

Die nächste Generation ist kein Zielgruppenproblem

Dass der medizinische Nachwuchs rasant wächst, ist in der pharmazeutischen Branche längst angekommen. Woran es fehlt, ist eine Logik, nach der sich diese Gruppe ansprechen lässt. Ein Vorschlag: nicht nach Alter, sondern nach Karrierephase.

MEDCH ist eine österreichische Lernplattform für Arzneimittelwissen, auf der Ärzt:innen, Pharmazeut:innen und Pflegefachkräfte DFP-, AFP- und PFP-Fortbildungspunkte erwerben. Datenquellen: Statistik Austria, STATreport „Gesundheit 2024“ auf Basis der ÖÄK-Standesmeldungen; MEDCH-Nutzerbefragung 2025



Ein bekanntes Problem ohne Antwort

Es gibt nur wenige Entwicklungen im österreichischen Gesundheitsmarkt, die so gut dokumentiert sind und so folgenlos bleiben wie der Generationenwechsel in der Ärzteschaft. Seit 2014 ist die Zahl der Ärzt:innen in Ausbildung um mehr als die Hälfte gestiegen, jene der Allgemeinmediziner:innen ist zurückgegangen. Kein Unternehmen bestreitet, dass sich damit die eigene Zielgruppe grundlegend verschiebt. Und doch ähneln einander die Konzepte, die daraus entstehen, bemerkenswert. Eine Young-HCP-Initiative, ein zusätzlicher digitaler Kanal, ein jüngeres Bildkonzept. Das adressiert ein Alter. Nicht eine Situation.

Warum das Alter nicht trägt

Zwei Ärztinnen, beide einunddreißig. Die eine ist über Umwege in die Allgemeinmedizin gekommen und rotiert in ihrer Grundausbildung alle paar Monate durch eine neue Ab-

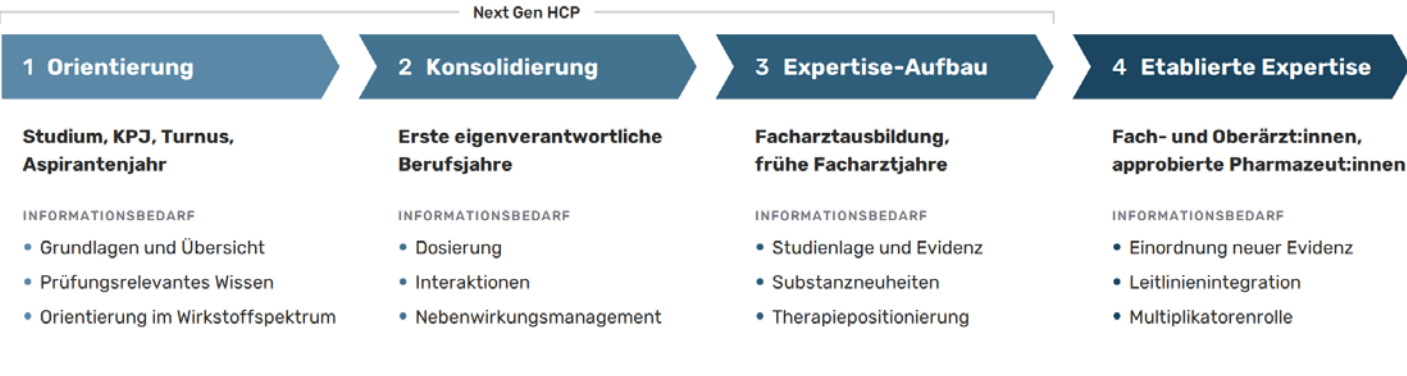
teilung, die andere steht im dritten Jahr ihrer onkologischen Facharztausbildung. Jede alterszentrierte Segmentierung wirft beide in dieselbe Kohorte, obwohl ihr Informationsbedarf kaum Überschneidungen aufweist. Die eine braucht Orientierung über ein breites Spektrum, die andere Tiefe in einem engen Feld. Das Geburtsjahr beschreibt Demografie, nicht die klinische Situation.

Ein anderes Ordnungsprinzip

Der Medical Career Cycle sortiert deshalb nicht nach Jahrgang, sondern nach der Position im fachlichen Entwicklungsverlauf. Vier Phasen mit jeweils charakteristischem Bedarf, die nicht mit dem Lebensalter zusammenfallen. Zwei davon sind für die Industrie besonders relevant: In der Orientierungsphase entstehen Nachschlagegewohnheiten, die Jahrzehnte tragen. In der Phase des Expertiseaufbaus bilden sich Verordnungspräferenzen, die später nur noch schwer verändert werden.

