

interpharma**ph**

# Politikjournalisten Impfungen erklären

Den Beitrag der pharmazeutischen Industrie im Kampf gegen COVID-19 kommunikativ vermitteln

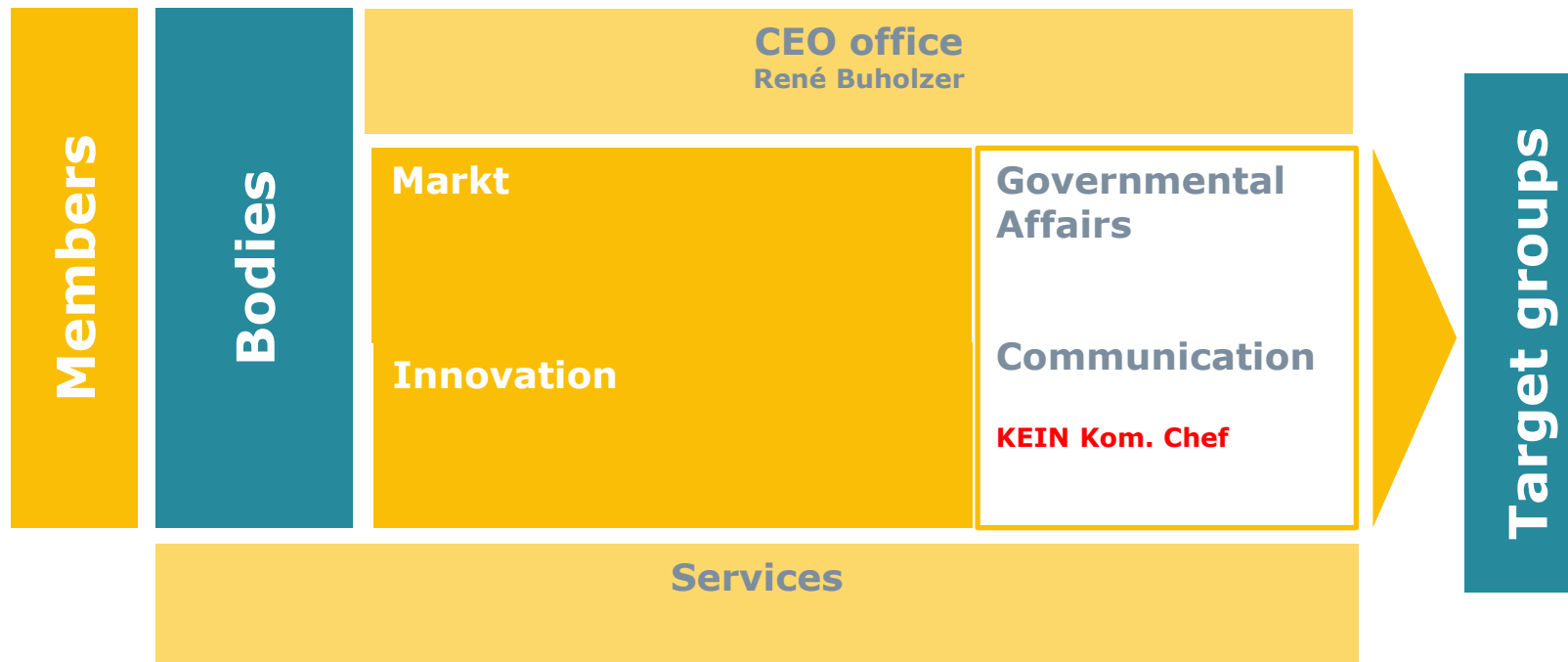
# Wer sitzt da dem Bundesrat gegenüber?



# Grundthesen

1. Grosse Informationsbedürfnis Seitens Bevölkerung // Redaktionen auf verschiedenen Ebenen überfordert  
=> **Neue Möglichkeiten** der Informationsvermittlung (technisch, aber auch zugangsmässig)
2. Wenig eigene Informationen / Unklare Informationen zu den einzelnen Firmen  
=> **Informationsaustausch** zwischen Verband und Firmen entscheidend
3. Vielzahl und Komplexität der Sub-Themen gross und überfordern teilweise die Experten  
=> **Aufgabenteilung** zwischen internationalen Dachverbänden und Landesverband ist zentral
4. Aufgabe des Verbandes auf verschiedener Ebene anfänglich nicht klar  
=> Seriöser und unabhängiger **Informationsvermittler** als neue Rolle
5. Verlauf und Stand der Forschung ist unklar – aber es besteht grosser Erwartungsdruck  
=> Wenig kontrollierbare Situation, **Erwartungsmanagement** wichtig
6. Vertrauen in die Pharmabranche auf Rekordhoch – aber das «Absturzrisiko» steigt ebenfalls  
=> Reputationsmonitoring und langfristiges **Reputationsmanagement** werden wichtiger
7. Alle Nicht-COVID Themen auf der Agenda sind in den Hintergrund gedrängt  
=> Systematische **Themenkoppelung** notwendig

