

planung & analyse

Zeitschrift für Marktforschung und Marketing www.planung-analyse.de
Eine Marke der dfv Mediengruppe

4/2014 D11700F

Schwerpunkt

Fishing the River of Information



© BirgitH / pixelio.de

Special

Pharmamarktforschung –
Der Gesundheitsbranche
auf der Spur

Report

Alles nur Spiel –
Gamification in der
Marktforschung

Kongressbericht

15. M-Motion-Tag:
Markenführung nicht
ohne Marktforschung

ter gegen das Verkehrte, gegen die Krankheit. Sie finden ihre Triumphe, wenn es ihnen gelingt, kleine Heilungswunder zu vollbringen. Aber für sie ist es auch immer wieder deprimierend, wenn sie merken, dass am Ende dann doch das Schicksal siegt.

Ärzte, Pflegekräfte und Patienten sind gemäß dieser Studie viel stärker miteinander verbunden, als jede einzelne Gruppe sich das klar macht. Das Krankenhaus der Zukunft brauche deshalb ein tieferes gegenseitiges Verständnis, der Sehnsüchten, der Nöte und der heilenden

Prinzipien von Patienten, Pflegekräften und Ärzten. Eine Integration der unterschiedlichen Perspektiven der am Gesundheitssystem beteiligten Personengruppen, um ein gesamthafes Bild zeichnen zu können, ist in der Pharmamarktforschung bereits auf dem Vormarsch. ◀

Verschreibungsverhalten von Ärzten besser verstehen

Ethnografische Methoden als Zusatz-Modul

In Interviews neigen Ärzte dazu, ihr Verordnungsverhalten zu idealisieren und zu pauschalisieren: sie möchten sich leitlinienorientiert und rational präsentieren. Es gibt aber Hinweise, dass das reale Verhalten davon abweicht. Es scheinen Gründe jenseits von Leitlinien und medizinischer Rationalität zu existieren, die die Entscheidung beeinflussen. So zeigen etwa harte Verordnungsdaten beim Einsatz innovativer Präparate ein anderes Bild als Interviews. Letztere bringen im Schnitt Verordnungszahlen hervor, die deutlich höher sind, als es die Herstellerumsätze für diese Präparate nahelegen. Wie erfährt man nun tatsächlich, wieso ein Arzt welche Einzelentscheidung trifft? Zwei ethnografische Methoden erforschen Verordnungshabits und -motivationen im Moment of Truth:

► **Kurzbefragung nach jeder relevanten Verordnung per Smartphone App**

Mit einer App können reale Verordnungslogiken und konkrete Erwägungen oder Automatismen im Einzelfall dokumentiert werden. Es handelt sich um recht einfache Fragebogen-Apps, bei denen Eckdaten zum jeweiligen Fall abgefragt werden und der Arzt vor allem die Gründe für die aktuelle Verordnungsentscheidung per Audio-Statement kurz beschreiben soll. Diese Audio-Aufnahme hat den unschlagbaren Vorteil, dass sie für den Arzt keine große Unterbrechung im hektischen Praxisalltag darstellt. Das Format erlaubt es zudem, spontane ungefilterte Gedanken festzuhalten. Der Vorteil dieses Vorgehens: man erhält authentische Motivationen und reale Patientenbilder, die sich von

den reflektierten Statements im Interview häufig deutlich unterscheiden. Ist die App alleiniges Forschungs-Tool, ist dieser Ansatz unkompliziert und kostensparend. Der Arzt erhält lediglich ein Smartphone (wenn nicht ohnehin vorhanden) und ein angemessenes Incentive und die App muss programmiert werden. Diese App-basierte Dokumentation kann stand alone verwendet werden, um Treiber und Barrieren zu Präparaten zu quantifizieren, idealerweise wird sie aber als add on zu einer umfangreicheren, vertiefenden Befragung genutzt.

