

# Pharma-Marktforschung: Zukunft oder Auslaufmodell?



Healthcare-Spezialist  
Udo Jellesen

Die Marktforschungsbranche hat sich in den letzten Jahrzehnten stetig weiterentwickelt – von der Einführung computergestützter Interviews bis hin zum aktuellen Einsatz Künstlicher Intelligenz (KI). Doch bedeutet dieser technologische Fortschritt das Ende der Pharma-Marktforschung? Ganz im Gegenteil! Empirisch fundierte Analysen sind unverzichtbar, um Unsicherheiten zu reduzieren und strategische Entscheidungen mit belastbaren Daten zu untermauern.

Udo Jellesen leitet seit 2014 den Bereich Healthcare Research bei Interrogare. Zuvor war der Diplom-Ökonom über 20 Jahre bei EMNID/TNS-Healthcare/Kantar Health tätig. Mit mehr als 30 Jahren Erfahrung ist er ein ausgewiesener Experte in der Pharmamarktforschung.

## Marktforschung als strategischer Erfolgsfaktor

Die Pharmaindustrie lebt in erster Linie vom Finden von Antworten auf Bedürfnisse und Wünsche von Patientinnen und Patienten, Ärztinnen und Ärzten und anderem medizinischen Fachpersonal. Daher spielt Marktforschung eine entscheidende Rolle. Das Erheben von Erfahrungen und Einschätzungen dieser wesentlichen Personengruppen sind essenziell, um passgenaue Produkte, Dienstleistungen und Kommunikation zu entwickeln.

Interrogare setzt hier konsequent auf innovative Methoden und maßgeschneiderte Lösungen, um Unternehmen einen entscheidenden Wissensvorsprung zu sichern. Einige Beispiele hierfür sind unsere eigenentwickelten Methoden, wie z.B.

### Emotional Branding Monitor:

Messung unterbewusster Wahrnehmung von Marken, Präparaten und Kommunikationsmitteln

### Der MindMap-Ansatz:

Erfassung von Marken als MindMap und somit direkte und indirekte Assoziationen sowie Assoziationsstärken und Verbindungen

### Brand MARK:

Ermittlung der mentalen Verfügbarkeit als Bestandteil des Ordnungsverhaltens

Die Pharmaindustrie ist stark datengetrieben. Fundierte Marktanalysen sind essenziell für Produktentwicklungen, Markteinführungen und Wettbewerbsstrategien. Zudem ist die Entwicklung neuer Medikamente teuer und zeitaufwendig und das Risiko einer Fehlinvestition muss zwingend möglichst gering gehalten werden. Hinzu kommt, dass Märkte dynamisch sind, sich Trends und Bedürfnisse kontinuierlich ändern. Hier setzt die Marktforschung an: Sie identifiziert Veränderungen frühzeitig, hilft Unternehmen, rechtzeitig zu reagieren und Entscheidungen auf Basis verlässlicher Daten zu treffen. Trotz aller technologischen Fortschritte gibt es Herausforderungen: Datenschutzrichtlinien werden strenger, Märkte komplexer, und der Kostendruck nimmt zu. Marktforschungsunternehmen müssen ihre Methoden kontinuierlich optimieren, um effizient, präzise und wirtschaftlich zu bleiben. Digitalisierung, Automatisierung und KI bietet hier enorme Chancen – von schnelleren Datenerhebungen bis hin zu innovativen Analyseansätzen.

## Hochwertige Studien dank eigenem HCP-Panel

Qualität beginnt bei der Zielgruppe – deshalb haben wir unser eigenes

Panel für Healthcare Professionals (HCPs) aufgebaut. Handverlesene Rekrutierung durch unser Fachteam, persönliche Betreuung und ein partnerschaftlicher Ansatz heben die Responseraten spürbar an. Pünktliche Honorare, professionelle Fragebogengestaltung und spannende Themen schaffen Vertrauen und Bindung. So gewährleisten wir passgenaue Stichproben, kürzere Feldzeiten und Studienergebnisse von höchster Qualität.

## Fazit: Marktforschung bleibt essenziell

Die Pharma-Marktforschung wird nicht verschwinden – sie wird sich immer weiterentwickeln. Unternehmen, die auf Marktforschung verzichten, setzen sich dem Risiko von Fehlinvestitionen und Marktverlusten aus. Nur wer die richtigen Fragen stellt und präzise Antworten findet, kann in einem dynamischen Marktumfeld bestehen. Interrogare hat bewiesen, dass Innovationskraft den Unterschied macht. Mit Entwicklungen wie dem Real Time Touchpoint Tracker für Onkologie und Neurologie liefern wir auch künftig maßgeschneiderte, zukunftsweisende Lösungen. Denn exzellente Marktforschung ist und bleibt ein Schlüsselfaktor für Erfolg in der Pharmaindustrie.