



# Digit Pharma

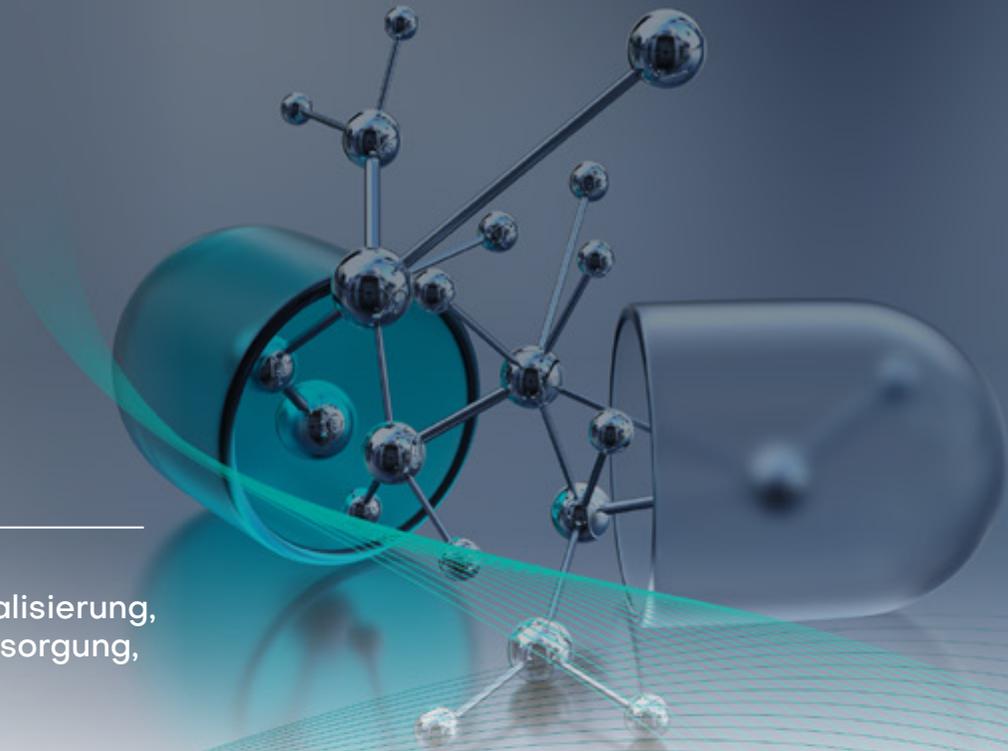
## Commercial Excellence & eHealth 2024

### FOKUSTAG GENERATIVE AI

10.-12. September 2024 | Düsseldorf, Germany

#### Pharma Sales & Marketing im digitalen Zeitalter:

Skalierung Omni Channel, Datenbasierte Orchestrierung und Personalisierung, GenAI-Revolution & eHealth-Updates, Innovationen bei Patientenversorgung, Gesundheits-Daten, DiGAs



**DIERK BARTEL**  
Head of Comex  
DACH,  
Grünenthal  
Pharma



**DR. KATI WEGNER**  
Director Omnichannel  
Excellence,  
Pfizer



**DIMITRI  
METZGER**  
Technology Lead  
in Healthcare R&D,  
Merck



**FLORIAN GÄNG**  
Director, CX &  
Service Design,  
Bayer



**SILVIA BELLMANN**  
Bereichsleitung  
Arzneimittelversorgung,  
AOK Bayern



**MORGWN SHAW**  
Associate Director,  
Omnichannel  
Experience,  
Strategy, Planning &  
Production,  
Bristol-Myers  
Squibb



**DR. MED. MICHAEL  
VON WAGNER**  
CMIO,  
Universitätsklinikum  
Frankfurt

SPONSORS:



Organised by:



# COMMERCIAL PHARMA



## COMMERCIAL EXCELLENCE, MARKETING & VERTRIEB:

Sales Effectiveness mit next best action und Echtzeit-Support bei Face2Face Gesprächen – Hyper personalized Marketing und Sales – Personalisierte Marketing Content Kreation mit GenAI und Daten für höchst personalisierten Output



## SCALING OMNI CHANNEL:

Datenbasierte Orchestrierung und Personalisierung des Omni Channels: Kontinuierliche und nachhaltige Integration sowie Skalierung auf allen Ebenen, Sales Effectiveness, Personalisierte Ansprache, Content Strategien, Video, Content, KI, Customer Journeys, Neue Technologische Ansätze



## MARKTZUGANG:

Real World Data & Real World Evidence, Insights für Patientenergebnisse



## NEUE DIGITALE KANÄLE UND PLATTFORMEN:

Technologien zur Automatisierung und Effizienzsteigerung (Generative AI, Next Best Action u.a.)



## DATEN & DATENGESTEUERTE HERANGEHENSWEISEN:

Analytics Dashboards, Datengesteuerte Entscheidungen bei der Ansprache und Content-Strategie, Nutzung von synthetischen Daten. Innovative Ansätze zur Zusammenstellung vielfältiger und repräsentativer Datensätze.



## MINDSET UND CHANGE:

Motivation für digitales und Datengesteuertes Denken beim Außendienst, Data & AI Literacy



## KOMMUNIKATION MIT HCP VERBESSERN:

CX Transformation, Bedürfnisse der Ärzte verstehen, Synergien mit Medical Affairs, neue Kommunikations-Tools



## MEDIZINTECHNIK MARKETING & SALES:

Was kann die Pharmaindustrie von Medtech lernen?



## GENERATIVE AI:

Einblicke in Commercial Excellence Business Cases mit Generative AI zur Steigerung der Produktivität und Kostenreduktion; Bildung von Generative AI Strategien & Modellen, Change-Management – Zusammenarbeit AI – Bot – Mensch; Reskilling und Upskilling



## GOODBYE WRITING - HELLO PROMPTING:

Kunst des Prompt-Engineerings lernen um passende und besser Ergebnisse mit Gen AI zu erzielen. Wie kann man ChatGPT und andere große Sprachmodelle verwenden, um zuverlässige Systeme aufzubauen?

# eHealth



## eHealth Daten:

Gesundheitsdatennutzungsgesetz (GDNG) und dessen Auswirkungen für Pharma und Patientenversorgung (F&E, Arzneimittelsicherheit). Harmonisierung auf EU-Ebene (European Health Data Space)



## ePA, eRezept und Digitalisierung der Gesundheitssysteme:

Neue Möglichkeiten bei Patientenversorgung und Arzt-Patientenkommunikation, digitalisierung bei Krankenkassen



## Digitalisierung bei Krankenhäusern:

Digital Twin, Digitalisierung in der Krankenhauspharmazie (eRezept, eBMP), Cybersecurity



## DiGA:

Updates des DiGA Gesetzes, Preisgestaltung und Verhandlungen, Startups und Partnerschaften mit Pharma, Updates der Behörden (BfArM, BMG), Marktzugang und Evidenz, Nutzung von KI, Potenzial des GDNG für DiGAs.



