



Langjährige Erfahrung und partnerschaftliche Zusammenarbeit

## Fragend echten Mehrwert erreichen

Im Namen Interrogare steckt bereits ein zentraler Erfolgsfaktor, mit dem die Bielefelder Marktforscher ihr Ziel erreichen: Den passenden Zielgruppen die richtigen Fragen stellen, um für den jeweiligen Kunden die besten Erkenntnisse zu erheben. Grundlage dafür ist langjährige Erfahrung, profunde Branchenexpertise gepaart mit Methoden-Know-how und Spaß an Innovationen. Erkenntnisse mit echtem Mehrwert gewinnt das interdisziplinär aufgestellte Interrogare-Team durch den Fokus auf Praxisrelevanz bei den Fragen und Methoden sowie durch Datenqualität. Neben dieser Kombination vielfältiger Fähigkeiten punkten die Marktforschungsspezialisten mit Vertrauen und Zuverlässigkeit bei Kunden wie auch Zielgruppen.

>> „Aufgrund unserer langjährigen Erfahrung verstehen wir die besonderen Anforderungen des Healthcare-Marktes und können somit die benötigten Informationen mit Marktforschung adäquat erheben“, erklärt Udo Jellesen, Head of Healthcare Research bei der Interrogare GmbH. Diese Erfahrung führt dazu, dass das Team sehr schnell einschätzen kann, welche Themen funktionieren und wie die verschiedenen Zielgruppen im Healthcare-Bereich anzusprechen sind. „Wir wissen genau, welche Methoden bei welchem Thema angewendet werden können“, führt Jellesen weiter aus.

Profunde Marktkenntnis und Erfahrung sind auch nach Einschätzung von Claudia Uffmann, Senior Consultant im Bereich Healthcare Research, ein zentraler Erfolgsfaktor der Bielefelder Marktforscher. Erfahrung bedeutet bei Interrogare aber nicht, dass man sich ausschließlich auf bewährte Verfahren und Methoden verlässt und damit zufrieden gibt. Ganz im Gegenteil, wie Claudia Uffmann betont. „Unsere Stärke liegt in der Kombination aus Erfahrung und Innovationskraft.“ Auch Mut und Spaß an der Entwicklung neuer Herangehensweisen in der Marktforschung charakterisiert das Interrogare-Team. Apropos Team: Für Uffmann und Jellesen liegt ge-

nau darin eine weitere unvergleichliche Besonderheit der Interrogare Healthcare Research. „Wir sind ein tolles Team, in dem unterschiedliche Expertisen gebündelt sind“, sagt Udo Jellesen. „Marktforscher, Programmierer und Datenanalysten arbeiten bei uns eng zusammen, damit haben wir technisches und methodisches Know-how hervorragend kombiniert.“ Mit dem Resultat, so Claudia Uffmann, „dass wir auf die individuellen Bedürfnisse der Kunden zugeschnittene Studien konzipieren und durchführen können“. Das Alles-aus-einer-Hand-Prinzip sehen die beiden Research-Experten als weiteren Schlüsselfaktor für den Erfolg.

Dass unter dem Dach von Interrogare sowohl Consumer- als auch Healthcare-Expertise vereint ist, betrachtet Udo Jellesen als klaren Pluspunkt. „Wir blicken über unseren eigenen Branchenrand hinaus und durch den Austausch mit dem Consumer-Bereich können wir Methoden für unsere Kunden aus der Healthcare-Branche adaptieren.“ Neue Methoden und Studien-Konzepte bieten auch den Kunden neue Perspektiven. „Wir können auf dieser Grundlage wirklich interessante und unique Angebote machen und unsere Maßnahmen optimal gestalten“, so Uffmann.

Die Themen Schnelligkeit und

Agilität bestimmen in den vergangenen Jahren zunehmend auch die Arbeit der Marktforscher. Neuen Herausforderungen begegnen die Bielefelder Research-Spezialisten mit Neugier und verstehen sie als Ansporn. So wurde Anfang 2020 mit dem Aufbau eines eigenen Healthcare Professional Panels begonnen, um zum einen die hohe Datenqualität weiter sicherzustellen. Zum anderen, um dem Bedürfnis nach schnelleren Umsetzungen von Studien Rechnung zu tragen. Die Qualität von Daten ist für seriöse Marktforscher von größtem Wert, denn so Claudia Uffmann: „Die Qualität der befragten Zielgruppe ist entscheidend für die Qualität der Ergebnisse einer Studie.“

Neben der Sicherstellung von höchster Datenqualität gibt es noch ein weiteres gewichtiges Pfund, welches das Interrogare-Team auszeichnet und das in diesem Metier für den langfristigen Erfolg absolut unerlässlich ist: Vertrauen. „Wir stehen für eine sehr transparente Arbeitsweise“, konstatiert Udo Jellesen. „Unsere Kunden haben ungefilterten Einblick – das gibt ihnen ein gutes Gefühl und Sicherheit.“ Stolz sind Claudia Uffmann und Udo Jellesen deshalb auch darauf, „dass wir großes Vertrauen sowohl bei unseren Kunden als auch unseren Zielgruppen genießen“. <<

Claudia Uffmann, Senior Consultant, und Udo Jellesen, Head of Healthcare Research bei der Interrogare GmbH

### Interrogare Healthcare Research

Der Healthcare-Bereich der Interrogare GmbH wurde 2014 von Udo Jellesen aufgebaut und kontinuierlich weiterentwickelt.

Sechs festangestellte Healthcare Consultants – mit insgesamt über 90 Jahren Erfahrung in der Pharmamarktforschung – arbeiten mit Datenanalyse-Team, Scripting, Charting und Coding inhouse zusammen.

Das Healthcare-Marktforschungsteam unterstützt die Kunden bei der Realisierung nationaler wie internationaler Projekte in den Bereichen Rx, OTx und OTC: von der Problemanalyse über die Konzeption, Umsetzung und Auswertung von Studien bis hin zu benötigten technischen Dienstleistungen – und zwar alles aus einer Hand.

Das Leistungsportfolio umfasst darüber hinaus:

- Brand Management
- Communication Performance
- Sales Force Effectiveness
- Healthcare Professional Panel/Omnibus
- Touchpoint-Tracker
- Exklusive Befragung Ihrer Zielärzte

**Udo Jellesen** verantwortet seit 2014 den Bereich Healthcare Research bei Interrogare. Davor sammelte er seine Expertise in der Pharma-Marktforschung in über 20 Jahren bei EMNID/TNS-Healthcare/Kantar Health.

**Claudia Uffmann** gehört seit Juli 2015 zum Interrogare-Team und verfügt über mehr als 20 Jahre Erfahrung in der Healthcare-Forschung. Ihre inhaltlichen Schwerpunkte liegen im Bereich Rx, insbesondere Onkologie und Rheumatologie. Darüber hinaus verfügt sie über Kenntnisse im OTC- und OTx-Markt.

Interrogare GmbH  
Karl-Eilers-Straße 14-18  
D-33602 Bielefeld  
T: +49 521 557 810 0  
F: +49 521 557 810 299  
E: info@interrogare.de  
I: www.interrogare.de

>> *Wir blicken über unseren eigenen Branchenrand hinaus. Durch den Austausch mit dem Consumer-Bereich können wir Methoden für unsere Kunden aus der Healthcare-Branche adaptieren.* <<  
Udo Jellesen