Die Deutsche Fachgesellschaft für Market Access e.V.

Der Verband für Market Access

Market Access vereint alle Aktivitäten, die für einen optimalen Marktzugang, einen dem Nutzen entsprechenden Preis sowie eine angemessene Erstattung durch die Kostenträger über den gesamten Lebenszyklus erforderlich sind. Um diese Ziele zu erreichen, setzen Market-Access-Aktivitäten sehr früh vor dem eigentlichen Markteintritt an und begleiten das Produkt, die innovative Technologie oder die Dienstleistung über seinen kompletten Lebensweg. Market Access ist nicht nur für die Pharmaindustrie, bedingt durch die AMNOG-Regulierung, zum zentralen Handlungsfeld aufgestiegen. Gleichermaßen sind Hersteller von Medizinprodukten oder innovativen Diagnostika, insbesondere von prädiktiven Gen-Tests, auf einen reibungslosen Market Access angewiesen. Den liberalisierenden Kräften - vertreten durch die Industrie, aber auch durch Krankenhäuser, Ärzte und Patienten - stehen die restringierenden Kräfte gegenüber, die durch Kostenträger und Regulierungsinstitutionen repräsentiert werden. Beide stehen in einem harten und vor allem andauernden Kampf um limitierte gesellschaftliche Ressourcen. Als Forum und Mediator versteht sich die Deutsche Fachgesellschaft für Market Access e.V., die 2011 in Hamburg durch eine Gruppe von Entrepreneuren ins Leben gerufen wurde.

>> Die Kostenträger und Regulierungsinstanzen benutzen den Market Access entweder als definitive, unüberwindliche Barriere für innovative Produkte, neue Dienstleitungen oder medizinisch-diagnostische Hochtechnologien oder als engmaschigen Filter, um den Marktzugang, den Preis sowie die Erstattungshöhe in ihrem Sinne zu reglementieren. Betrachtet man den heutigen und insbesondere den zukünftigen Leistungskatalog der GKV in Deutschland, so kann man ohne Übertreibung konstatieren: Er wird durch den Market Access definiert. Wird der Market Access strikt und rigide gehandhabt, sieht man sich mit einem engen und limitierten Leistungskatalog konfrontiert, der dann oft einen privaten grauen Markt für weitere medizinische Leistungen und Produkte nach sich zieht. Ist hingegen der Market Access als liberal und fortschrittsfreundlich zu charakterisieren, freuen sich Ärzte und Patienten über einen breiten Leistungskatalog mit weitgehend ungehindertem Zugang zu eben diesen Leistungen. Im Gleichschritt zu einem rigiden Market Access und konsekutiv engen Leistungskatalog findet man geringere Ausgaben für das Gesundheitssystem. Bei einer umgekehrten Sachlage, also liberaler Market Access und breiter Leistungskatalog steigen zumeist die Gesundheitsausgaben.

Patienten und Versicherte haben in der Mehrzahl eher ein Interesse an einem freien Marktzugang und damit an einem breiten Leistungskatalog. Im persönlichen Einzelfall, bei einer ernsten Erkrankung beispielsweise, tendiert die Haltung dann unmittelbar in Richtung ungehinderter Market Access, also keinerlei Limitationen für die aus ihrer Sicht erforderlichen Produkte und medizinischen Dienstleistungen.