## Innovationen bei Digital Health:

Digital Twins, Chatbots, virtuelle Assistenten, Generative AI, digitale Praxen, innovative Patientenversorgung und -Kommunikation.

## SPRECHER\*INNEN 2024

### KONFERENZVORSITZENDE:



**DR. KATI WEGNER**  
Director Omnichannel  
Excellence  
Pfizer

### VORSITZENDER FOKUSTAG:



**DIMITRI METZGER**  
Technology Lead in  
Healthcare R&D  
Merck Group



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



**JAN TÖNNISSEN**  
Head of Digital  
Technologies  
Bayer



**SYBILLE PETERSOHN**  
General Manager Germany  
Austria Switzerland  
Orphalan



**THORSTEN MINTEL**  
Director Strategic  
Innovation  
Pfizer



**BRIGITTE ULRICH**  
Senior Manager  
Omnichannel  
Pfizer



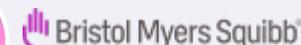
**DIERK BARTEL**  
Head of Comex DACH  
Grünenthal Pharma



**FLORIAN GÄNG**  
Director, CX & Service Design  
Bayer



**BARBARA WEINGÄRTNER**  
Senior Sales Operations  
Manager Cardiovascular  
Bristol-Myers Squibb



**MORGWN SHAW**  
Associate Director, Omnichannel  
Experience, Strategy, Planning &  
Production  
Bristol-Myers Squibb



**MARTIN HIRSCHAUER**  
Head of Digital, Customer  
Engagement & Analytics  
Gilead



**KARSTEN WILBUR**  
Marketing Director  
Smith+Nephew



**DR. MED. MICHAEL VON  
WAGNER**  
CMIO  
Universitätsklinikum Frankfurt



**SILVIA BELLMANN**  
Bereichsleitung  
Arzneimittelversorgung  
AOK Bayern



**MARKUS MUNDHENKE**  
Director Health Policy  
Scientific Affairs  
Bayer

## SPRECHER\*INNEN 2024



**FLYING  
HEALTH**

**ANN-KATHRIN WEIGAND**  
Senior Consultant  
Flying Health



**Selfapy**

**TOBIAS BACHMANN**  
Head of Market Access  
Selfapy



**teva**

**THORBEN SCHULTZ**  
Director Customer  
Excellence – Head of  
Marketing Neurologen  
Teva Pharmaceuticals



**KATHRIN PFEIFFER**  
Head of Market Access  
Sympatient



**INGO WOLF**  
BU Head Rare Diseases  
Germany  
Takeda



**NADINE KNÖTHIG**  
Health Solution Partner  
Pfizer



**PROF. DR. MED. FELIX NENSA**  
Leitender Oberarzt für  
thorakale Bildgebung und  
Digitalisierung  
Universitätsklinikum Essen



**abbvie**

**JULIA STRAJAN**  
BTS Director, Region South  
AbbVie



**Johnson  
& Johnson**

**CARL MACHADO**  
Director Strategic Account  
Management  
Johnson & Johnson  
Medtech



**Lilly**

**ANDREAS DACH**  
Next Best Engagement  
Leader Germany  
Lilly Deutschland



**abbvie**

**MAURICE SAES**  
Director Commercial  
Business Technology  
Solutions Germany  
AbbVie



**AstraZeneca**

**MAXIMILIAN FÖRTHMANN**  
Associate Director  
Healthcare Solutions  
AstraZeneca



**sanofi**

**NELI BOTZ**  
Topic Lead Digital  
Transformation & Customer  
Journey Mngmnt Onkologie  
Sanofi



**JAN BEGER**  
Head of AI Advocacy  
GE HealthCare



**TOBIAS GANTNER**  
Founder and CEO  
HealthCare Futurists



**Oberberg  
Gruppe**

**DR. MED. SHERI  
LANGEMAK**  
Head of Patient Journey  
Oberberg Kliniken

## SPRECHER\*INNEN 2024



**PROF. DR. ULRICH  
SPRICK**  
Chefarzt  
St. Augustinus Kliniken



**ANDRÉ SCHARF**  
Data & Analytics Business  
Relationship Director, EU  
Viiv Healthcare



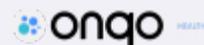
**PROF. DR. STEFAN  
HEINEMANN**  
Professor of Business Ethics  
FOM Hochschule



**STEFAN WECHSLER**  
Head of Field Force  
Excellence  
Biogen



**MICHAEL MÜLLER-  
PELTZER**  
Director HCP Sales &  
Partnerships  
Kranus Health



**PD DR. THOMAS ELTER**  
Founder & Chief Medical  
Officer  
Onqo Health



**DR. URSULA MARSCHALL**  
Abteilungsleitung Medizin  
und Versorgungsforschung  
BARMER



**MARTIN GÖHL**  
Lead  
Versorgungsmanagement  
MSD



**DR. MED. NORMAN  
HECKER**  
Chefarzt  
Evangelisches Klinikum  
Gelsenkirchen

# GENERATIVE AI BEI COMMERCIAL PHARMA UND eHEALTH

## FOKUSTAG, 10.09.2024

10:00 **Registrierung zum Fokustag**

10:40 **Eröffnung des Fokustages durch den Vorsitzenden**

**Dimitri Metzger**

Technology Lead in Healthcare R&D, Merck Group



### GENERATIVE AI-ANWENDUNGEN BEI COMMERCIAL PHARMA

10:50

**Keynote:**

#### **Gen A.I. goes commercial Pharma - Hype, Reality, and Agile Adaptation**

- Einführung in GRT und Driver Gen A.I.
- Boiling the Ocean
- Scoping, Pilot
- Ergebnisse und Erkenntnisse

**Dierk Bartel**

Head of Commercial Excellence DACH, Grünenthal



11:10

#### **Kreative Maschinen: Marketing und generative AI**

- Kreative Content-Generierung wie wird KI im Marketing eingesetzt?
- Wie beeinflusst KI im Marketing die Gesellschaft und die Arbeitswelt?
- Wie kann Transparenz und Erklärbarkeit sichergestellt werden?