Der Medical Career Cycle

Informationsbedarf nach Karrierephase statt nach Lebensalter



Die vierte Phase prägt als Multiplikator:in die erste – der Zyklus schließt sich.

Modell: MEDCH, Stand September 2026.

Abb.: Die 4 Phasen des Medical Career Cycle und ihr jeweiliger Informationsbedarf

Entgeltliche Einschaltung

Warum das bisher kaum umsetzbar war

Eine phasenbezogene Ansprache setzt voraus, dass man weiß, wo eine Person gerade steht. Eine Fachzeitschrift kennt ihre Leserschaft nicht in dieser Tiefe, ein Außendienstbesuch erfasst es bestenfalls anekdotisch, eine Massenaussendung gar nicht. Diese Information entsteht nur dort, wo sich Gesundheitsfachkräfte registrieren und die Plattform regelmäßig nutzen. Auf MEDCH trainieren Ärzt:innen, Pharmazeut:innen und Pflegefachkräfte Arzneimittelwissen und erwerben dabei DFP-, AFP- und PFP-Punkte. Das Durchschnittsalter liegt bei 34 Jahren, rund 60 % der Nutzer:innen sind unter 40.

Entscheidend ist dabei nicht das Alter, sondern die Auswahl. Nutzer:innen suchen sich heraus, was sie gerade brauchen. Wer die Basiswirkstoffe trainiert, steht erkennbar an einer anderen Stelle im Entwicklungsverlauf als jemand, der sich eine neue Substanz in einem engen Fachgebiet erarbeitet. Das Trainingsverhalten macht die Phase sichtbar, ohne dass sie abgefragt werden muss. Genau diese Voraussetzung hat phasenbezogener Kommunikation bisher gefehlt. Jene Generation, über deren Erreichbarkeit die Branche derzeit diskutiert, ist hier bereits registriert und aktiv. Der Unterschied liegt damit nicht in der Reichweite, sondern im Zugang zu dieser Information.

Was daraus folgt

Der praktische Ertrag lässt sich an einem Beispiel zeigen. Eine neue Substanz in einer chronischen Indikation: In der Orientierungsphase zählt der Wirkmechanismus, in der Konsolidierung zählen Dosierung und Nebenwirkungsmanagement, im Expertiseaufbau die Zulassungsstudien und die Positionierung gegenüber dem bisherigen Standard, in der etablierten Expertise die Leitlinienintegration und die Anwendung im Einzelfall. Das sind nicht vier Kampagnen, sondern ein Inhaltsbestand mit vier Zugängen. Der Aufwand liegt in der Zuordnung, und die ist automatisierbar, sobald die Phase bekannt ist. Zwei Rahmenbedingungen gibt die Zielgruppe selbst vor: Akkreditierung als Format und eine strikte Trennung von Wissensvermittlung und Produktwerbung.



Univ.-Prof. Dr. Wolfgang Hilbe ist medizinischer Leiter von MEDCH.



Gerhard Feilmayr ist Geschäftsführer und Commercial Director der MEDCH GmbH und Ansprechpartner für Kooperationen mit der pharmazeutischen Industrie. E: gerhard.feilmayr@medch.at, T: +43-664-3303073, W: medch.at

Wer zuerst da ist, prägt die Gewohnheit

Für Unternehmen, die ihre Kommunikation an dieser Logik ausrichten wollen, ist MEDCH der naheliegende Partner. Die Plattform erkennt die Karrierephase ihrer Nutzer:innen am Trainingsverhalten, liefert akkreditierte Formate in der Länge, die im klinischen Alltag tatsächlich konsumiert wird, und trennt Wissensvermittlung strukturell von Produktkommunikation. Inhalte lassen sich damit phasengenau ausspielen, statt eine ganze Altersgruppe pauschal zu bespielen. Der Zeitpunkt ist dabei nicht beliebig. In der Orientierungs- und der Konsolidierungsphase entstehen Nachschlagegewohnheiten, in der Phase des Expertiseaufbaus Verordnungspräferenzen. Beides lässt sich später kaum noch korrigieren. Wer diese Generation erst erreicht, wenn sie etabliert ist, konkurriert gegen Routinen, die andere geprägt haben. Ob sich die Karrierephase als Ordnungsprinzip durchsetzt, entscheidet am Ende nicht die Plattform, die sie vorschlägt, sondern die Praxis. Ein Modell, das die Kommunikation einer ganzen Branche mit ihrer nächsten Generation ordnen soll, entsteht nicht am Schreibtisch eines einzelnen Anbieters, sondern mit jenen, die damit arbeiten werden.