Grundsätzlich lässt sich konstatieren, dass Market Access auch eine hohe ethische Dimension einnimmt. Zum einen liegt im Market Access mit Augenmaß und eindeutiger wissenschaftlicher Fundierung eine wichtige Schutzfunktion. Patienten und Versicherte müssen vor wenig sinnvollen, begrenzt nützlichen, überteuerten und insbesondere vor potenziell Schaden anrichtenden Produkten, Technologien oder Dienstleistungen geschützt werden. Zum anderen muss durch schnellen und bürokratiearmen Market Access sichergestellt werden, dass den Patienten und Versicherten nicht durch eine einseitig ökonomische Perspektive wichtige nützliche oder sogar Leben verlängernde oder rettende Produkte oder medizinische Dienstleistungen nicht rechtzeitig und nicht ausreichend zur Verfügung gestellt werden. Zwischen den beiden aufgezeigten Polen bewegt sich zurzeit das Market Access im Gesundheitswesen, und wir als Fachgesellschaft sehen eine wesentliche Aufgabe darin, das Abgleiten zu den Polen zu verhindern und eine gesellschaftlich wie gesundheitspolitisch nachhaltige Balance im Market Access zu wahren.

Market Access ist ein Themenfeld, das zwar auf eine junge Geschichte zurückblickt, dem

• • • **weiter auf Seite 2**

Kommentar

Prof. Dr. Ralph Tunder, 1. Vorsitzender der DFGMA e.V.

Liebe Leser, die sich für das neue und spannende Fachgebiet des Market Access interessieren. Dieser Themenbereich wurde in den letzten Jahren immer wichtiger und erlangte für Arzneimittel und Medizinproduktehersteller eine geradezu essenzielle Bedeutung hinsichtlich ihrer Zukunftsperspektiven. Aber nicht nur Hersteller von Medikamenten und Medizinprodukten sind vom Market Access betroffen. Jeder Anbieter von medizinisch-therapeutischen Leistungen und innovativer Medizintechnologie kämpft heute mit dem Marktzugang zu einem angemessenen Preis für seine Leistungen oder Innovationen. Alle Akteure im Gesundheitswesen haben daher ihre Rolle und ihr eigenes Selbstverständnis zum Market Access. Die Kostenträger, welche den Marktzugang letztlich finanzieren sollen, nehmen eher eine kritische und restriktive Position ein. Die Patienten und Versicherten haben hingegen ein Interesse an einem schnellen und komplikationslosen Marktzugang für innovative Produkte und Technologien, damit sie im Krankheitsfall auch schnellen und möglichst uneingeschränkten Zugang zu den entsprechenden Produkten und Technologien haben. Gesundheitspolitiker müssen die adäquaten Rahmenbedingungen für das Market Access von innovativen Technologien setzen.

Market Access ist ein noch junges Themenfeld, allerdings eines mit hoher Dynamik, dem heute und insbesondere zukünftig eine Schlüsselstellung zuteil wird. Bislang fehlt es allerdings noch an einem holistischen konzeptionellen Ansatz sowie an einer fundierten theoretischen Basis, denn Vieles wurde durch Empirie und einfache praktische Umsetzung geschaffen. Aus diesen Gründen hat sich die Deutsche Fachgesellschaft für Market Access e.V. zum Ziel gesetzt, diesen Themenkomplex im Gesundheitswesen strategisch, wissenschaftlich und operativ sowie sektorenübergreifend auf eine gesellschaftlich und gesundheitspolitisch akzeptierte Ebene zu heben und damit für die interessierte Öffentlichkeit sichtbar zu machen.

Die DGFMA versteht sich als Plattform für praktischen Erfahrungsaustausch und Wissenstransfer sowie als Sprachrohr zur Öffentlichkeit. Ich freue mich über den Dialog mit Ihnen.

• • • • • • • 2. DFGMA SYMPOSIUM OESTRICH-WINKEL 8. NOVEMBER 2012,
1. REGIONALTAGUNG IN HAMBURG 30. NOVEMBER 2012. • • • • • • •

• • • **Fortsetzung von Seite 1**

jedoch aufgrund der zunehmenden Dynamik im Gesundheitsmarkt eine Schlüsselstellung zuteil wird. Es gibt allerdings heute weder einen konzeptionellen, strategischen Ansatz noch eine fundierte theoretische Basis zur wissenschaftlichen Durchdringung des Market Access.