*Reserviert für einen unserer Partner*

11:30

**Panel Discussion:**

#### **Das Potenzial des Gen AI für Commercial Pharma**

- Welche Anwendungen sind möglich bei Commercial Pharma? Beispiele von Pilotprojekten
- Welche Hürden müssen beseitigt werden? Erwartungsmanagement bei C-Level, durch schlechte Einschätzung von Use Cases vermeiden
- Grundlagen der Daten, was ist notwendig für eine erfolgreiche Implementierung des Gen AI?
- Upskilling, Mindset und Change Management

Panelisten:

**Dierk Bartel**

Head of Commercial Excellence DACH, Grünenthal

**Jan Tönnissen**

Head of Digital Technologies, Bayer

Moderation:

**Dimitri Metzger**

Technology Lead in Healthcare R&D, Merck Group



# GENERATIVE AI BEI COMMERCIAL PHARMA UND EHEALTH

## FOKUSTAG, 10.09.2024

- 12:00 **Generative AI für Social Media Mining**
- Analyse von Trends auf diversen Social-Media-Kanälen mit Gen AI
  - Effizienzsteigerung und Nutzen für Marketing
  - Erste Ergebnisse

12:20 **Roundtables**

<b>ROUNDTABLE A: AI LITERACY IM AUßENDIENST: KOMPETENZEN UND HERAUSFORDERUNGEN</b>	<b>ROUNDTABLE B: GENERATIVE AI FÜR CONTENT GENERIERUNG FÜR MARKETING</b>	<b>ROUNDTABLE C: RECHTLICHE UND COMPLIANCE ASPEKTE DER GENERATIVEN KI</b>	<b>ROUNDTABLE D: GEN AI FÜR MARKTZUGANGS-, PREIS- UND ERSTATTUNGSSTRATEGIEN</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Warum ist AI Literacy wichtig für Außendienstmitarbeiter?</li> <li>• Aufbau von Vertrauen in KI-Systeme</li> <li>• Wie gehen wir mit Bedenken und Ängsten der Mitarbeiter um?</li> <li>• Welche Auswirkungen hat der Einsatz von KI auf die traditionellen Arbeitsabläufe im Außendienst?</li> </ul> <p><b>Barbara Weingärtner</b> Senior Sales Operations Manager Cardiovascular, Bristol-Myers Squibb</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Qualitative und Marketing-effektive Artikel schreiben</li> <li>• Prompt Engineering beherrschen</li> <li>• Psychologische Prinzipien anwenden</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• AI Act und dessen Folgen für Commercial Pharma</li> <li>• Datenschutz und Datensicherheit</li> <li>• Wie mit medizinischen Informationen umgehen</li> <li>• Haftungsfragen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analysieren von Gesundheitsrichtlinien, Kostenträgerdaten und Patientendemografien</li> <li>• Erkenntnisse als Grundlage für Marktzugangsstrategien für neue Medikamente.</li> <li>• Preisstrategien und potenzielle Auswirkungen auf Marktzugang und Erstattung analysieren</li> <li>• Produktwertversprechen speziell für verschiedene Regionen und Gesundheitssysteme zu optimieren</li> </ul>

12:50 **Mittagessen**

### GENERATIVE AI BEI DIGITAL HEALTH

- 13:50 **Einsatz von KI in der Medizin und der Digitalisierung im Krankenhaus**
- Wie KI die Ärzten hilft
  - Wie Sie die KI-Applikationen auswählen, die für Sie geeignet sind
  - Wie erhält man gute, strukturierte Daten
  - Einführung von Datenplattformen und LLM zur besseren Analyse der Bilder und zur Erleichterung der Diagnose von Patienten

**Prof. Dr. med. Felix Nensa**  
Leitender Oberarzt für thorakale Bildgebung und Digitalisierung, Universitätsklinikum Essen

# GENERATIVE AI BEI COMMERCIAL PHARMA UND EHEALTH

## FOKUSTAG, 10.09.2024

14:10 **LLM-Anwendungsentwicklung – Verwendung von ChatGPT und anderen LLM zum Aufbau zuverlässiger Systeme**

- Die Vorteile der Verwendung von LLMs zur Entscheidungsfindung und Benutzerunterstützung
- Die Herausforderungen der Integration von LLMs in größere Anwendungen: Vorhersagbarkeit & Wartbarkeit
- Ein Rahmen zur Bewältigung dieser Herausforderungen

**Reserviert für einen unserer Partner**

14:30 **Foundational Models in Generative AI mit Anwendungen im Healthcare**

- Foundational models and their role in generative AI
- Applications in health care, such as diagnosis support and treatment optimization
- Future outlook

**Jan Beger**

Head of AI Advocacy, GE HealthCare



14:50 **Kaffeepause mit Networking-Gelegenheit**

15:20 **Panel Discussion:  
Generative AI bei Digital Health**

- Reicht die aktuelle Regulatorik für Gen AI-Anwendungen bei Applikationen für Patienten?
- Fallbeispiele bei Digital Health
- Zukunft der KI bei digitaler Gesundheit

Panelisten:

**Jan Beger**

Head of AI Advocacy, GE HealthCare

**Prof. Dr. Stefan Heinemann**

Professor of Business Ethics, FOM Hochschule

**Dr. med. Tobias D. Gantner**

Gründer und Geschäftsführer, HealthCare Futurists GmbH

Moderation:

**Dimitri Metzger**

Technology Lead in Healthcare R&D, Merck Group



15:50 **KI und Patientenaufklärung – Ein Breakthrough Use Case für Pharma?**

- Wie autonom kann eine KI sein?
- Wie souverän kann eine Patientin/ein Patient sein?
- Welche Aufklärung tut heute Not?
- Kann Pharma Vorreiter einer neuen Aufklärungsform via KI sein?

**Prof. Dr. Stefan Heinemann**

Professor, FOM Hochschule



# GENERATIVE AI BEI COMMERCIAL PHARMA UND EHEALTH

## FOKUSTAG, 10.09.2024

- 16:10 **Abschlusskeynote:**  
**Daten. Können. Heilen. Grundlagen, Fähigkeiten und Versprechen der digitalen Zukunft bei Commercial Pharma und eHealth. Ein Besuch in der Zukunft**
- AI Killer Applikationen bei Commercial Pharma und EHealth?
  - Von Pronto zu Prompto: Neue Jobs? Wenn ja und welche für wen?
  - Habsburg AI – Degeneriert die Künstliche Intelligenz?
  - Ready for the Future when you are: Prävention, Digital Health Literacy, Patienteneinbindung, Stakeholdermanagement: All at once and everywhere.

