

## KOLUMNE

### LUST AUF MEHR RISIKO?



© Katharina Schiffl

Von Dominik Flener

Ist die Pharmaindustrie eine risikobereite Branche? Wenn es um die Bereiche Forschung & Entwicklung sowie Produktentwicklung geht, dann ist dies unbestritten der Fall. Bei Vertrieb und Marketing kann man dem nicht mehr ganz so uneingeschränkt zustimmen. Die Gründe dafür sind vielfältig und liegen vordergründig darin, dass das bestehende und bewährte Vertriebs- und Marketingkonzept immer noch erfolgreich funktioniert.

Kann daher alles so bleiben, wie es aktuell ist? In meiner letzten Kolumne in PHARMAustria habe ich bereits betont, dass wir mehr Veränderung brauchen. Diese darf aber nicht nur die technischen Möglichkeiten in den Vordergrund stellen, sondern muss sich auch auf das aufrichtige Interesse an einer persönlichen Interaktion mit Healthcare Professionals fokussieren.

Unter dieser Prämisse müssen wir im Vertrieb und Marketing wichtige Veränderung anstoßen und erkennen, dass die damit verbundenen Risiken eine wichtige Chance darstellen. Es dürfen uns nicht die lähmenden Risikoaspekte (Stichwort: Was könnte schiefgehen?) daran hindern, dass wir unsere Komfortzone verlassen und mutig neue Konzepte und Ansätze ausprobieren.

Risiko bedeutet daher nicht, sich kopflös in etwas zu stürzen, sondern die eigenen Aktivitäten auf der Basis von 5 Kriterien als „kalkuliertes Risiko“ bzw. „smartes Risiko“ zu planen und umzusetzen:

1. **Etwas finden, für das es sich zu kämpfen lohnt:** Nur, wenn wir für eine Sache wirklich brennen, werden wir bereit sein, ein Risiko einzugehen.
2. **Die Zukunft schon jetzt sehen:** Wir müssen nach vorne blicken und uns vor Augen führen, was das Ergebnis unseres Risikos sein wird. Damit können wir Hürden vorhersehen und auch besser umschiffen.
3. **Schnell handeln, schnell lernen:** Es ist besser, wenn wir kleine Schritte setzen und rasch daraus lernen, als lange Zeit den einen großen Schritt zu planen.
4. **Kommunizieren, kommunizieren, kommunizieren:** Wir brauchen die wichtigsten Stakeholder an Bord, wenn wir ein Risiko eingehen. Daher gilt es, intensiv zu kommunizieren.
5. **Eine „Smart Risk“-Kultur entwickeln:** Niemand wird ein Risiko eingehen, wenn es keine gute Fehler- und Risikokultur im Team bzw. Unternehmen gibt. Diese gilt es zu schaffen.

Die Umsetzung dieser fünf Punkte erfordert grundlegende Entscheidungen des Managements und gleichzeitig den individuellen Beitrag jedes einzelnen Teammitglieds. Jede:r Einzelne muss die Verantwortung für die eigenen Ideen und Initiativen übernehmen können. Ganz gleich, ob es sich um den Vorschlag einer neuen Marketingkampagne oder die Erprobung einer neuen Vertriebsstrategie handelt.

Wir dürfen gerade einen Kunden in diesem Prozess begleiten und ich freue mich schon auf die Ergebnisse in den kommenden Monaten.

#### Über den Autor:

Dominik Flener ist Geschäftsführer der HealthCareConsulting Group und Host des Podcasts „Healthcare Changers“ auf Apple Podcast und Spotify.