# Ausgangslage Interpharma



# Bis jetzt: Phasen der COVID-Kommunikation



# Phase 1: Akute Krisensituation

## Themen in der Öffentlichkeit

- Diagnostik im Zentrum (Teststrategie)
- Mangel an Desinfektionsmittel und Masken
- Mangel an Arzneimittel (Rationierungen)
- Lockdown
- Grenzschiessungen
- Erste Schwächen im Bereich Digitalisierung werden erkennbar

## Mitglieder

- Grenzschiessungen haben auf die Arbeitskräfte Auswirkungen
- Gestiegene Nachfrage an Medikamenten (teilweise bis April die gesamte Jahresnachfrage)
- Start der Impfstoffforschung (normalerweise ca. 7-10 Jahre; 3 Phasen an Studien)

## Interpharma

- Mitarbeit im erweiterten Krisenstab BR
- Etablierung Informationsaustausch intern
- **Fokus: Bedürfnisse der Mitglieder**

# Phase 2: Aktive Aufbereitung

## Themen in der Öffentlichkeit

- Versorgungssicherheit: Pharmaland Schweiz
- Warten auf den Impfstoff
- Gewisse Normalisierung der Lage (Abstimmungen)
- Lieferkettendiskussion

## Mitgliedersituation

- Impfstoffhersteller: Klinische Studien
- Vorverträge werden verhandelt
- Suche nach Therapien stockt

## Interpharma

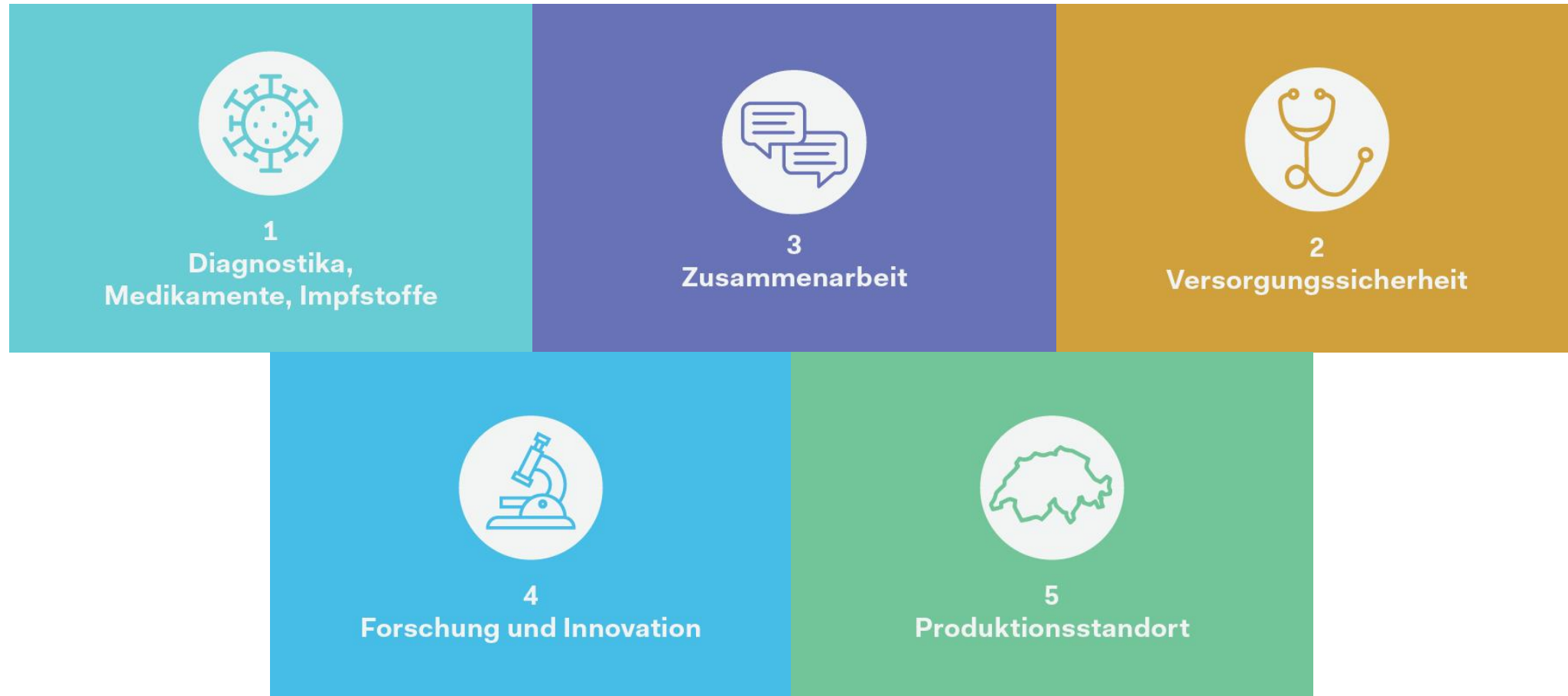
- Vermittlung von Kontakten
- Erwartungsmanagement
- **Fokus: Erarbeitung eines Diskussionsbeitrages bezüglich des Engagement der Industrien**