Aus diesem Grund hat sich die Deutsche Fachgesellschaft für Market Access e.V. zum Ziel gesetzt, das Themenfeld Market Access im Gesundheitsmarkt strategisch, operativ und sektorenübergreifend auf eine gesellschaftlich und gesundheitspolitisch akzeptierte Ebene zu heben und damit für die interessierte Öffentlichkeit sichtbar zu machen. Die Fachgesellschaft sieht sich als Informationsplattform und Drehscheibe in unterschiedliche Fachrichtungen. Von Patienten über Ärzte und andere Leistungserbringer, über die Gesundheitsindustrie bis hin zu den Kostenträgern/Regulierungsinstitutionen und thematisch verwandten wissenschaftlichen Fachgesellschaften reicht das Spektrum der Ansprechpartner. Darüber hinaus ist Market Access ein internationales Thema, dem wir zukünftig gleichfalls verstärkt durch internationalen Austausch Rechnung tragen werden.

Nachdem das erste halbe Jahr seit der Gründung der Fachgesellschaft vergangen ist, möchten wir die Gelegenheit nutzen, Ihnen an dieser Stelle kurz die wichtigsten erreichten Meilensteine vorzustellen. Ein ganz wichtiger Meilenstein ist die gerade geschlossene Partnerschaft mit der einzigen etablierten Fachzeitschrift zum Thema Market Access in Deutschland, denn ohne diese Kooperation würden Sie, liebe Leser, diese Zeilen nicht erreichen. Zukünftig werden sie in jeder Ausgabe von „Market Access und Health Policy" News, Informationen, Termine und Fachartikel der DFGMA vorfinden. Wir haben damit ein nachhaltige mediale Präsenz zur Öffentlichkeit für die Fachgesellschaft geschaffen.

Kurz nach den Basisarbeiten für die Gründung der Fachgesellschaft wie Satzung, Beitragsordnung oder Vision & Mission-Statement konnten wir den Internetauftritt der Fachgesellschaft unter www.dfgma.de online stellen. Darüber hinaus gelang es uns, eine wichtige strategische Kooperation mit dem HCMI und der European Business School (EBS) in Oestrich-Winkel zu schließen. Hier konnten wir, gemeinsam mit den wissenschaftlichen Fachkräften der EBS, den ersten Zertifikatsstudiengang Market Access etablieren. Der zweite Studienjahrgang beginnt zum 23. November 2012 (s. Seite IV). Und mit der Veröffentlichung des ersten und einzigen Handbuches zum Themenfeld Market Access haben wir im vergangenen Jahr einen Meilenstein in der verfügbaren Literatur gesetzt.

Darüber hinaus gelang es der Fachgesellschaft, das erste wissenschaftliche Jahressymposium zum Themenfeld AMNOG und frühe Nutzenbewertung an der EBS zu realisieren. Im Frühjahr 2012 wurde die erste Frühjahrstagung der Fachgesellschaft mit freundlicher Unterstützung der Bayer HealthCare in Leverkusen realisiert. Und zum dritten Quartal des Jahres 2012 können wir - mit freundlicher Unterstützung des Unternehmens Boehringer Ingelheim - den wissenschaftlichen Forschungspreis der Fachgesellschaft ausrufen. Ziel ist es, hiermit die wissenschaftliche Fundierung des Fachgebietes durch exzellente Abschlussarbeiten weiter zu fördern und die empirischen Grundlagen zu untermauern sowie den wissenschaftlichen Nachwuchs für dieses spannende Themenfeld zu interessieren.

Auch für den strukturellen Unterbau der Fachgesellschaft konnten wir weitere Bausteine errichten und Planken einziehen. Die Fachgesellschaft verfügt inzwischen über einen kompetenten und anerkannten Beirat, welcher die unterschiedlichen Facetten des Market Access wiederspiegelt. Für jedes Beiratsfeld konstituieren sich - Schritt für Schritt - erste Arbeitsgruppen, um das inhaltliche Gerüst der Fachgesellschaft mit konkretem Leben zu füllen. Die Geschäftsstelle der DFGMA e.V. in Hamburg hat sich etabliert und wird weiter professionell ausgebaut werden, um die steigenden Anforderungen zu bewerkstelligen.

