



DigIT Pharma & Health 2023

25.-27. September 2023

DigIT Pharma Commercial Excellence & eHealth 2023

Omni-Channel • Sales Effectiveness • Market Access

• Advanced Data & Automatisierung • Digital Transformation • eHealth



Markus Mundhenke

Director Health
Policy Scientific Affairs
Bayer



**Dr. med. Michael
von Wagner**

CMIO
**Universitätsklinikum
Frankfurt**



Christian Wöckel

Head of Transformation
for General Medicines GSA
Sanofi



Jack Lampka

Head of Data
MSD



Klaus Suwelack

Member Of The
German Supervisory Board
**The Janssen Pharmaceutical
Companies of Johnson & Johnson**



Thorsten Mintel

Director Customer
+ Digital Marketing
Pfizer

[Visit Site](#)

[Request Invite](#)

[Sponsor](#)

SPEAKERS 2023

CONFERENCE
DAY ONE

CONFERENCE
DAY TWO

CONFERENCE
DAY THREE

PRICING

REGISTER



Commercial 4.0

New Way of Working and Digital DNA – Agile Transformation – Nachhaltigkeit – Commercial Excellence – Sales Effectivness



Digitale Transformation

Automatisierung der Prozessen, Change Management – Leadership – Mindset, Digitalisierung bei Pharma, Apotheken, Krankenhäusern und Medizintechnik



Go-to-market Strategy

Multichannel, Personalisierte Vertriebs- und Marketingkampagnen an Ärzte und Apotheker – Aufbau Digitaler Kompetenz im Außendienst



Commercial Data Analytics & Next Best Action

für Messbarkeit und Echtzeitoptimierung über alle Sales und Marketing Kanäle



Digital Health, DiGAs

DTx, Digitale Anwendungen, ePA & eRezept – Patienten



Datengetriebene Business Intelligence und Commercial Excellence

in Zeiten von neuen Geschäftsmodellen – Future of Pharma Business



Next level DiGAs

Intelligente DiGAs – Vorbereitung für die Zukunft



Gesundheitsdatenzugang

Szenarien & Konsequenzen für Pharma – Patientendatenbank



Umgang mit RWE

Personalisierung und das Potential der Real World Data



Einsatz AI Engine

Creative Optimization mit Künstlicher Intelligenz (KI)?



Plattformenansatz

Erhöhung der Kundeninteraktion – Customer Engagement: Die zentrale Datenplattform für Krankenhäuser, Ärzte, Apotheker, Krankenkassen und Pharmaunternehmen



Data Analytics in Echtzeit?

Erreichung der Zielgruppen schneller, genauer und transparenter



Verknüpfung aller Kanäle

Digitale Kanäle effizient nutzen & Kundenbedürfnisse personalisiert bedienen – Marketing Automation



**Find out more
about attendance**

Bereits zugesagte Sprecher*innen 2023



Jack Lampka
Head of Data
MSD



Markus Mundhenke
Director Health Policy
Scientific Affairs
Bayer



Klaus Suwelack
Member Of The
German Supervisory Board
**The Janssen Pharmaceutical
Companies of Johnson & Johnson**



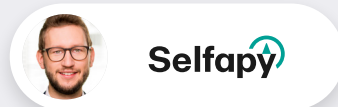
Michael Zaiac
Head of Medical Affairs
Haematology and Oncology
Novartis



Florian Gäng
Director, CX & Service Design
Bayer



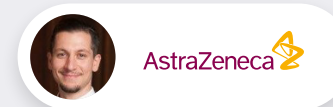
Dimitri Metzger
Technology Lead in Healthcare R&D
Merck Group



Tobias Bachmann
Head of Market Access
Selfapy



Dr. Wiebke Löbker
Head of Unit Innovation, Change
management / Personal advisor to the
president of the BfArM



Alexander Unger
Director Data Insights
Data Science & AI
AstraZeneca



David Winneberger
Vice President, Global Marketing
Cardiovascular Care
Siemens Healthineers



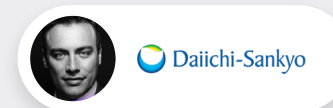
Dr. Frank Schneider
Commercial Director Oncology
Daiichi Sankyo Deutschland



Christian Boesch
Global Process Lead –
HCP Engage to Pay
Sanofi



Christian Wöckel
Head of Transformation for General
Medicines GSA
Sanofi



Maximilian Hahn
Customer Experience
Excellence Director
Daiichi Sankyo Deutschland