**Dr. med. Tobias D. Gantner**  
Gründer und Geschäftsführer, HealthCare Futurists GmbH



16:30 **Abschluss des Fokustages**

16:35 **Registrierung für den Abend Masterclass – Vorschau auf die Hauptkonferenztage**

17:00 **Masterclass A:**

### **Die Generative AI-Strategie für Ihr Unternehmen**

18:30 Generative KI hat einen Paradigmenwechsel in die Welt gebracht. Diese neue Technologie hat ein enormes Potenzial, viele Aufgaben, Rollen und Prozesse zu verändern. Um die Effizienz zu steigern, die Kosten zu senken und die Generierung von Content, die Kommunikationsautomatisierung und viele andere Bereiche auf ein neues Niveau zu bringen

Es ist jedoch auch wichtig zu wissen, wie Sie diese Technologie in Ihrem Unternehmen implementieren, da Fehler hier sehr kostspielig sein können und zu Zeitverlusten führen können. In diesem Workshop führen wir Sie durch eine Strategie, die auf Erfahrungen und gewonnenen Erkenntnissen basiert. Du wirst es lernen:

- So starten Sie mit Gen AI in Ihrem Unternehmen
- Welche Bausteine werden für Ihre Strategie benötigt?
- Wie Sie Anwendungsfälle schnell bereitstellen und Synergien nutzen
- Wie man den Wert misst und Roadmaps für den Erfolg plant

**Dimitri Metzger**  
Technology Lead in Healthcare R&D, Merck Group



# GENERATIVE AI BEI COMMERCIAL PHARMA UND EHEALTH

## ERSTER KONFERENZTAG, 11.09.2024

### Registrierung mit Kaffee

08:40 **Eröffnung der Konferenz durch IQPC**

08:50 **Eröffnung des ersten Konferenztages durch die Vorsitzende**

**Dr. Kati Wegner**

Director Omnichannel Excellence, Pfizer



### MARKETING & VERTRIEB IM NEUN ZEITALTER DER PHARMABRANCHE

9:00 **Auf dem Weg zu Omnichannel – Erfahrungen aus der Praxis**

- Fokus: Von der Produkt- zur Kundenzentrierung
- Kundenbedürfnisse: Von der Annahme zu echten Insights
- Implementierung: Vom Testen und Piloten zum ganzheitlichen Ansatz

**Dr. Kati Wegner**

Director Omnichannel Excellence, Pfizer



9:20 **Panel Discussion:**

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

- Datenbasierte Orchestrierung und Personalisierung des Omni Channels: Kontinuierliche und nachhaltige Integration sowie Skalierung auf allen Ebenen
- Außendienstler als Omni-Channel Manager, wie Außendienstmitarbeiter digitale Kanäle in Ihrer Prozesse integrieren
- Umgang mit Generationswechsel. Was erwartet die neue Generation der Ärzte?
- Daten effektiv einsetzen: mit Datenschutz- und Compliance-Beschränkungen umgehen und realistische Customer Journeys aufbauen
- Bessere Methoden HCP auf „unserer Seite“ bekommen, Kanäle mit hoher Glaubwürdigkeit benutzen
- Einsatz von Technologien, um Echtzeit-Feedbackschleifen zu erstellen, die genaue Kundeneinblicke ermöglichen
- Neue Tools erproben, Generative AI, instant Messaging und weitere

Panelisten:

**Martin Hirschauer**

Head of Digital, Customer Engagement & Analytics, Gilead

**Thorben Schultz**

Director Customer Excellence – Head of Marketing Neurologen, Teva Pharmaceuticals

Moderation:

**Dr. Kati Wegner**

Director Omnichannel Excellence, Pfizer



09:50 **Vortragsslot reserviert für unseren Partner RMH Media**

# GENERATIVE AI BEI COMMERCIAL PHARMA UND EHEALTH

## ERSTER KONFERENZTAG, 11.09.2024

10:10 **Mindset und Change: Motivation für digitales und datengesteuertes Denken beim Außendienst**

- Mindset im Außendienst – was treibt den Außendienst an?
- Weshalb können Daten den Erfolg bringen?
- Was braucht es, um digitale Daten mehrwertbringend im Außendienst einzusetzen?
- Welche Key Learnings gibt es? Was braucht es hierfür?

**Dr. Carl Machado**

Director Strategic Account Management / Board of Management JnJ MedTech, Johnson & Johnson Medical



10:30 **Kaffeepause mit Networking-Gelegenheit**

11:00 **Vortragsslot reserviert für unseren Partner Antwerpes**

11:20 **Digitale Launch-Strategie – von A bis Z**

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

11:40 **Personalisierte Ansprache – was ist machbar?**

- Persona zusammenstellen – Komplexität überwinden
- Inwiefern bieten wir schon personalisierte Ansprache und Dienstleistungen – was funktioniert, was kann man verbessern
- Außendienst einbeziehen

Reserviert für einen unserer Partner

12:00 **Roundtables**

**ROUNDTABLE A:  
PERSONALISIERTE ANSPRACHE – WAS IST  
MACHBAR?**

- Persona zusammenstellen – Komplexität überwinden
- Inwiefern bieten wir schon personalisierte Ansprache und Dienstleistungen – was funktioniert, was kann man verbessern
- Außendienst einbeziehen

**ROUNDTABLE B:  
CONTENT EXCELLENCE: WIE ERSTELLEN,  
VERWALTEN UND LIEFERN UNTERNEHMEN INHALTE,  
DIE HCPS LESEN MÖCHTEN?**

- Verständnis für ihre Ziel-HCPs entwickeln, einschließlich ihrer Bedürfnisse, Interessen, bevorzugten Kommunikationskanäle und regulatorischen Anforderungen.
- Zusammenarbeit von medizinischen Fachleuten, Marketing- und Compliance-Experten
- Goodbye Writing – Hello Prompting: wie man richtig Prompt Engineering einsetzt für die Erzeugung von hochqualitativer Content.