► **Schriftliche Dokumentation von Patient Cases per Fall-Template**

Ein alternatives Vorgehen ist die Paper-Pencil Dokumentation von Verordnungssituationen und Patient Cases durch den Arzt – ex-post, also nicht direkt im Praxisgesche-

hen. Er erhält dazu vorstrukturierte Templates, auf denen er die Patienten und sein Behandlungsverhalten beschreibt. Auch dies ist ein add-on-Tool, das ein tieferes, realistischeres Verständnis des Behandlungsverhaltens erschließt. Vorteile gegenüber der Research App: der Aufwand für Arzt und Marktforschungsinstitut ist geringer und die dokumentierten Fälle können einfacher gehandelt werden. Nachteil: die Dokumentation der Patient Cases ist etwas weniger spontan und authentisch als mit der App.

	Patient Cases on paper pencil	Patient Cases via Mobile Research-App
Praktische Aspekte	Einfach versendbar & unkompliziert, geringe Nutzungsschwelle, leicht nutzbar zur Vertiefung im Interview	Etwas weniger alltagstauglich, höherer technischer Aufwand, Anwendungsbarrieren und Einweisung notwendig. Ergebnisse müssen speziell aufbereitet werden, um im Interview besprochen werden zu können
Zielgruppe	Geringe Einschränkungen	Vorbedingungen: gewisse Technikaffinität und Bereitschaft, im Praxisalltag an die „Besprechung der App zu denken“
Art der Einträge	Entscheidung & zur Reflexion anregend. Gute Vorbereitung für das Interview	Spontan, ungefiltert, deutlich – aber etwas oberflächlicher. Weniger Reflexion
Real-Life Einblick	Konkrete Patient Cases erhöhen den Real-Life Bezug. Aber: reflexive Note, der Arzt selektiert die Patient Cases	Real-Life Verhalten, spontane und ungefilterte Aussagen

© Fuchs; planung & analyse 4/14

Abbildung: Gegenüberstellung Paper Pencil und Mobile Research-App



Doris Fuchs, Director Pharma Research, GIM Gesellschaft für Innovative Marktforschung mbH, Heidelberg



Der Artikel hat Ihnen gefallen und Sie wollen mehr lesen?

planung & analyse ist eine der führenden Fachzeitschriften für Marktforschung und Marketing und veröffentlicht **sechs Mal im Jahr** praxisorientierte, aktuelle und fundierte Fachbeiträge zu Projekten, Konzepten und Methoden der Markt- und Marketingforschung. Ergänzt wird das Spektrum um ein Sonderheft für den Schwestertitel Lebensmittel Zeitung mit Fokus auf FMCG und Handel und den p&a Karriereguide Marktforschung.

Einzelartikel bei planung & analyse

Bestellen Sie diesen und weitere Artikel in druckfähiger Version für nur **EUR 11,50/Artikel**

Abonnement von planung & analyse

Sie haben die Wahl:

- Testen Sie planung & analyse print inkl. digital im **Probeabonnement** (Inland):
3 Hefte für **EUR 95,00** (inkl. Versand und MwSt.)
- Abonnieren Sie planung & analyse print inkl. digital direkt im **Jahresabonnement** (Inland):
8 Hefte (6x reguläre Ausgaben, 2x Sonderhefte) **EUR 219,00** (inkl. Versand und MwSt.)
- Abonnieren Sie planung & analyse nur digital direkt im **Jahresabonnement** (Inland):
8 Hefte (6x reguläre Ausgaben, 2x Sonderhefte) **EUR 75,00** (inkl. Versand und MwSt.)

Alle weiteren Informationen zu Bezugsbedingungen im In- und Ausland, Inhalte & Abstracts der bereits erschienenen Ausgaben sowie Themen und Termine 2014 finden Sie unter www.planung-analyse.de.

Fragen oder Anregungen? Ihr direkter Kontakt zu planung & analyse:
+49 (0)69 7595 2014; info@planung-analyse.de

**planung
&analyse**