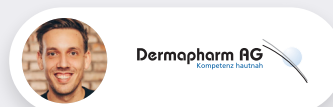
Andreas Dach
Next Best Action / Engagement Leader
| International Omni-Channel
Lilli Deutschland



Thorsten Mintel
Director Customer + Digital Marketing
Pfizer



Maro Bader
Excellence Lead
Digital Transformation
Roche



Fabian Schmid
Digital Manager
Dermapharm



Martin Kurek
Data Scientist
Boehringer Ingelheim



Timo Peters
Head of Process Insights & Value
Bayer

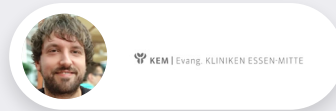
Bereits zugesagte Sprecher*innen 2023



Dr. Kati Wegner
Omnichannel Lead
Pfizer



Dr. Jörg Mahlich
Market Access and
Government Affairs Lead
Miltenyi Biomedicine



Dr. Med. Simon Kurzahls
Oberarzt, Psychiatrische Notfallversorgung und
Leitung der allgemeinpsychiatrischen Akutstation
KEM|Evang. Kliniken Essen-Mitte



Kathrin Pfeiffer
Head of Market Access
Sympatient GmbH



Dr. med. Michael von Wagner
CMIO
Universitätsklinikum Frankfurt



Hedi Roy
Head of Market Research Hub
GSK



Diana Gorun
Head of Governance
Risk & Compliance
Dermapharm



Karsten Wilbur
Marketing Director Orthopedics
& Real Intelligence
Smith & Nephew



Marek Rydzewski
Chief Digital Officer
BARMER



Marcel Böttcher
Abteilungsleiter Digitale
Versorgung & Prävention
BARMER



Stefan Odenbach-Wanner
Digital Health Manager
(E-Rezept/eRiXa©)
Medios AG



Gandolf Finke
Founder & MD
Mika/Fosanis GmbH



Tom Oelschläger
Omnichannel Manager
Daiichi-Sankyo Deutschland

DIGITALE TRANSFORMATION & ADVANCED DATA & AUTOMATISIERUNG IN PHARMA & HEALTHCARE – FOKUSTAG

Monday 25. September 2023

REGISTRIERUNG ZUM FOKUSTAG

10:00

Eröffnung des Fokustages durch den Vorsitzenden

10:40

Jack Lampka
Head of Data
MSD



Dateninfrastruktur & Data Science



KEYNOTE

Von Datenprojekten zu Datenprodukten und wie man sie intern vermarktet

10:50

- Wieso scheitern viele KI-Projekte
- Was bringt der Fokus auf Datenprodukte
- Was kann man von Marketing lernen

Jack Lampka
Head of Data
MSD



Datenarchitekturen- und Management bei Commercial Data

11:10

- Welche Datenarchitekturen werden benutzt?
- Optimale Modelle für Real-Time Datenverarbeitung
- Erfahrungen aus der Praxis

Ein KI-Tool zur Nutzung von Real World Data für Market Access

11:30

Michael Zaiac
Head of Medical Affairs Haematology and Oncology
Novartis



Cloud Strategien für Verbesserte Real-Time Prozesse

11:50

- Cloud Services & Digitaltransformation
- Chancen für präzisere und verbesserte Kundenansprache und Patientenversorgung
- Hürden und Risiken



DIGITALE TRANSFORMATION & ADVANCED DATA & AUTOMATISIERUNG IN PHARMA & HEALTHCARE – FOKUSTAG

Monday 25. September 2023



12:10

Table A: Kulturwandel & Leadership

- Ängste und Widerstände gegenüber neuen digitalen Transformationsinitiativen im gesamten Unternehmen abbauen
- Innovationen zu kommerziellen Geschäftsmodellen und Unternehmenskulturen passend machen
- Widerstände der Industrie insbesondere gegenüber digitalen Innovationen und wie können wir sie überwinden
- Agile Methoden für eine nachhaltige digitale Transformation

Table B: Real World Data zur Unterstützung in allen Phasen der Entwicklung

- Wie RWD effektiver eingesetzt werden kann
- Welche Beschränkungen und Risiken gibt es?
- Kosten-Nutzen Analysen beim Einsatz von RWD in der Produkt-Entwicklungsstrategie

Jörg Mahlich
Market Access and Government
Affairs Lead
Miltenyi Biomedicine



Table C: Automatisierung & Robotics

- Die häufigsten Hindernisse für Digitalisierung, Automatisierung und Robotik im Unternehmen abbauen?
- Was können Sie tun, um Ihre Daten in einen guten Zustand zu bringen – um Fehler bei der Automatisierung zu vermeiden?
- Technologien und Lösungen für Effiziente Automatisierung

