

# Neue Wege des attraktiven Wissenstransfers

Stellen Sie sich vor, Sie organisieren eine Veranstaltung für Ärzte – und keiner geht hin! Pharmaunternehmen stehen vor neuen Herausforderungen.

Autor: Dr. Roman F. Szeliga

**B**is vor etwa vier Jahren wurde die Definition von „Ärztinformationsveranstaltungen“ noch großzügig ausgelegt, manchmal auch seitens des „Rahmenprogramms“ überstrapaziert. Die Folge war eine Gegenbewegung im Sinne von Compliance-Richtlinien, Verhaltenskodex und ethischen Standards.



## Kreative Wissensvermittlung

Veranstaltungen müssen ausschließlich der wissenschaftlichen Information und/oder der fachlichen Fortbildung dienen.\* Trotzdem muss Platz für kreative Inszenierungen bleiben. Es gibt unzählige Untersuchungen darüber, dass Menschen, die beim Lernen Freude haben und mit neuen Formen der Kommunikation überrascht werden, Inhalte viel länger im Gedächtnis behalten. Sie fungieren dann als Botschafter und geben ihr neues (Produkt-)Wissen an Kollegen und Patienten weiter.  
Der Freizeitwert des Tagungsortes ist kein Auswahlkriterium.\* Ärzte sind auch nur Menschen! Menschen, die sich wohl fühlen wollen. Menschen, die ihr neues Wissen mit anderen teilen wollen, auch während der Veranstaltung.

Inszenieren Sie Ihre Veranstaltung! Finden Sie den roten Faden – von der kreativen Einladung bis zur individuellen Nachbearbeitung. Ein austauschbares Produkt oder eine knackige Veranstaltung mit Mehrwert? Wählen Sie Letzteres, dann erübrigen sich auch Diskussionen über Haubentempel, Sambabands und 5-Sterne-Luxushotels.

Nachhaltigkeit, Prägnanz und „Weniger ist mehr“ lauten die Zauberworte. Setzen Sie auf Seminarräumlichkeiten mit stimmiger Atmosphäre und den Einsatz von audio-visueller Technik für alle Sinne. Kompetente, flotte Moderation. Und in den Konsens des Vortrags passende Crossover-Themen.

## Dauerhafte Beziehung

Die Einladung darf nicht von der Empfehlung, Verschreibung oder Abgabe bestimmter Arzneimittel abhängig gemacht werden.\*

Schaffen Sie Win-win-Situationen. Gute Betreuung ist die Basis einer langjährigen, wechselseitigen Kundenbeziehung. Fragen Sie konkret und persönlich nach, was „Ihre“ Ärzte tatsächlich an Information brauchen und in welcher Form sie sich den Wissenstransfer wünschen.

## Ethische Verantwortung

Die Übernahme von Kosten hat sich auf Reisekosten, Verpflegung, Übernachtung sowie die ursächliche Teilnahmegebühr zu beschränken.\* Auch Ärzte müssen sich an die neuen Gegebenheiten gewöhnen. Erklären Sie, was Ihre Veranstaltung zu bieten hat und was nicht. Halten Sie sich an die Tipps für eine „originelle Veranstaltung“, dann kann eigentlich nichts schiefgehen.

## Zur Person



Dr. Roman F. Szeliga, Facharzt für Innere Medizin, ehemaliger Top-Manager in einem pharmazeutischen Unternehmen, jetzt Geschäftsführer der Kommunikationsagentur Happy&Ness und Gründer von MEDucate – Akademie für gesunde Kommunikation.

### Kontakt:

Tel.: 01/712 75 90,  
www.happyundness.at  
www.meducate.at

## Xunde Kommunikation

Ein Erfolgsfaktor Ihrer Veranstaltung ist die Auswahl von Referenten und Moderator. Fragen Sie sich immer, wer nicht nur über das nötige Fachwissen verfügt, sondern wer sein Wissen auch zielgruppengerecht und einprägsam transportieren kann. Das Honorar der Referenten muss der erbrachten Leistung angemessen sein.\* Medientraining bietet Mehrwert für alle: Zuhörer, Auftraggeber und Referenten. ■