**ROUNDTABLE C:  
MARKETING TECH STACK & STRATEGY: WIE KANN  
MAN DAS BESTE AUS INVESTITIONEN IN DIE  
TECHNISCHE INFRASTRUKTUR HERAUSHOLEN?**

- Klare Ziele und Strategie (Messbare Ziele, passende Tools)
- Integration und Automatisierung
- Richtiges Mindset kultivieren und Upskilling

# GENERATIVE AI BEI COMMERCIAL PHARMA UND EHEALTH

## ERSTER KONFERENZTAG, 11.09.2024

12:30 **Mittagessen mit Networking-Gelegenheit**

	COMMERCIAL EXCELLENCE IN PHARMA	eHEALTH DATA
14:00	<p><b>Empathie – eine Kernkompetenz des Bayer CX Transformation Program</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Die entscheidende Rolle von Empathie bei der Ermöglichung herausragender Kundenerlebnisse</li> <li>Erkenntnisse aus der CX-Transformation von Bayer</li> <li>Das Bayer CX-Messprogramm</li> <li>CX-Transformation = Menschentransformation</li> </ul> <p><b>Florian Gäng</b> Director CX &amp; Service Design, Bayer</p> 	<p><b>Der lange Weg zur Gesundheitsdatennutzung</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Datenschutz und Datensicherheit</li> <li>Wünsche und Anforderungen an die gesetzlichen Krankenversicherungen</li> <li>Chancen der Gesundheitsgestaltung</li> <li>erste Schritte &amp; Ausblick</li> </ul> <p><b>Dr. Silvia Bellmann</b> Bereichsleitung Arzneimittelversorgung, AOK Bayern – Die Gesundheitskasse</p> 
14:20	<p><b>Integration generative AI in Chatbots mit Anwendungen bei Außendienst</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Einbindung generativer KI-Modelle, um natürliche und kontextbezogene Antworten zu generieren.</li> <li>Bewertung der Vorteile und Nachteile regelbasierter und hybrider Ansätze zur Integration generativer KI in Chatbots</li> <li>Anwendungen bei Außendienst</li> </ul> <p><i>Reserviert für unseren Partner</i></p>	<p><b>Datenökosysteme – wie Datenräume erfolgreich zusammenwachsen können</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Kollaborativer Datenraum der Gesundheitsbranche</li> <li>GAIA-X</li> <li>Herausforderungen und Chancen Pharmazeutischer Unternehmen</li> </ul> <p><b>Dr. Markus Mundhenke</b> Director Health Policy Scientific Affair, Bayer Vital</p> 
14:40	<p><b>Chancen des digitalen Zeitalters aus Sicht der „Selten Erkrankungen“</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Herausforderungen der Seltenen Erkrankungen</li> <li>KI im Einsatz zur schnellen Diagnose</li> <li>Aufgabe und Bedeutung der kommerziellen Kanäle der pharmazeutischen Industrie</li> </ul> <p><b>Dr. Ingo Wolf</b> BU Head Rare Diseases German, Takeda</p> 	<p><b>Die Zukunft von Kommunikation zwischen Ärzte und Patienten</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Neue Möglichkeiten der Arzt – Patientenkommunikation für den digitalen Zeitalter</li> <li>Ein gesetzkonformes Messenger und dessen Entwicklung</li> <li>Aspekte der Datenschutz, Sicherheit, Haftungsfragen und Interoperabilität mit anderen Systemen</li> </ul> <p><i>Reserviert für einen unserer Partner</i></p>

15:00 **Kaffeepause mit Networking-Gelegenheit**

# GENERATIVE AI BEI COMMERCIAL PHARMA UND EHEALTH

## ERSTER KONFERENZTAG, 11.09.2024

15:30

### COMMERCIAL EXCELLENCE IN PHARMA

#### Roundtables

##### Roundtable A

#### Erstellen von Customer Journeys zur Steigerung der Verkaufseffektivität

- Wie kann man von einer Inside-Out-Denkweise mit Fokus auf Push-Kommunikation zu einem empathischeren, erfahrungsorientierten Wachstum übergehen?
- Erstellung von Customer Journeys für den relevanten Segmenten
- Datengetriebene Entscheidungen treffen und Optimierung HCP Event Engagement
- Prozessanalyse und -optimierung bei Veranstaltungsmanagement und Engagement von HCP
- Verbesserung der User Experience und End-to-End Journey Management
- Nutzung von KI zur Effizienzsteigerung

#### Brigitte Ulrich

Senior Manager Omnichannel, Pfizer



##### Roundtable B

#### HCP Event Engagement

- Prozessanalyse und -optimierung bei Veranstaltungsmanagement und Engagement von HCP
- Verbesserung der User Experience und End-to-End Journey Management
- Nutzung von KI zur Effizienzsteigerung

### eHEALTH DATA

#### Podiumsdiskussion: Neue Perspektiven im eHealth

- ePA, Zugang zu Gesundheitsdaten und neue Chancen
- Interoperabilität (auf EU-Ebene) und Standards.
- Neue Wege Patienten zu erreichen und die Versorgung zu unterstützen
- Neue Technologien: Generative AI und mögliche Anwendungen
- Herausforderungen und Risiken (Datenschutz, Ethik, Sicherheit)

#### Panelisten:

##### Dr. Silvia Bellmann

Bereichsleitung Arzneimittelversorgung,  
AOK Bayern – Die Gesundheitskasse



##### Dr. med. Michael von Wagner

CMIO, Universitätsklinikum Frankfurt



##### Dr. Markus Mundhenke

Director Health Policy Scientific Affair,  
Bayer Vital



# GENERATIVE AI BEI COMMERCIAL PHARMA UND EHEALTH

## ERSTER KONFERENZTAG, 11.09.2024

	COMMERCIAL EXCELLENCE IN PHARMA	eHEALTH DATA
16:00	<p><b>Omnichannel-Transformation zur signifikanten Verbesserung des Kundenerlebnisses am Beispiel eines Produktlaunches mit „Next Best Engagement“ Unterstützung</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bereiten Sie sich gut vor, erklären Sie die Gründe, setzen Sie die richtigen Erwartungen und setzen Sie sich für Befürworter und Vorkämpfer ein</li> <li>• Stellen Sie sicher, dass Außendienstmitarbeiter „Maschinen“ als „Superassistenten“ sehen und dass die Maschinenerkenntnisse durch persönliche Außendienstkenntnisse ergänzt werden sollten, um ein besseres Verständnis des Kunden zu entwickeln – Erstellung einer automatisierten Journey für den Produktlaunch</li> <li>• Anwendungsfälle mit Data Science aufdecken, um HCP-Interaktionen zu beschleunigen und die richtigen Kanalkombinationen zu definieren</li> </ul> <p><b>Andreas Dach</b> Next Best Engagement Leader Germany, Lilly Deutschland</p>	<p><b>Der digitale Zwilling des Patienten – Integration von Daten und KI</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lebenslange Patientenakte</li> <li>• Datenflut</li> <li>• Wissensexplosion</li> <li>• Künstliche Intelligenz</li> </ul> <p><b>Dr. med. Michael von Wagner</b> CMIO, Universitätsklinikum Frankfurt</p> 
16:30	<b>Registrierung für Masterclass</b>	
17:00 – 18:30	<p><b>Masterclass B:</b> <b>Die Omni-Channel Strategie im digitalen Zeitalter 3</b></p> <p>Die Pharma Branche hat sich in den letzten Jahren, vorallem nach der Pandemie start verändert. Obwhole die klassische Außendienst-Strategie noch relevant bleibt, ist es notwendig alle möglichen digitale Kannäle einzusätzen um die Verkaufseffizienz zu steigern. In diesem Workshop besprechen wir die Herausforderungen und Chancen der digitalen Transformation im Pharmabereich. Wir werden uns darauf konzentrieren, wie Pharmaunternehmen durch eine Omni-Channel-Strategie eine nahtlose und konsistente Customer Experience schaffen können, die Patienten und Healthcare Professionals gleichermaßen anspricht. Wir besprechen die folgenden Punkte:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Bedeutung einer Omni-Channel-Strategie im digitalen Zeitalter für Pharmaunternehmen</li> <li>• Identifizierung von Zielgruppen und deren Bedürfnissen</li> <li>• Datengesteuerte Herangehensweise</li> <li>• Analyse der Kannälen und verständnis der Bedürfnissen der HCP</li> <li>• Arbeit mit relevanten und hochqualitativen Content</li> <li>• Tools und Technologien zur Effizienzsteigerung, das Potenzial von generative AI nutzen</li> <li>• Messung und Bewertung des Erfolgs der Omni-Channel-Initiativen</li> </ul> <p><b>Maurice Saes</b> Director Commercial Business Technology Solutions Germany, <b>AbbVie</b></p> <p><b>Julia Strajan</b> BTS Director, Region South, <b>AbbVie</b></p> 	
19:00	<b>Abendveranstaltung</b>	