Christian Boesch
Global Process Lead –
HCP Engage to Pay
Sanofi



Table D: HCP Daten – Gesetzkonforme Gestaltung mit Hilfe der Digitalisierung

- Gesetzliche Anforderungen, Risiken und Compliance
- ESG
- Reporting Prozesse (wie komme ich an den richtigen Daten)

Diana Gorun
Head of Governance
Risk & Compliance
Dermapharm



MITTAGESSEN

12:40
–
13:40

Daten & Digitalisierung

Digitalisierungsstrategie bei Dermapharm

13:40

Fabian Schmid
Digital Manager
Dermapharm



PANEL DISKUSSION

14:00

Die Zukunft von Data in der Digitalisierung der Gesundheitsbranche

- Citizen Data Scientists: Segen oder Fluch?
- Wie lässt sich die Datentransformation mit der allgemeinen digitalen Transformation in Einklang bringen?
- Wie lassen sich die Herausforderungen der konservativen Legal und Datenschutz Einstellungen in der Pharmaindustrie bewältigen?

Jack Lampka
Head of Data
MSD



DIGITALE TRANSFORMATION & ADVANCED DATA & AUTOMATISIERUNG IN PHARMA & HEALTHCARE – FOKUSTAG

Monday 25. September 2023

Automatisierung bei Abrechnungen in einer Krankenkasse

14:30

- Automatisierung bei Rezeptprüfung
- Interne und externe Automatisierung
- Herausforderungen und Lösungsansätze

Reserviert für AOK-Bayern

KAFFEEPAUSE MIT NETWORKING MÖGLICHKEITEN

14:50
–
15:20

Process Mining a driver of Digital Transformation

15:20

- What is process mining and how it works
- The Power of Process Mining and which Value it realize
- How to start and execute Process Mining
- Key Learnings and best practice tips

Timo Peters
Head of Process Insights & Value
Bayer



Die Reise und Lehren aus der Bereitstellung digitaler Transformation im Pharmageschäft

15:40

- Priorisierung und Auswahl der Bereiche, die am stärksten einer Transformation bedürfen
- Die ersten Erfahrungen und Lessons learned
- Wie geht die Reise weiter?

ABSCHLUSS DES FOKUSTAGES

16:00

ABSCHLUSS DES FOKUSTAGES

17:30



MASTERCLASS A

Datenstrategie in 60 Minuten: Kreiere Datenstrategie für Dein Unternehmen

18:00
–
19:00

Nach einem 15-min Impulsvortrag wie eine Datenstrategie aussieht und aufgebaut wird, werden wir mit drei Beispielen aus dem Publikum drei Ziele,

Aktivitäten, die zur Erreichung dieser Ziele notwendig sind, und Ressourcen, die für diese Aktivitäten erforderlich sind, definieren.

Als Beispiele werden die Datenziele von den ersten drei Teilnehmern, die sich dafür interessieren, genutzt. Die Beispiele für Datenziele müssen nicht komplett definiert sein, das machen wir zusammen in diesem Workshop.

Sie sollen aber ein Businessziel im Auge haben, was mit Daten adressiert werden kann, wie z.B. Steigerung des Umsatzes, Verbesserung der Kundenbindung, oder Optimierung der Marketing Ausgaben.

Jack Lampka
Head of Data
MSD



ERSTER KONFERENZTAG

Dienstag 26. September 2023

REGISTRIERUNG MIT KAFFEE

ERÖFFNUNG DER KONFERENZ DURCH IQPC

08:40

ERÖFFNUNG DES ERSTEN KONFERENZTAGES DURCH DEN VORSITZENDEN

08:50

Marketing & Vertrieb im neun Zeitalter der Pharmabranche

Außendienst quo vadis? Ein altes Modell in digitalen Zeiten.

