

Off-Label-Use Promotion

Liebe Leserin, lieber Leser,

Laut der New York Times akzeptierten eine Reihe Pharmafirmen heftige Strafzahlungen in rechtlichen Vereinbarungen mit der US-amerikanischen Regierung.

Hier eine Liste ausgewählter Firmen und die gezahlten Beträge in US-Dollar: Pfizer 2300 Millionen, Eli Lilly 1400 Millionen, Allergan 600 Millionen, AstraZeneca 520 Millionen, Bristol-Myers-Squibb 515 Millionen und Novartis 442 Millionen.

Zu den Hauptgründen zählte die "off-label promotion", also Marketing- und Vertriebsaktivitäten mit dem Ziel, Verordnungen in nichtzugelassenen Indikationen zu erreichen.

Diese Aktivitäten umfassten sowohl Honorare für Speaker und Mitgliedschaften in Advisory Boards als auch Unterstützungen für Reisen und Mahlzeiten.

Diese Vorfälle verdeutlichen noch einmal, wie wichtig es ist, den Stellenwert und die Anwendungsgebiete eines Produktes klar, korrekt und eindeutig im Alltagsgeschäft zu vermitteln.

Konkret könnte das für Sie bedeuten:

- 1) Setzen Sie Ihren guten Namen niemals unter ein Dokument, welches "Off-Label-Use" in irgendeiner Weise gut heißt.
- 2) Hören Sie auf Ihren Medical Advisor, medizinischen Fachreferenten oder Informationsbeauftragten, wenn diese die zugelassenen Indikationen in allen Unterlagen strikt beachtet haben wollen.
- 3) Falls hierarchisch Höherstehende meinen, Indikationen könne man auch großzügiger handhaben, weisen Sie auf mögliche Konsequenzen hin und lassen Sie diese Personen die Verantwortung dafür übernehmen.

Tipp für Workshop: Studienergebnisse erfolgreich vermarkten:
Wie Sie Daten prägnant, effektiv und umsatzwirksam vermitteln
www.ergebnisse-vermarkten.de

Mit freundlichen Grüßen

Ihr Günter Umbach

Jeweils aktuellen Newsletter gratis beziehen: <http://www.tipps-trends.com>