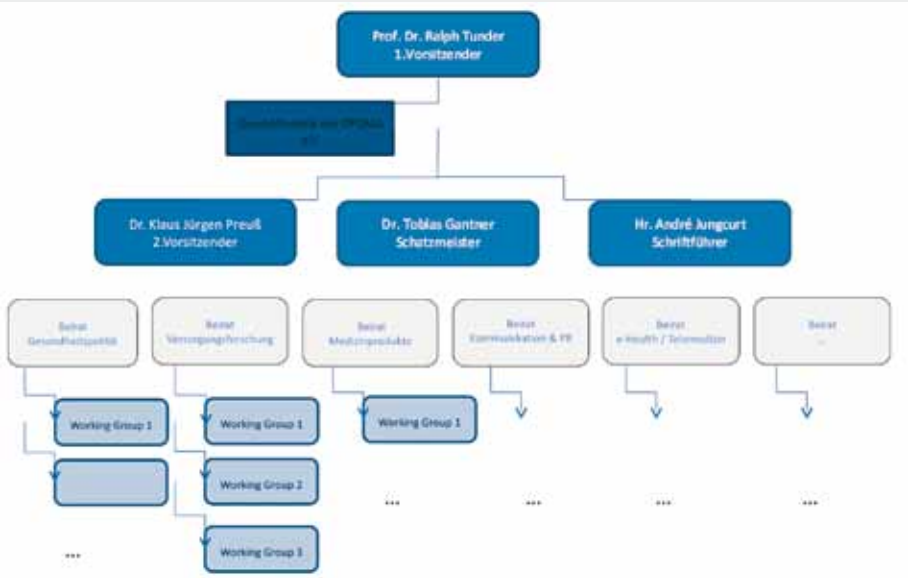
Es gelang zudem, beständig neue Einzelmitglieder, Corporate-Mitglieder und Förderer für die neue Fachgesellschaft zu gewinnen. Der Verein vertritt die Interessen seiner Mitglieder gegenüber anderen Organisationen, Institutionen und Körperschaften in der Öffentlichkeit und hat sich damit eine erste Anerkennung durch die interessierte Öffentlichkeit und relevante Fachgremien erworben.

Für das vierte Quartal 2012 steht am 8. November wiederum in Oestrich-Winkel das 2. Jahressymposium der DFGMA auf der Agenda. Und am 30. November findet die erste regionale Fachtagung in Hamburg statt.

Im Fokus des nächsten Jahres werden der Ausbau der Beiratsarbeit sowie die Intensivierung der Arbeitsgruppen stehen. Darüber hinaus werden wir die Regionalisierung der Fachgesellschaft weiter voranbringen. Unsere Publikationen, Statements und Thesenpapiere zu aktuellen Themen des Market Access werden die Standpunkte der Fachgesellschaft in der Öffentlichkeit untermauern. Zudem arbeiten wir an ersten internationalen Kooperationen und dem institutionellen Austausch mit anderen wissenschaftlichen Fachgesellschaften. Wir gehen davon aus, zukünftig die Interessen, Ansichten und Meinungen unserer Mitglieder und Förderer noch schlagkräftiger durch die Organe und Instrumente der Fachgesellschaft kompetent und wirksam abzubilden und damit unseren fachgesellschaftlichen Zielen noch effektiver Rechnung tragen zu können. <<

von:
Dr. Klaus Jürgen Preuß
2. Vorsitzender der DFGMA e.V.

Organisationsstruktur der DFGMA e.V.



Zu Gast bei Bayer healthcare

Frühjahrstagung Leverkusen

Zu ihrer ersten Frühjahrstagung lud die DFGMA am 23. Mai nach Leverkusen ein. Der Treffpunkt war das neue Gebäude K56 der Bayer HealthCare Deutschland.