09:00

- Brauchen wir noch einen Außendienst bei den neuen digitalen Möglichkeiten?
- Wie viel digital verträgt der Kunde?
- Der persönliche Kontakt zum Kunden ist der Schlüssel zum Erfolg
- Das Rollenbild des Außendienst verändert sich
- Der Außendienst als Omnichannel Manager in seinem Gebiet
- Omnichannel bedeutet in der Konsequenz nicht nur Technologie-Reife, sondern auch eine neue agilere Teamkultur innerhalb des Unternehmens

Dr. Frank Schneider
Commercial Director Oncology

Tom Oelschläger
Omnichannel Manager
Daiichi Sankyo Deutschland



PANEL DISKUSSION

09:20



Omni-Channel Pharma-Marketing & Vertrieb – Ein ganzheitlicher Ansatz für das neue Zeitalter

- Fokus auf die Zusammenarbeit zwischen Vertrieb, Marketing und Medical
- Außendienstler als Omni-Channel Manager
- Umgang mit Generationswechsel. Was erwartet die neue Generation der Ärzte?
- Daten effektiv einsetzen: mit Datenschutz- und Compliance-Beschränkungen umgehen und realistische Customer Journeys aufbauen
- Daten-getriebene Lösungen und das Umgehen mit Datenschutz und compliance

Tools, Idee und Strategien zum effektiven Einsatz einer Content-Strategie

09:40

- Content-Strategien
- Tools die das Leben erleichtern

Grundlagen der Omnichannel-Transformation zur signifikanten Verbesserung des Kundenerlebnisses im Kontext von Next Best Engagement

10:20

- Bereiten Sie sich gut vor, erklären Sie die Gründe und setzen Sie die richtigen Erwartungen und setzen Sie sich für Befürworter und Vorkämpfer ein
- Stellen Sie sicher, dass Außendienstmitarbeiter „Maschinen“ als „Superassistenten“ sehen und dass die Maschinenerkenntnisse durch persönliche Außendienststerkenntnisse ergänzt werden sollten, um ein besseres Verständnis des Kunden zu entwickeln
- Anwendungsfälle mit Data Science aufdecken, um HCP-Interaktionen zu beschleunigen und die richtigen Kanalkombinationen zu definieren

Andreas Dach
Next Best Action / Engagement Leader | International Omni-Channel
Lilli Deutschland



ERSTER KONFERENZTAG

Dienstag 26. September 2023

KAFFEEPAUSE MIT NETWORKING MÖGLICHKEIT

10:40
–
11:00

Digitale Launch-Strategie – von A bis Z

11:00

- Die digitale Infrastruktur
- Der Einsatz von Daten
- Leadership und Mindset

Vom Zielgruppen-Management und Targeting zur personalisierten Kundeninteraktion

11:20

- Zielgruppen und Targeting Evolution in der Pharmabranche
- Verschiedene Dimensionen der Segmentierung von HCPs
- Die Klassiker der Personalisierung
- Personalisierung in Praxis – ein Beispiel

Dr. Kati Wegner
Omnichannel Lead
Pfizer



Barrieren bei der Verordnung mittels Marktforschung erkennen und überwinden

11:40

- Patient*innen und Ärzt*innen tragen beide mit Empfehlung oder Erwartung zur Verschreibung eines Arzneimittels bei. Beweggründe und Sichtweisen unterschiedlicher Seiten differenziert und im Gesamten betrachten
- Unterschiedliche Parteien berücksichtigen und einbeziehen Um Barrieren in der Verschreibung zu identifizieren
- Intelligente Ansätze in der Marktforschung um Hürden zu erkennen und Barrieren in der Verordnung zu überwinden

Hedi Roy
Head of Market Research Hub
GlaxoSmithKline



ERSTER KONFERENZTAG

Dienstag 26. September 2023



ROUND TABLE SESSIONS

12:00

Table A: Vom Zielgruppen- Management und Targeting zur personalisierten Kundeninteraktion

- Zielgruppen und Targeting Evolution in der Pharmabranche
- Verschiedene Dimensionen der Segmentierung von HCPs
- Die Klassiker der Personalisierung
- Personalisierung in Praxis – ein Beispiel

Dr. Kati Wegner
Omnichannel Lead
Pfizer



Table B: Barrieren bei der Verordnung mittels Marktforschung erkennen und überwinden

- Patient*innen und Ärzt*innen tragen beide mit Empfehlung oder Erwartung zur Verschreibung eines Arzneimittels bei.
Beweggründe und Sichtweisen unterschiedlicher Seiten differenziert und im Gesamten betrachten
- Unterschiedliche Parteien berücksichtigen und einbeziehen
Um Barrieren in der Verschreibung zu identifizieren
- Intelligente Ansätze in der Marktforschung um Hürden zu erkennen und Barrieren in der Verordnung zu überwinden

Hedi Roy
Head of Market Research Hub
GlaxoSmithKline



Table C: User und HCP-Experience verbessern

- Wie kann mittels UX die HCP-Experience verbessert werden
- Technologien zur Verbesserung der UX Touchpoints

Christian Boesch
Global Process Lead – HCP
Engage to Pay, Sanofi



Table D: Wege und Tools um Engagement zu erhöhen

- Warum ist Engagement bei verschiedenen Kanälen so niedrig?
- Wege, um Engagement zu erhöhen
- Welche Tools kann man nutzen?

