mit OncoReAct kontinuierlich erfasst und analysiert. Diese Ergebnisse dürfen nur unter der Quellenangabe "Kantar Health" veröffentlicht werden.

In 2013 werden durch OncoReAct zusätzlich alle wichtigen Kommunikationskanäle über den Außendienst hinaus erfasst und in einem separaten „Share of Voice Modul“ analysiert. Die 8 wöchige Feldarbeit für die nächste Erhebungswelle beginnt Anfang April 2013.

Mit OncoReAct stehen unseren Kunden folgende Informationen zur Verfügung:

Im Share of Voice Modul: Erfassung aller Kontakte in einem Zeitraum von 8 Wochen zu: AD-Besuche/ Besuche eines MLs /Kurzkontakte (sog. „Thekengespräche“)/Einladung zu NIS/Kontakt auf internationalen Kongressen/Kontakt auf Regionalforen/ Fortbildungen/ nationalen Kongressen/E-mailings inkl. Newslettern/Internetbasierte Fachgespräche/Erhalt von postalischen Newslettern oder Informationen/ Broschüren/Firmenspezifische Serviceangebote im Internet/E-Learning.

Im Product Message Recall Modul: Detailerfassung der nächsten 15 Kontakte hinsichtlich: AD&ML-Besuche (Dauer, Produkte, Indikationen, Zeitaufwand, Hauptaussagen, Gesprächsbewertung, Verordnungsintention, genutzte Medien) sowie internetbasierte Fachgespräche (Dauer, Produkte, Indikationen, Zeitaufwand, Hauptaussagen, Gesprächsbewertung, Verordnungsintention).

Sales Force Performance Modul: Wie wird die Leistung meines Außendienstes in einer Indikation im Wettbewerbsvergleich vom Arzt bewertet.

Diese Ergebnisse dürfen nur unter der Quellenangabe “Kantar Health“ veröffentlicht werden.

## Über Kantar Health

Kantar Health ist eine weltweit führende Healthcare Beratungs-/Marktforschungsagentur mit lokaler und globaler Expertise. Wir beraten und begleiten Unternehmen über den gesamten Lebenszyklus ihrer Produkte. Unsere Expertise wird seit mehr als 50 Jahren weltweit von Unternehmen unterschiedlicher Größe erfolgreich genutzt, um sich auf zukünftige Herausforderungen vorzubereiten.

### Kontakt und weitere Informationen:

Kantar Health GmbH  
Udo Jellesen  
Senior Director  
t +49 (0) 521 9257-340  
f +49 (0) 521 9257-332  
e [udo.jellesen@kantarhealth.com](mailto:udo.jellesen@kantarhealth.com)

Diese Ergebnisse dürfen nur unter der Quellenangabe "Kantar Health" veröffentlicht werden.