Die Masterclass wird auf ENGLISCH gehalten

# GENERATIVE AI BEI COMMERCIAL PHARMA UND EHEALTH

## ZWEITER KONFERENZTAG, 12.09.2024

7:45 **Registrierung für den Masterclass C**

8:00

**Masterclass C:**

**Entwicklungen und Chancen im digital Health**

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 – Wo steht der Markt?
- Zusammenarbeit und Austausch zwischen den verschiedenen Teilnehmer des Ökosystems: Pharma, Startups, Krankenkassen und den Behörden
- Neue Chancen durch das Gesundheitsdatennutzungsgesetz
- Einsatz von neuen Technologien, insbesondere Generative AI
- Gesetzliche Hürden: Datenschutz, Zertifizierung, Registrierung...
- Beyond DiGA: welchen Wert bieten weitere digitale Anwendungen für die Versorgung und Prävention

**Thorsten Mintel**

Director Strategic Innovation, Pfizer

**Maximilian Förthmann**

Associate Director Healthcare Solutions, AstraZeneca

**Ann-Kathrin Weigand**

Senior Consultant, Flying Health



9:00 **Begrüßung und Eröffnung durch die Vorsitzende**

**Dr. Kati Wegner**

Director Omnichannel Excellence, Pfizer



### INNOVATIONEN BEI ARZT- UND PATIENTENKOMMUNIKATION

9:10 **Raus aus dem Social Media Labyrinth: Digitale Patientenbegleitung bei seltenen Erkrankungen**

- Fallstricke Facebook und Co – dann doch lieber die analoge Patientenbroschüre?
- Patientensupport – Herausforderungen und Learnings bis dato
- Kooperation mit XO Life: Gemeinsam Kommunikation für Menschen mit Morbus Wilson gestalten: Digitale Patientenbegleitung der Zukunft

**Sybille Petersohn-Boschmann**

Managing Director, Orphanan



**Schirin Yazgan**

Head of Product, XO Life



# GENERATIVE AI BEI COMMERCIAL PHARMA UND EHEALTH

## ZWEITER KONFERENZTAG, 12.09.2024

9:30 **Vortragsslot reserviert für einen unserer Partner**

9:50

**Panel Discussion:**

**Wege, um Arzt- Pharma Kommunikation zu verbessern**

- Innovative Plattformansätze
- Was wollen die Ärzte heutzutage? Austausch zwischen Ärzten und Pharmavertreter
- Arbeiten mit neuen Technologien und Kanälen

Panelisten:

**Neli Botz**

Topic Lead Digital Transformation & Customer Journey  
Mngmnt Onkologie, Sanofi

**Dr. med. Normal Hecker**

Chefarzt, Evangelisches Klinikum Gelsenkirchen

**Prof. Dr. Ulrich Sprick**

Chefarzt, St. Augustinus Kliniken

**Michael Müller-Peltzer**

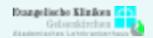
Director HCP Sales & Partnerships, Kranus Health

Moderation:

**Dr. Kati Wegner**

Director Omnichannel Excellence, Pfizer

sanofi



10:20 **Kaffeepause mit Networking-Möglichkeit**

### MEDTECH COMMERCIAL UPDATES

10:50 **Roundtable Sessions:**

**ROUNDTABLE A: SYNERGIEN VON PHARMA UND DIGITAL HEALTH**

- Wie können Pharma Unternehmen Digitale Anwendungen bneutzten um Patienten besser zu informieren
- Partnerschaften zwischen Pharma und eHealth Unternehmen
- Mögliche neue Geschäftsmodelle

**Knöthig Knöthig**

Health Solution Partner, Pfizer

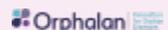


**ROUNDTABLE B: DIGITALE PATIENTENBEGLEITUNG DER ZUKUNFT**

- Fallstricke Facebook und Co – dann doch lieber die analoge Patientenbroschüre?
- Patientensupport – Herausforderungen und Learnings bis dato
- Anwendungen auf seltene Erkrankungen und anderen Gebiete

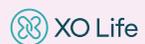
**Sybille Petersohn-Boschmann**

Managing Director, Orphanan



**Schirin Yazgan**

Head of Product, XO Life



# GENERATIVE AI BEI COMMERCIAL PHARMA UND EHEALTH

## ZWEITER KONFERENZTAG, 12.09.2024

11:20 **MedTech Commercial Updates**  
**Lost in Transformation? Perspektiven einer nachhaltigen Kundenkommunikation**

- Change Management und Mindset
- Outside-in Perspektive für mehr Kundenzentrierung
- Die Auswirkung neuer Prinzipien auf Organisationsprozesse
- Praxisrelevante Erfahrungen und Empfehlungen

**Neli Botz**

Topic Lead Digitale Transformation Onkologie & Customer Journey Managerin, **Sanofi**



11:40 **Der Aufstieg der nächsten Generation in Medtech**

- Ein Geschäftsmodell der nächsten Generation
- Produktivität der Vertriebsmitarbeiter, gemessen am Umsatz, um das Zwei- bis Dreifache steigern.
- Eine zielgerichtete zukünftige Customer Journey entwerfen (statt bestehende Prozesse zu optimieren)
- das Marketing in die Pole-Position bringen