MITTAGESSEN MIT NETWORKING GELEGENHEIT

12:30
–
14:00

ERSTER KONFERENZTAG

Dienstag 26. September 2023

COMMERCIAL DATA STREAM



KEYNOTE

Synthetic Data: Ergebnisse einer Methodenstudie

14:00

- Definition und Anwendungen
- Eine perfekte Lösung für die Arbeit in einem stark Datenschutz-regulierten Bereich?
- Ergebnisse einer Fallstudie

Alexander Unger
Director Data Insights, Data Science & AI
AstraZeneca



Data Science und Marketing Automatisierung

14:20

- Arbeit mit externen Anbietern ist nicht mehr ausreichend
- Intern entwickelte KI-basierte Tools für Marketing Automatisierung
- Das Potenzial von Chat GPT und ähnliche Anwendungen

Data Literacy: Wie man Mitarbeiter für die Arbeit mit Daten sensibilisiert

14:40

- Definition von Data Literacy und der Wichtigkeit vom richtigen Mindset
- Weiterbildungsmaßnahmen für Mitarbeiter
- Ein Beispiel aus der Praxis

MITTAGESSEN MIT NETWORKING GELEGENHEIT

15:00

DIGITAL HEALTH – PHARMA & STARTUP STREAM

Vorsitzender:

Klaus Suwelack

Member Of The German Supervisory Board

The Janssen Pharmaceutical Companies of Johnson & Johnson



Pharma und Start-up gemeinsam für eine Digitale Gesundheitsanwendung

14:00

- Wie gestaltet ein Pharmaunternehmen eine erfolgreiche Kooperation?
- Wo gibt es Synergien, wo sind Unterschiede?
- Wie wird ein Launch vorbereitet?
- Wie sieht ein DiGA- Omni – Channel Konzept aus

Thorsten Mintel
Director Customer + Digital Marketing
Pfizer



Evidenzanforderungen für DiGAs und Market Access

14:20

- Was sind die Anforderungen für DiGAs?
- Evidenz und Pricing
- International: blick nach Frankreich

Kathrin Pfeiffer
Head of Market Access
Sympatient GmbH



Updates zum DiGA Fast Track

14:40

- Zertifizierung, Evidenzanforderungen, Datenschutz
- Weg zur Implementierung
- Erweiterung auf die Internationale Ebene

ERSTER KONFERENZTAG

Dienstag 26. September 2023

COMMERCIAL DATA STREAM

KI-basiertes Tool für Next Best Action

15:30

- Die Schritte der Entwicklung des Tools
- KI-Algorithmus, Data Sets und Training
- Die ersten Erfahrungen

Martin Kurek
Data Scientist
Boehringer Ingelheim



DIGITAL HEALTH – PHARMA & STARTUP STREAM

Vorsitzender:

Klaus Suwelack

Member Of The German Supervisory Board

The Janssen Pharmaceutical Companies of Johnson & Johnson



PANEL DISKUSSION

Digital Health bei Pharma vs. Startup

15:30

- Neue Geschäftsmodelle für DiGAs für ein Pharmaunternehmen – oder eher zur Unterstützung der bestehenden?
- Synergien finden, Erwartungen klären
- Kooperationen Etablieren
- Gesetzliche Bedingungen einhalten
- Wirkung erhöhen

Tobias Bachmann

Head of Market Access

Selfapy



Markus Mundhenke

Director Health Policy, Scientific Affairs

Bayer



Thorsten Mintel

Director Customer + Digital Marketing

Pfizer



Gandolf Finke

Founder & MD

Mika/Fosanis GmbH



Moderation: Klaus Suwelack

Member Of The German Supervisory Board

The Janssen Pharmaceutical Companies of Johnson & Johnson



ERSTER KONFERENZTAG

Dienstag 26. September 2023

COMMERCIAL DATA STREAM



ROUND TABLE
SESSIONS

15:50

Table A: Überlappungen von Analytics Methoden aus R&D und Commercial

- Genauigkeit und Zuverlässigkeit der Daten
- Muster, Trends und Zusammenhänge erkennen
- KI und Data Visualisierungsmethoden