>> Liam Condon, Leiter der Bayer HealthCare Deutschland, betonte in seiner Begrüßung den Stellenwert, den der Bereich Market Access im Unternehmen habe. Market Access sei ein integraler Bestandteil der Bayer Produktstrategie und als Schnittstelle zwischen Wissenschaft und Vertrieb für die zukünftigen Markterfolge der Innovationen aus der Bayer Forschung von sehr großer Bedeutung. Nicht zuletzt soll Market Access auch wesentlich dazu beitragen, dass Patienten schnellen Zugang zu den neuen Medikamenten bekommen und vom Nutzen für ihre Gesundheit profitieren.

Market Access ist für Dr. Tobias Gantner, Leiter Market Access der Bayer HealthCare Deutschland und gleichzeitig Schatzmeister der DFGMA, eine Beratungseinheit mit vielschichtigen Aufgaben. Der Arzt und Gesundheitsökonom erläuterte den Aufbau und die Integration von Market Access im Unternehmen.

Bayer Healthcare-Gebäude K56 (Copyright: Swantje Jaenicke, Bayer Vital).

Die Beratungsleistung dient dem Marketing und Vertrieb genauso wie der Medizin und der Forschung. Denn gesundheitsökonomische Fragestellungen dürfen nicht erst nach Abschluss der Phase III diskutiert werden. Vielmehr gehört dieses Thema heute bereits in früher Phase der klinischen Entwicklung auf die Agenda. Aber auch die Krankenkassen, KVen und Patientenverbände sowie die am AMNOG beteiligten Institutionen seien wichtige Gesprächspartner. Ziel sei es, die Forschungsleistung zum einen den Patienten als innovative Medikamente schnell zugänglich zu machen und zum anderen die gesundheitsökonomischen Fragestellungen der Kostenträger adäquat zu beantworten. Und dabei auch Möglichkeiten der gemeinsamen Interessenlagen zu diskutieren.

Wie diese Möglichkeiten aussehen könnten, illustrierte Dr. Melita Dietze, Leiterin Health Care Management im Bereich Market Access, in ihrem Vortrag „Innovations-Contracting – eine zukünftige Chance für Pharma?“ Ihr Tenor war, in der gegenwärtigen Situation seien die möglichen Vertragspartner eher zurückhaltend und fokussierten sich auf bekannte Modelle, wie die klassischen Rabattverträge. Es bleibe abzuwarten, in wie weit der §130c SGB V eine Veränderung bringe.

Dr. Maike Bestehorn, die den DFGMA Arbeitskreis „Frühe Nutzenbewertung“ leitet, sprach im Anschluss daran zum Thema „1 Jahr AMNOG – welche Auswirkungen auf die klinische Forschung zeichnen sich ab?“ Ihrer Meinung nach sei es noch zu früh, die antizipierten Szenarien einer Minderbeforschung generifizierter Bereiche zu konstatieren. Je nach Anreiz- und Preisbildungssystem werde man aber Veränderungen bei Art und Umfang klinischer Forschung vorhersagen können.

Prof. Tunder übergab im Anschluss die Zeugnisse des Intensivstudiengangs Market Access an die anwesenden Absolventen. Er sei sehr stolz auf das Interesse der Öffentlichkeit an diesem Studiengang, so Tunder. Als Vorsitzender der DFGMA freue er sich über den ersten Absolventenjahrgang und dessen Beteiligung an der DFGMA, die sich als junge, dynamische und aufstrebende Fachgesellschaft darstelle. Und das in einem Marktumfeld, das genau die Mischqualifikationen aus den Bereichen Medizin, Ökonomie, Philosophie und Jurisprudenz anfrage.

