10 Fragen, die Ihr Advisory Board besser machen

Leitfaden für Medical Directors, Medical Advisors, MSLs und KOL-Verantwortliche in Pharma- und Medizintechnik-Firmen

Welche Punkte sollte man beachten, um ein Advisory Board erfolgreich zu planen, zu moderieren und nachzubereiten?

1. Wie wähle ich die richtigen Experten für ein Advisory Board aus?

Manche Firmen unterscheiden zwischen „Commercial Advisory Board“ (für Kommunikation, Positionierung, Botschaften) und “Scientific Advisory Board” (für Studiendaten, Evidenzlücken, Leitlinien).

Nicht jeder bekannte Key Opinion Leader ist automatisch der richtige Teilnehmer.

Definiere zuerst die Fragen, die beantwortet werden sollen. Wähle anschließend Experten nach ihrer fachlichen Kompetenz, klinischen Erfahrung und Expertise aus.

Tipp: Frage nicht nur „Wen kennen wir bereits?“, sondern „Welche Expertise fehlt uns noch?“

2. Wie viele Experten sollte ein Advisory Board haben?

Weniger ist oft mehr.

Vier bis acht externe Experten sind meist eine sinnvolle Gruppengröße.

Entscheidend ist, dass jeder ausreichend Gelegenheit erhält, seine Einschätzung einzubringen.

Vermeiden Sie übermäßig viele interne Beobachter.

Tipp: Lieber sechs Experten, die intensiv diskutieren, als fünfzehn Teilnehmer, von denen die Hälfte schweigt und das Honorar einstreicht.

3. Wie fördere ich einen offenen und kritischen Austausch?

Ein Advisory Board ist keine Verkaufsveranstaltung. Es sollte nicht nur bestätigen, was das Unternehmen ohnehin glaubt.

Fordere deshalb ausdrücklich kritische Meinungen ein. Vermeide suggestive Fragen und ermögliche unterschiedliche wissenschaftliche Perspektiven.

Tipp: Stelle die Frage: Was sollten wir zukünftig anders machen?

4. Wie bereite ich ein Advisory Board optimal vor?

Eine gute Vorbereitung entscheidet über den Nutzen des gesamten Meetings.

Formuliere drei bis fünf zentrale Fragen, die du im Vorfeld verschickst – zusammen mit deiner Bestätigungs- und Erinnerungs-Email.

Erstelle eine realistische Agenda.

Kläre Verantwortlichkeiten und sorge für eine professionelle Moderation – entweder durch einen internen Moderator oder einen „Scientific Chairman“.

Tipp: Frage die Vertriebs- und Marketings-Teams im Vorfeld, welche Erkenntnisse ihnen weiterhelfen würden.

5. Welche Fragen führen zu wirklich neuen Erkenntnissen?

Vermeide Fragen, die lediglich Zustimmung erzeugen. Frage bewusst nach Schwachstellen.

So erhältst du differenziertere Einschätzungen und erkennst möglicherweise bisher übersehene Chancen, Vorteile und Nachteile. Gerade kritische Antworten sind besonders wertvoll.

Tipp: Stelle Fragen wie:

„Wenn Sie die Daten sehen und die Botschaften hören, welche offenen Fragen ergeben sich?“

„Welche Aussagen und Informationsmaterialien würden Ihren Kollegen helfen, den Stellenwert verschiedener Therapie-Optionen besser zu bewerten?“

6. Wer sollte die Zusammenarbeit mit den Experten koordinieren?

Jeder Experte sollte wissen, wer sein zentraler Ansprechpartner ist.

Definiere die Zuständigkeiten von Medical Affairs, MSLs und weiteren Beteiligten. Sorge für eine korrekte interne Weitergabe relevanter Informationen.

Tipp: Vermeide unkoordinierte Kontakte aus verschiedenen Unternehmensabteilungen.

7. Welche rechtlichen und Compliance-Anforderungen sind zu beachten?

Wichtig sind klare Verträge, definierte Leistungen, angemessene Honorare, Datenschutz, Transparenz und der Umgang mit Interessenkonflikten. Ein zeitlich begrenztes Advisory Board mit einem klaren Auftrag ist sinnvoller als ein dauerhaftes Gremium.

Tipp: Binde Medical, Legal und Compliance-Abteilung frühzeitig ein.

8. Wie sollten externe Experten honoriert werden?

Honorare müssen angemessen sein und den Umfang der Tätigkeit sowie notwendige Vorbereitungszeiten berücksichtigen.

Vergüte nur Leistungen, die erbracht wurden.

Hinweis zu den Kosten: Je nach Branche, KOL-Wahl, Honorarhöhe, Hotel und Reisetätigkeit ist mit einer Größenordnung von 10.000 bis 30.000 Euro zu rechnen.

9. Wie werden aus guten Diskussionen konkrete Ergebnisse?

Ein interessantes Gespräch allein reicht nicht.

Halte die wesentlichen Erkenntnisse und offene Fragen fest.

Tipp: Vereinbare bereits vor dem Meeting, wer die Ergebnisse dokumentiert und kommuniziert.

10. Wie gelingt ein wirksames Follow-up nach dem Advisory Board?

Die Zusammenarbeit sollte nicht mit dem letzten Vortrag enden. Informiere die Experten darüber, wie es weitergeht („Ausblick“).

Bedanke dich persönlich und per Email. Bereite für die Nachfass-Kontakte Termine und kurze Textvorlagen vor. So wird das Follow-up nicht dem Zufall überlassen.

Erstelle eine ein-bis zweiseitige Zusammenfassung, die vom wissenschaftlichen Chairman und dem internen Medical Director freigegeben wurde.

Pflege die Zusammenarbeit auch nach dem Meeting und mache darüber Notizen im internen CRM.

Tipp: Stelle auch eine externe Kontaktanfrage via Linkedin.

Fazit:

Ein erfolgreiches Advisory Board zeichnet sich **nicht** durch prominente Namen, aufwendige Präsentationen oder ein attraktives Veranstaltungsprogramm aus.

Entscheidend sind:

- Die richtigen Fragestellungen
- die Wahl passender Experten
- Eine offene, kritische Diskussion
- Professionelle Moderation
- Konsequente Nachbereitung

Anhang

Kontaktplan: Externe Touchpoints: Zeitlicher Ablauf

Ein Advisory Board sollte kein einmaliges Ereignis bleiben, sondern ein Kooperationsform sein, um den Kontakt mit KOLs zu pflegen.

Zeitpunkt	Maßnahme
Vor dem Meeting	1. Persönliche Bestätigung per E-Mail
Kurz vorher	2. Erinnerungs-E-Mail mit Agenda
Direkt danach	3. Dankes-E-Mail, LinkedIn-Kontaktanfrage
Innerhalb 1 Woche	4. Gespräch und freigegebene Zusammenfassung
Einige Wochen später	5. E-Mail mit Fortschritten und langfristiger Perspektive

Weitere Tipps

www.key-opinion-leader.de

Gespräch: Kontakt via www.umbachpartner.com