Table B: Automatisierung im Vertrieb

- Automatisierung von Standardprozessen (Bonusberechnung, Zielerrechnung bei dem Außendienst und weitere)
- Automatisierung bei Salesforce
- Potenziale von KI-Tools für Automatisierung bei Vertrieb

Table C: Data Literacy: wie man Mitarbeiter zur Arbeit mit Daten sensibilisiert

- Mindset und Leadership bei einer Datengetriebene Organisation
- Kompetenz aufbauen
- Erfahrungen aus der Praxis

DIGITAL HEALTH – PHARMA & STARTUP STREAM

Vorsitzender:

Klaus Suwelack

Member Of The German Supervisory Board

The Janssen Pharmaceutical Companies of Johnson & Johnson



16:00

Startup Pitch Deck

Hören Sie sich die Vorstellung von 4-6 Startups aus dem Digital Health Bereich an und formen Sie sich ein Bild vom differenzierten Angebot in diesem Umfeld.



ERSTER KONFERENZTAG

Dienstag 26. September 2023

REGISTRIERUNG FÜR MASTER CLASS

17:00



MASTERCLASS B

Die Zukunft von digital Health

17:30
-
18:40

Die Gesundheitsbranche wird immer mehr digitalisiert, um die Ergebnisse für den Patient*innen ständig zu verbessern.

In diesem Workshop besprechen wir die Entwicklungen bei digitalen Anwendungen und deren Auswirkung auf die Gesundheitsbranche. Erfahren Sie über:

- DiGAs – Geschäftsmodelle für Pharma, Zusammen mit Startups die Wirkung steigern, Evidenzanforderungen und Market Access
- Informationsaustausch zwischen den Playern verbessern: Digitale Patientenakte, eRezept, Arzneimittelsicherheit
- Gesetzliche Hürden: Datenschutz, Zertifizierung, Registrierung...

Klaus Suwelack

Member Of The German Supervisory Board

The Janssen Pharmaceutical Companies of Johnson & Johnson *Johnson & Johnson*



ABENDVERANSTALTUNG

19:00
-
22:00



ZWEITER KONFERENZTAG

Mittwoch 27. September 2023

REGISTRIERUNG MIT KAFFEE UND TEE

08:30

EGRÜSSUNG UND ERÖFFNUNG DURCH DEN VORSITZENDEN

09:10

Plattformen und Tools zur Verbesserung von Arzt-Pharma Kommunikation

HCP Interaction Management & Planning cloud platform

09:20

- GKTL (global key thought leader) Interaction Mgmt aus Sicht eines globalen Unternehmens
- Fall Beispiel: eine intern entwickelte Lösung
- Die Zukunft von GKTL Interaction Management

Dimitri Metzger
Technology Lead in Healthcare R&D
Merck Group



User und HCP-Experience verbessern

09:40

- Wie wirkt UX und HCP-Experience auf die Kundenzufriedenheit
- Fall Beispiele und Zahlen die es belegen
- Technologien für die Zukunft und die neue Generation



PANEL DISKUSSION

10:00


Wege, um Arzt- Pharma Kommunikation zu verbessern

- Innovative Plattformsätze
- Die Rolle von Weiterbildungen
- Was wollen die Ärzte der neuen Generation?

Florian Gäng
Director, CX & Service Design
Bayer



Dr. Med. Simon Kurzhals
Oberarzt, Psychiatrische Notfallversorgung und
Leitung der allgemeinspsychiatrischen Akutstation
KEM| Evang. Kliniken Essen-Mitte

 KEM | Evang. KLINIKEN ESSEN-MITTE

Dimitri Metzger
Technology Lead in Healthcare R&D
Merck Group



Experte eines Plattformanbeiters



Visit Site

Request Invite

Sponsor

ZWEITER KONFERENZTAG

Mittwoch 27. September 2023

KAFFEEPAUSE MIT NETWORKING MÖGLICHKEIT

10:30
-
11:00

Das Potenzial von Daten für die Gesundheitsbranche



KEYNOTE

Kollaborativer Datenraum für Gesundheitswesen

11:00

- Vorstellung des EHDS Projektes
- Teilnehmer und Initiativen
- Stand 2023

Maro Bader
Excellence Lead Digital Transformation
Roche



PANEL DISKUSSION

Harmonisierung des Europäischen Gesundheitsdatenraums

11:20

- EU Recht / Nationale Umsetzungen
- Digital Medical Device Harmonization
- Skalierung in Europa aus Sicht eines Pharmazeutischen Unternehmens
- Zielabgleich: was ist Forschung / was ist Versorgung / welche Rolle spielt der Patient:in?
- Rolle der industriellen Gesundheitswirtschaft im Aufbau des EHDS