Die nächste Mitgliederversammlung ist im Anschluss an das zweite wissenschaftliche Symposium der DFGMA in Oestrich-Winkel am 8. November 2012 geplant.

von:
Dr. Tobias Gantner, MBA
Schatzmeister der DFGMA e.V.

NEWS

DFGMA Wissenschaftspreis

Erstmalig schreibt die Deutsche Fachgesellschaft für Market Access - DFGMA e.V. ihren Wissenschaftspreis aus. Die qualifizierte und hochkarätige Jury wird den Preis für exzellente Abschlussarbeiten aus diesem Themenfeld vergeben. Teilnehmen können alle immatrikulierten Studenten und Absolventen von deutschen Universitäten und (Fach-)Hochschulen, die ihre Abschlussarbeit über Market Access oder hiermit in Zusammenhang stehende Themenfelder geschrieben haben. Die Arbeiten müssen im Rahmen des Studiums und innerhalb der letzten zwölf Monate erstellt worden sein.

Der DFGMA-Wissenschaftspreis ist mit 5.000 Euro dotiert. Für den ersten Preis werden 3.000 Euro, für den 2. Preis 1.500 Euro und für den 3. Preis 500 Euro ausgerufen. Das Unternehmen Boehringer-Ingelheim unterstützt freundlicherweise den DFGMA-Wissenschaftspreis.

Die einzureichenden Arbeiten können beispielsweise die folgenden Themen behandeln:

- Die wissenschaftliche Fundierung von Fragestellungen, Instrumenten und Konzepten zum Market Access von Arzneimitteln, Medizinprodukten oder Diagnostika,
- die Analyse von gesundheitspolitischen Reformen und Gesetzen auf die Erstattungsfähigkeit von neuen Produkten oder Technologien und den Zugang für Innovationen in die Regelversorgung oder
- den Stellenwert von Bewertungsprozessen (AMNOG-Verfahren) und Instrumenten (HTA) kritisch zu hinterfragen respektive Alternativen aufzuzeigen.

Weitere Details und Informationen zu den Teilnahmebedingungen sowie den Bewerbungsbogen finden Sie im Internet unter www.dfgma.de. Einsendeschluss ist der 15.10.2012. Interessierte Bewerber schicken bitte den Bewerbungsbogen und ihre Arbeit per Mail an info@dfgma.de, und/oder parallel per Post an die Geschäftsstelle der DFGMA e.V., Alte Rabenstraße 32, 20148 Hamburg, Stichwort Wissenschaftspreis.

Die Preisverleihung und die Vorstellung der prämierten Arbeiten erfolgt am 8. November 2012 im Rahmen des 2. Jahressymposiums der DFGMA.

Market Access für das iPad

Die DFGMA arbeitet an einer kondensierten, digitalen Version des Handbuches Market Access für das iPad. Ziel ist es, die wichtigsten Zugangswege, Antragsverfahren und begleitenden Bausteine für einen erfolgreichen Market Access in digitaler Form und interaktiv abzubilden. Die EPC HealthCare GmbH leistet dabei die inhaltliche Konzeption sowie das Projektmanagement.

Deutsche Fachgesellschaft für
MARKET ACCESS

Zweiter Jahrgang des Intensivstudiums Market Access

Orphan Drugs im Fokus

Die Deutsche Fachgesellschaft für Market Access (DFGMA e.V.) hat sich die akademische und wissenschaftliche Durchdringung von Market Access zu einem wesentlichen Ziel gemacht. Im Zeitraum von November 2011 bis März 2012 wurde mit dem Intensivstudium Market Access der deutschlandweit erste Weiterbildungsstudiengang zu diesem Thema veranstaltet. Die zunehmende Bedeutung von Orphan Drugs und Market Access in der Medizintechnik begründen eine stärkere Akzentuierung dieser beiden Bereiche im zweiten Jahrgang des Intensivstudiums. Dieser startet am 23. November 2012.