**Karsten Wilbur**

Marketing Director Orthopedics & Real Intelligence, **Smith+Nephew**



12:00 **Innovationen bei Telemedizin: Digitale Arztpraxen und deren Einsatz bei der Patientenversorgung**

- Ein eHealth Plattform zur Ermöglichung der Telemedizin
- Anwendungen von Video und Chatbots
- Rechtliche und regulatorische Aspekte

*Reserviert für einen unserer Partner*

12:20 **Mittagessen mit Networking-Gelegenheit**

**DIGITAL HEALTH, NEUE TECHNOLOGIEN, DIGA UND MEHR**

13:50 **DiGA Status Quo and Beyond**

- Wie gestaltet ein Pharmaunternehmen eine erfolgreiche Kooperation?
- Use Cases und Erfolgsgeschichten von Partnerschaften
- Beyond DiGA: welche weiteren Anwendungen von digitale Gesundheitsanwendungen gibt es
- Die Rolle des KI beim eHealth

**Klaus Suwelack**

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



**DATA, ANALYTICS & AUTOMATISIERUNG IM PHARMA**

**Data and its Relationship to Content**

- Leveraging Data for research, analytics and testing for high quality content creation
- Content performance measurement and continuous improvement
- Automation and tools such as Generative AI for Data-driven content creation
- Balance complex business priorities and customer insights

**Morgwn Shaw**

Associate Director, Omnichannel Experience, Strategy,  
Planning & Production, **Bristol-Myers Squibb**



# GENERATIVE AI BEI COMMERCIAL PHARMA UND EHEALTH

## ZWEITER KONFERENZTAG, 12.09.2024

### DIGITAL HEALTH, NEUE TECHNOLOGIEN, DIGA UND MEHR

14:10

#### Podiumsdiskussion: DiGA und Beyond

- DiGA: aktuelle Stand
- Regulatorische Hürden: ePA Integration, Health ID, Datenschutz Zertifikate
- Beyond DiGA. digitale Praxen, Patientenkommunikation und Präsenivon. Welche weite Anwendungen gibt es?
- Digital Health bei MedTech
- Verbreitung auf EU-Ebene

Panelisten:

#### Klaus Suwelack

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



#### Maximilian Förthmann

Associate Director Healthcare Solutions, AstraZeneca



#### Tobias Bachmann

Head of Market Access, Selfapy



#### Dr. med. Sheri Langemak

Head of Patient Journey, Oberberg Kliniken und Digital Health Beraterin und Angel Investorin



#### Dr. med. Tobias D. Gantner

Gründer und Geschäftsführe, HealthCare Futurists GmbH



Moderation:

#### Ann-Kathrin Weigand

Senior Consultant, Flying Health



### DATA, ANALYTICS & AUTOMATISIERUNG IM PHARMA

Roundtables:

#### Roundtable A: Der Nutzer als Dreh- und Angelpunkt für Tools und Lösungen

- Was wir von Design Thinking lernen können
- Die richtigen Fragen stellen
- Relevante Probleme identifizieren
- Lösungen iterativ und gemeinsam mit den Nutzern entwickeln

#### André Scharf

Business Relationship Director Global Data, Analytics & AI, ViiV Healthcare



#### Roundtable B: Data and its Relationship to Content

- Leveraging Data for research, analytics and testing for high quality content creation
- Content performance measurement and continuous improvement
- Automation and tools such as Generative AI for Data-driven content creation
- Balance complex business priorities and customer insights

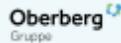
#### Morgwn Shaw

Associate Director, Omnichannel Experience, Strategy, Planning & Production, Bristol-Myers Squibb



# GENERATIVE AI BEI COMMERCIAL PHARMA UND EHEALTH

## ZWEITER KONFERENZTAG, 12.09.2024

	DIGITAL HEALTH, NEUE TECHNOLOGIEN, DiGA UND MEHR	DATA, ANALYTICS & AUTOMATISIERUNG IM PHARMA
14:40	<p><b>Roundtable Sessions:</b></p> <p><b>Roundtable A: DiGA Updates und neue Chancen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• DiGA: aktuelle Stand</li> <li>• Regulatorische Hürden: ePA Integration, Health ID, Datenschutz Zertifikate</li> <li>• Updates des DiGA-Gesetzes</li> <li>• Wirtschaftliches Potenzial: Rahmenbedingungen für Preisbestimmung, Investoren, Kooperation mit Pharma</li> </ul> <p><b>Kathrin Pfeiffer</b> Head of Market Access, Sympatient </p> <p><b>Roundtable B: Digitalisierung im HealthCare</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Digital Health beyond DiGA</li> <li>• Anwendungen für Prävention, Patientenbegleitung und -versorgung</li> <li>• Zukunftsperspektiven</li> </ul> <p><b>Dr. med. Sheri Langemak</b> Head of Patient Journey, Oberberg Kliniken und Digital Health Beraterin und Angel Investorin </p>	<p><b>Synthetische Daten und deren Anwendung im stark regulierten Umfeld</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Definition und Anwendungen</li> <li>• Eine perfekte Lösung für die Arbeit in einem stark Datenschutzregulierten Bereich?</li> <li>• Use Cases</li> </ul>
15:10	<p><b>Gemeinsam gegen Lungenkrebs. Wie kann die als DiGA konzipierte onqo App dabei helfen?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fallbeispiel einer Kooperation Zwischen Pharma, einer Krankenkasse und einem Startup</li> </ul> <p><b>Martin Göhl</b> Lead Versorgungsmanagement, MSD</p> <p><b>PD Dr. Thomas Elter</b> Founder &amp; Chief Medical Officer, Onqo Health </p> <p><b>Frau Dr. Ursula Marschall</b> Leiterin des Forschungsbereichs Medizin und Versorgungsforschung, BARMER  </p>	
15:30	<p><b>Verabschiedung am Ende der Konferenz</b></p>	

## OUR SPONSORS



**antwerpes** ist die kreative Keimzelle der DocCheck-Gruppe und bietet neben Full-Service-Healthcare-Marketing die Spezialdisziplinen Media, Omnichannel und Programmatic Advertising an. Mit der Entwicklung einer eigenen Advertising-ID-Lösung namens "healthy.ID" bietet antwerpes einen Ausblick für die Post-Cookie-Zeit und zeigt, wie HCPs zielgerichtet, ohne Streuverluste und über verschiedene Plattformen hinweg adressiert werden können.