# Unser Engagement in der besonderen Lage

- Trotz der aussergewöhnlichen und herausfordernden Umstände der Pandemie war die Versorgung der Schweizer Bevölkerung mit patentgeschützten Medikamenten gewährleistet.
- Die forschende pharmazeutische Industrie hat bewiesen, dass sie auch in Krisenzeiten hochkomplexe globale Lieferketten aufrechterhalten und eine extrem stark gestiegene Nachfrage nach Diagnostika und Medikamenten decken kann.
- Die Krise hat gezeigt, wie wertvoll ein innovationsstarker Forschungs- und Produktionsstandort ist. An diesen Stärken gilt es weiterzuarbeiten, wenn die Schweiz ein führender internationaler Pharmastandort bleiben soll.
- Unsere fünf Thesen, welche ihren Ursprung in der Pharmastrategie haben, verstehen wir als zentrale Bausteine für ein nachhaltiges und innovationsfreundliches Gesundheitssystem.



# Unser Engagement in der besonderen Lage



# Phase 3: Informationsanbieter

## Themen in der Öffentlichkeit

- 2. Welle
- Impfstoffe:
  - Zeitpunkt
  - Menge
  - Funktionsweise
  - Mangel
  - Beschaffungsstrategie
  - IP-Schutz
- Impffaktion Schweiz
- Impfgerechtigkeit
- Beitrag Pharmaland Schweiz

## Mitglieder

- Hersteller von Impfstoffen im Fokus
- Schweizer Pharmaindustrie wird in Frage gestellt
- Angriffe: Narrativ der Profiteure; Big Pharma

## Interpharma

- Sammeln von Informationen: bei Mitgliedern und International
- Zusammenarbeit mit Mitgliedern in Medienbelangen (Vermittlung, Koordination, Sprachelemente)
- **Fokus:**  
**Informationsvermittlung** -  
>50 Hintergrundgespräche;  
2 Background-Rountables;  
Aktive Kommunikation zum Beitrag der einzelnen Mitgliedern (Webseite, SoMe);  
Aktives Auftreten in den Medien;  
Auf Politik zu gehen (z.b. WBK Hearing; Parteiengespräche)

# Und was ist mit dem Daily Business?

## Themen des Verbandes

- Kein Raum in der öffentlichen Diskussion
- Politische Geschäfte laufen jedoch weiter (z.B. Parallelimporte, Kostendämpfungspakete, Tier- und Menschenversuchsverbotsinitiative)
- Keine Anlässe mehr möglich
- Keine Treffen mehr möglich

## Interpharma

- Wechsel auf digitale Formate (z.B. PKs)
- Systematisches Stakeholdermanagement (z.B. regelmässige Calls mit Journalisten)
- Kopplung der Themen und Verbindungsbrücken schaffen (z.B. Tierversuche und Impfungen)

# Learnings für die Kommunikation

**Teil der Lösung und nicht des Problems sein**

- 1. Möglichkeiten ausnutzen**
- 2. Ständiges Erwartungsmanagement betreiben**
- 3. Als Informationsvermittler auftreten**
- 4. Informationsaustausch im Verband sicherstellen**
- 5. Aufgaben und Rollen auf die verschiedenen Ebenen verteilen**
- 6. Aktives und langfristiges Reputationsmanagement vorantreiben**
- 7. Systematische Themenkoppelung**





Vielen Dank!