



Foto: chinmarach – StockAdobe

## Außendienst

# eMSL – ferne Zukunftsvision?

Die digitale Transformation schafft neue Möglichkeiten, die Kommunikation mit Healthcare Professionals zu vereinfachen und zu individualisieren.

Egal über welchen Kanal und zeitungebunden können eMSL die Lücke zwischen Pharmaunternehmen und insbesondere digitalaffinen HCPs schließen.

*Autorin: Dr. Heike Niermann, Good Healthcare Group*

Im Prozess von der klinischen Entwicklung bis zur Markteinführung eines neuen Arzneimittels gibt es Kontaktpunkte, an denen Healthcare Professionals (HCPs) über Studien- und Forschungsergebnisse sowie Pläne und Missionen reaktiv informiert werden wollen. Es geht um den offenen Dialog und medizinisch-wissenschaftlichen Austausch.

Die Rückmeldungen der Expert:innen können aktiv in die Entwicklung neuer Wirkstoffe und Therapien eingebunden werden. Diese Kommunikation mit HCPs übernehmen in der Regel sogenannte Medical-Science-Liaison-Manager:innen (MSL).

Gerade, weil es hier um eine nachhaltige Kommunikation geht, ist der persönliche Kontakt für die sensiblen und hochwissenschaftlichen Gespräche unabdingbar. Vor-Ort-Besuche werden jedoch durch den wachsenden Verwal-

tungsaufwand sowie die zunehmenden Zugangsbeschränkungen erschwert.

Am Telefon wiederum lassen sich spannende Materialien beispielsweise zu aktuellen Studienergebnissen nicht immer teilen. Glücklicherweise hält die digitale Transformation in allen Bereichen der Pharmakommunikation Einzug und schafft neue Möglichkeiten, die so nötige Kommunikation mit HCPs zu vereinfachen und zu individualisieren – vorausgesetzt, Pharmaunternehmen haben den Mut, diese Chancen auch zu nutzen.

## eMSL versus MSL

Schafften MSLs im Außendienst bisher eher wenige Vor-Ort-Besuche am Tag, sind nun mittels Hybrid-Systemen mehr Kontakte mit Zentren möglich. eMSL sind dabei so flexibel, wie es die Ziel-

gruppe wünscht. Egal über welchen Kanal und zeitungebunden schließen sie gezielt die Lücke zwischen Pharmaunternehmen und insbesondere digitalaffinen HCPs. Ihre Arbeit beginnt, wie bei regulären MSL, circa ein Jahr vor Launch. Nach der Produkteinführung fungieren eMSL weiterhin als wissenschaftliche Ansprechpersonen. Über alle Kanäle hinweg kann so beispielsweise auch im Anschluss unter anderem reaktiv Auskunft zum Off-Label-Use auf hohem wissenschaftlichem Niveau gegeben werden.

## Warum braucht es eMSL?

Die Kommunikation von Medical-Science-Liaison ist nie einseitig. HCPs gestalten den Gesprächsverlauf aktiv mit. Während es per Telefon manchmal schwierig ist, im Sprachfluss des

Gegenübers Gehör zu finden oder ein klassischer Vor-Ort-Besuch ohne technische Hilfsmittel schnell einseitig werden kann, erlauben digitale Kanäle das interaktive Teilen von relevanten Inhalten. Zusatzmaterial wie Studien, Auswertungen oder Grafiken können mit einem Klick abgerufen und beispielsweise schon während des ersten Austauschs angeschaut werden. eMSL können so direkt auf die Wünsche und individuellen Interessen ihrer Gesprächspartner:innen eingehen. Die Gesprächsinhalte werden dabei visuell unterstützt und es entstehen gegebenenfalls neue Themen, die im Verlauf des Austauschs besprochen werden können.

Der große Vorteil: Die Kommunikation wird für Healthcare Professionals und Pharmaunternehmen effizienter und persönlicher denn je. Durch die digitalen Kanäle stehen alle nötigen Unterlagen jederzeit zur Verfügung – zeit- und ortsunabhängig. Eben, wie es in den eigenen Praxisalltag passt. Die so gewonnenen Informationen sind zielführend und relevant für die Weiterentwicklung von

beispielsweise neuen Wirkstoffen oder auch Therapien.

## Was Pharma tun sollte

Medical-Science-Liaison-Manager:innen können enorm von digitalen Kanälen in ihrer Zusammenarbeit mit HCPs profitieren. Im immer hektischer werdenden Praxisalltag kann der Vor-Ort-Kontakt nicht immer gewährleistet werden. Um hier also eine Entlastung für beide Seiten zu schaffen und eine nachhaltige und

zukunftsfähige Kommunikation zu fördern, sind digitale Kanäle unerlässlich. HCPs können sich so auf das Gespräch vorbereiten und weitere Informationen auch im Nachgang flexibel abrufen. Die Technik ist heute so weit. Pharmaunternehmen müssen die gebotenen Chancen nutzen und mutig neue Wege gehen. Wichtig jedoch: Nicht jede:r MSL ist auch gleichzeitig zum eMSL geboren. Denn das richtige Auftreten im digitalen Raum und der sinnvolle Einsatz der gegebenen Möglichkeiten bedürfen besonderer Trainings.

### Dr. Heike Niermann



Foto: Good Healthcare Group

ist General Managerin von +49 med und patient+ sowie Chief Operating & Performance Officer der Good Healthcare Group mit Sitz in Berlin und Standort in Potsdam. Mit über 20 Jahren Erfahrung in der Branche erstreckt sich ihre Expertise über verschiedene Indikationsgebiete von Primary Care bis Specialty Care, Orphan Drugs sowie Multi- und Omni-Channel-Konzepte und Hybrid Sales. Sie ist Business Coach für Transformationsprozesse, zertifiziert durch die European Coaching Association.

Niermann engagiert sich bei den Healthcare Frauen e.V. und der Initiative FidAR.

✉ [info@goodhealthcare.com](mailto:info@goodhealthcare.com)

- Anzeige -

# Schneller zu den Branchen-News

Auf [healthcaremarketing.eu](http://healthcaremarketing.eu) und per Newsletter (2xwöchentlich).

Bestellung unter [healthcaremarketing.eu/mod\\_newsletter](http://healthcaremarketing.eu/mod_newsletter) oder QR-Code scannen



Jetzt  
Newsletter  
abonnieren

**Healthcare Marketing – Das Fachmagazin für Gesundheitsmarken**

Für weitere Informationen: [abo@new-business.de](mailto:abo@new-business.de)