>> Market Access ist ein lernendes System, das sich kontinuierlich an insbesondere sich veränderne politisch-rechtliche Rahmenbedingungen anpassen muss. Ein solch lernendes System ist auch das Intensivstudium Market Access.

Neben grundlegenden gesundheitspolitischen und rechtlichen Rahmenbedingungen standen insbesondere wesentliche Erfolgsfaktoren des Market Access im Mittelpunkt. Stakeholder Management, Market Access Tools, Key Account Management, Pricing und innovative Formen des Contracting waren – vielfach mit Blick auf den AMNOG-Prozess – wesentliche Inhalte des Studiums. Abseits des Arbeitsalltags konnten die Teilnehmer, die überwiegend in der Pharma- und Medizinprodukteindustrie sowie in Beratungs-, Markt- und Versorgungsforschungsunternehmen tätig sind, z. B. mit Vertretern von Krankenkassen und IQWiG in einer sehr konstruktiven Atmosphäre Ideen über strategische und operative Aufgaben und Herausforderungen eines erfolgreichen Market Access austauschen.

Nähere Informationen zum Programm finden Sie unter www.ebs-hcmi.de.

von: Dipl.-Ges.-Ök André Jungcurt,
Schriftführer der DFGMA e.V.

Termine

Kongress „Der Endpunkt“

Der nächste Fachkongress von „Monitor Versorgungsforschung“ findet am 29. Oktober statt. Der Titel: „Patientenrelevante Endpunkte - Wer definiert, was für den Patienten relevant ist?“ Infos: http://www.monitor-versorgungsforschung.de/kongresse/endpunkt. Anmeldungen auch unter: kongress@m-vf.de.

DFGMA-Mitglieder erhalten 20% Rabatt: Bitte deshalb Mitgliedschaft bei der Buchung unbedingt angeben!

1. Regionaltagung in Hamburg

Am 30. November 2012 findet die 1. Regionaltagung in Hamburg statt. Ziel der Regionalveranstaltung ist es, die Kohäsion der regional-lokalen Mitglieder zu stärken und auszubauen. Zugleich sollen Probleme und Lösungen für das regionale Market Access vorgestellt und diskutiert werden.

Weiterhin stehen die Konkretisierung der inhaltlichen Arbeit und der Aufbau von fachlich orientierten Arbeitsgruppen im Fokus der Veranstaltung. Über einen Keynote-Speaker wird ein übergeordnetes Thema von zentraler Bedeutung für den Market Access von Orphan Drugs zur Diskussion gestellt werden. Nähere Informationen und Anmeldungsdetails in Kürze unter www. dfgma.de.

INFORMATIONEN ANFORDERN

Ich bin an weiteren Informationen über Ziele und Absichten der Deutschen Fachgesellschaft für Market Access e.V. interessiert. Bitte senden Sie mir die weiteren Informationen an neben stehende Adresse:

- ☐ Bitte senden Sie mir die Satzung der Fachgesellschaft zu.
- ☐ Mich interessiert die Mitgliedschaft in der Fachgesellschaft, bitte senden Sie mir einen Aufnahmeantrag für
  - ☐ eine persönliche Einzelmitgliedschaft
  - ☐ eine Firmenmitgliedschaft
  - ☐ Ich bin an einer Fördermitgliedschaft interessiert.
- ☐ Bitte rufen Sie mich an, damit wir weitere Informationen austauschen können.

• • • • • • • DEUTSCHE FACHGESELLSCHAFT FÜR MARKET ACCESS E. V.
(DFGMA) • ALTE RABENSTRASSE 32 • 20148 HAMBURG •
EMAIL: INFO@DFGMA.DE • FAX 040/854 02 91-29 • • • • • • •

Deutsche Fachgesellschaft für
MARKET ACCESS

Name/Vorname _____

Aufgabe/Funktion _____

Firma/Organisation _____

Straße, Nr. _____

PLZ Ort _____

E-Mail _____

Telefon _____

Datum _____. _____. **2012**

Unterschrift _____