Maro Bader
Excellence Lead Digital Transformation
Roche



Dr.med. Markus Mundhenke
Director Health Policy Scientific Affairs
Bayer



Mit Digitalisierung im Gesundheitswesen Arzneimittelsicherheit erhöhen

11:40

- Die elektronische Patientenakte und Informationstransparenz
- Versorgungslage durch Datenaustausch verbessern
- Innovationsprojekte und Zukunftsaussichten

Reserviert für BARMER

BARMER

MITTAGESSEN MIT NETWORKING GELEGENHEIT

12:00
-
13:20

Visit Site

Request Invite

Sponsor

ZWEITER KONFERENZTAG

Mittwoch 27. September 2023

DIGITALISIERUNG IM GESUNDHEITSWESEN

From Bedside to Bench und zurück: Wie können Digitalisierung und Arzneimittelentwicklung sich unterstützen

13:20

- Strukturierte Daten
- Verfügbarkeit von Informationen
- Translation von Wissen
- Skalierbarkeit von Ergebnissen

Dr. med. Michael von Wagner
CMIO
Universitätsklinikum Frankfurt



E-Rezept – der Game-Changer mit Stolperfallen?!

13:40

- Status Quo
- 360 Grad-Sicht: Pro und Contra
- Wer profitiert vom E-Rezept?
- Ausblick

Stefan Odenbach-Wanner
Digital Health Manager (MBA)
Medios



PANEL DISKUSSION

Digital Health – Zusammenarbeit verschiedener Sektoren zur Verbesserung der Versorgungslage und des Angebotes

14:00

- Kollaborativer Datenraum für Gesundheitswesen
- DiGAs und Innovationspotenzial für medizinische Versorgung
- Informationsaustausch zur Erhöhung des Mehrwertes für Digitale Gesundheitsanwendungen
- Chancen der Gesundheitsdatennutzung & Herausforderungen für die forschende Pharmaindustrie
- Das Potential von RWD nutzen
- EU-weite Digitalisierung-Strategie

COMMERCIAL PHARMA VS. MEDTECH STREAM

Keynote: Content Marketing – Building Up User Habits in Different Platforms to Connect your Brand Content to Customers

13:20

- Marketingautomatisierung
- Connection von Data Points across platforms
- Consumer Journey Mapping

David Winneberger
Vice President, Global Marketing Cardiovascular Care
Siemens Healthineers



Metaverse: Potenziale für den Pharmavertrieb?

13:40

- Mögliche Nutzungsmöglichkeiten für Pharma
- Die ersten Erfahrungen
- Zukunftsaussichten

Von "push zu pull": Omnichannel Engagement mit Hilfe von KI und Advanced Analytics

14:00

- Ganzheitlicher Transformationsansatz: Es geht um mehr als nur um Technologie
- Verknüpfung der Business Strategie mit KI: Roadmap Design und Use Cases
- Den Wandel begleiten: Aktivierung eines Netzwerks von Vorreitern und Change Agents
- Erkenntnisse und Ausblick

Christian Wöckel
Head of Transformation for General Medicines GSA
Sanofi



ZWEITER KONFERENZTAG

Mittwoch 27. September 2023

DIGITALISIERUNG IM GESUNDHEITSWESEN

Digital Health und Medizintechnik

14:40

- Geschäftsmodelle für Digitale Anwendungen in der Medizintechnik
- Die Rolle von KI/ML für Digitalisierung
- Use Cases

COMMERCIAL PHARMA VS. MEDTECH STREAM

Automatisierung im Vertrieb

14:20

- Automatisierung von Standardprozessen (Bonusberechnung, Zielerrechnung bei dem Außendienst und weitere)
- Automatisierung bei Salesforce
- Potenziale von KI-Tools für Automatisierung bei Vertrieb

Das Konzept der „compound innovation“ Digitalisierung in der Medizintechnik

14:40

- Verbindung von Digitalisierung und Mitarbeiter
- Technologietransfer in konservativem Umfeld
- Entwicklung einer digitalen Unternehmenskultur

Karsten Wilbur

Marketing Director Orthopaedics & Real Intelligence

Smith & Nephew

SmithNephew

VERABSCHIEDUNG AM ENDE DER KONFERENZ

15:00

15:10



CONFERENCE PACKAGES & REGISTRATION

Bitte wählen Sie Ihre Tagungspauschale:

Konferenzpakete Alle Preise zzgl. MwSt.	Buchen & zahlen bis 12. Mai 2023	Buchen & zahlen bis 16. Juli 2023	Buchen & zahlen bis 25. Sept 2023	Standard
Bronzepakete 2 tägige Konferenz	€ 1.299 Sparen Sie €1,500	€ 1,699 Sparen Sie €1,100	€ 2,599 Sparen Sie €200	€ 2,799
Silver 2 tägige Konferenz und Focustag	€ 1,699 Sparen Sie €1,500	€ 2,099 Sparen Sie €1,100	€ 2,999 Sparen Sie €200	€ 3,199
Gold 2 tägige Konferenz, Fukustag und 2 Workshops	€ 2,099 Sparen Sie €1,500	€ 2,499 Sparen Sie €1,100	€ 3,399 Sparen Sie €200	€ 3,599

Die Teilnehmergebühr beinhaltet folgende Leistungen: Zugang zu den gebuchten Tagungspauschalen, Catering während der gesamten Tagung, Tagungsdokumentation + abendliches Get-Together

Can't make it to the conference? Purchase the 2-Day Documentation for **€990,- + VAT**.
(Documentation will be sent 6 weeks after the event)

Yes, I would like to receive information about products and services via email.

I agree to IQPC Gesellschaft für Management Konferenzen GmbH payment terms.

Workshop A:

Datenstrategie in 60 Min

Workshop B:

Die Zukunft von digital Health



REGISTRATION

IQPC Gesellschaft für Management Konferenzen mbH

Rosenstraße 2, 10178 Berlin

P : +49 30 16 63 93 37 | E: robert.fuldner@iqpc.de

Congress code 27279.007

SPONSORSHIP

Are you interested in a sponsorship offer?

Please contact Kevin Beims by phone at:

P: 030 16634693 | E: kevin.beims@iqpc.de

PAYMENT TERMS

Payment is due on receipt of the invoice

CANCELLATIONS AND SUBSTITUTIONS

Delegates may be substituted at any time. IQPC Gesellschaft für Management Konferenzen mbH does not provide refunds for cancellations. If we receive written notice of cancellation more than seven (7) days prior to the conference, a credit voucher of the value paid at that date will be issued, which may be used for another conference of IQPC worldwide for up to one year from its date of issue. For cancellations received seven (7) days or less prior to an event (including day seven), no credit will be issued. In the event that IQPC GmbH cancels an event, payments received at the cancellation date will be credited towards attendance at a future IQPC GmbH conference or, in the event of a postponement by IQPC GmbH, a rescheduled date. If the delegate is unable to attend the rescheduled event, the delegate will receive a credit in lieu of payments made towards a future IQPC GmbH event, valid for one year from the date of issue. IQPC GmbH is not responsible for any loss or damage as a result of a substitution, alteration, postponement or cancellation of an event due to causes beyond its control including, without limitation, natural disasters, sabotage, accident, trade or industrial disputes or hostilities.

SPEAKER CHANGES

Occasionally it is necessary for reasons beyond our control to alter the contents and timing of the programme or the identity of the speakers.

DATA PRIVACY

Further information regarding the processing of your data can be found under the privacy policy. For any further questions, you can contact our customer service: info@iqpc.de

Please do not pass my information to any third party.

If you want to inform us about your personal data or if you prefer not to get information per Fax, Email, or phone anymore, you can contact us at verteiler@iqpc.de and we will amend your record accordingly.

Visit Site

Request Invite

Sponsor

Payment Method



Pay by BANK transfer quoting reference

27279.007:

IQPC Gesellschaft für Management Konferenzen mbH | HSBC Trinkaus & Burkhardt AG

IBAN: DE32 3003 0880 0430 0760 19 | SWIFT-BIC: TUBDDEDD

Pay by Credit Card:

please phone to process payment

The participation fee includes the following services:

Admission to the booked conference, catering during the entire conference, evening event and conference documentation.

Delegate **Mr** **Mrs.** **Prof.** **Dr.**

Surname: **First Name:**

Position: **Mail:**

Phone: **Fax:**

Company

Address:

Approving Supervisor

Vorgesetzter:

I agree to IQPC Gesellschaft für Management Konferenzen mbH payment terms.

Yes, I would like to receive information about products and services via email.

Can't make it to the conference? Purchase the 2-Day Documentation for 1299 Euro + VAT Documentation will be sent 6 weeks after the event