Website: [www.antwerpes.com](http://www.antwerpes.com)



**RMH MEDIA** steht seit 1997 für innovatives digitales Marketing mit Herz und Verstand. Das beweisen unsere 75 Spezialist:innen bei jedem Projekt, mit wegweisender Technologie, lösungsorientierter Beratung, gestalterischem Verständnis und unseren exzellenten Softwarelösungen. Unser Herz schlägt in Köln. Unsere Impulse spürt man weltweit. Wir sind strategischer Partner der Life-Science Industry und entwickeln gemeinsam mit unseren Kund:innen erfolgreiche Customer Experiences und Spezial-Anwendungen, die nachhaltig überzeugen und begeistern. Wir ermöglichen Zugang zu komplexen digitalen Themen, verständlich und praxisorientiert. Wir verstehen uns als Dolmetscher. Denn Consulting heißt für uns: eine Sprache zu sprechen, die Stakeholder verstehen. Gemeinsam übersetzen wir Ihre konkreten Bedürfnisse in überzeugende digitale Lösungen – vom Konzept bis zur Software-Entwicklung, als Digitaler Lead oder einfach als Ihr vertrauensvoller Ansprechpartner. Willkommen in unserem Digital Innoverse!

Website: [www.rmh-media.com](http://www.rmh-media.com)



Website: [www.xo-life.com](http://www.xo-life.com)



**MMM Consulting** bietet Analysen und Umsetzung aus einer Hand und sorgt damit für nachhaltigen Erfolg in Marketing und Sales. Individuelle Kundenbetreuung, Flexibilität und mehr als 15 Jahre Erfahrung in der Pharma-Branche zeichnen uns aus. Wir sichern langfristigen Markterfolg über den gesamten Produktlebenszyklus hinweg – vom intelligenten Premarketing, über den erfolgreichen Produktlaunch, bis zum nachhaltig geführten Postlaunch.

Wir unterstützen unsere Kunden dabei, ihre Marketing- und Salesaktivitäten effektiv auszurichten und den neuesten Marktherausforderungen anzupassen. Kunden profitieren von unserer interdisziplinären Expertise in Consulting, Business Intelligence sowie Marketing und Vertrieb – wir verwandeln Daten in nutzbare, praxisnahe Informationen, definieren auf dieser Basis Handlungsempfehlungen und begleiten deren Umsetzung.

Website: [www.mmm-consulting.de](http://www.mmm-consulting.de)



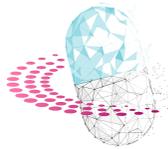
### good healthcare group

Wir übernehmen Verantwortung für Ihre Präparate und Produkte im Markt – nachhaltig, inklusiv, begeisternd und erfolgsbasiert.

Von der ganzheitlichen Strategieentwicklung über die individuelle Beratung von Healthcare Professionals bis hin zu umfassenden Patient Services, als Commercial Excellence Partnerin bieten wir moderne und maßgeschneiderte Konzepte und Lösungen für die Healthcare Branche.

Ob direkt mit Patient\*innen oder in der ärztlichen Versorgung, Kliniken oder Apotheken, wir kommunizieren erfolgreich mit allen Patientengruppen und Healthcare Professionals.

Website: [www.goodhealthcare.com](http://www.goodhealthcare.com)



# DigIT Pharma

## Commercial Excellence & eHealth 2024

- 10.-12. September 2024
- Düsseldorf, Germany

# CONFERENCE PACKAGES & REGISTRATION



### END-USER PACKAGES

All Prices +19% VAT	Buchen & zahlen bis <b>12. April 2024</b>	Buchen & zahlen bis <b>17. Mai 2024</b>	Buchen & zahlen bis <b>5. Juli 2024</b>	Buchen & zahlen bis: <b>16. August 2024</b>	Standard	Ticket für Anbieter
<b>Bronzepak</b> (2-tägige-Konferenz)	<b>999€</b>	<b>€ 1,299</b> Sparen Sie €1,500	<b>€ 1,699</b> Sparen Sie €1,100	<b>€ 2,599</b> Sparen Sie €200	<b>€ 2,799</b>	<b>€ 3,999</b>
<b>Silver</b> (2-tägige-Konferenz und Fokustag oder Workshops)	<b>1399€</b>	<b>€ 1,699</b> Sparen Sie €1,500	<b>€ 2,099</b> Sparen Sie €1,100	<b>€ 2,999</b> Sparen Sie €200	<b>€ 3,199</b>	
<b>Gold</b> (2-tägige-Konferenz, Fokustag und 3 Workshops)	<b>1599€</b>	<b>€ 2,099</b> Sparen Sie €1,500	<b>€ 2,499</b> Sparen Sie €1,100	<b>€ 3,399</b> Sparen Sie €200	<b>€ 3,599</b>	

#### The delegate fee includes the following services:

Access to the purchased conference packages, Catering during the entire conference, Conference documentation + Evening Get-Together

- Can't make it to the conference? Purchase the 2-Day Documentation for **€1299** - (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 mbH payment terms.

#### Please choose your Masterclass/es:

- Masterclass A:**  
Die Generative AI-Strategie für Ihr Unternehmen
- Masterclass B:**  
Die Omni-Channel Strategie im digitalen Zeitalter
- Masterclass C:**  
Entwicklungen und Chancen im digital Health

### SPONSORSHIP

We have a variety of packages available to suit your requirements. For all Sponsorship and Exhibition opportunities please contact Sascha Kern, Sponsorship Director, [sascha.kern@iqpc.de](mailto:sascha.kern@iqpc.de)

### VENUE AND ACCOMMODATION

Relexa Hotel Airport, Düsseldorf

Accommodation: A limited number of reduced rate rooms are available at the conference hotel. Accommodation can be booked by calling the central reservation number. Please always quote the booking reference IQPC. Hotel accommodation and travel costs are not included in the registration fee.

### REGISTRATION FORM

Delegate	<input type="checkbox"/> Mr.	<input type="checkbox"/> Mrs.	<input type="checkbox"/> Ms.	<input type="checkbox"/> Prof.	<input type="checkbox"/> Dr.
Family name					First name
Position					E-Mail
Telephone					Organization
Address					
Signature					

- 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 + VAT Documentation will be sent 6 weeks after the event

**SUBMIT NOW**

### PAYMENT METHOD

- Pay by BANK transfer quoting reference DE27279.008:**  
IQPC Gesellschaft für Management Konferenzen mbH | HSBC Trinkaus & Burkhardt AG  
IBAN: DE32 3003 0880 0430 0760 19 | SWIFT-BIC: TUBDDE33

- Pay by Credit Card:**  
please phone to process payment

Booking-Code: **PDFIAAI**

### 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 PROTECTION |** Personal data is gathered in accordance with the Data Protection Act 1998. Your details may be passed to other companies who wish to communicate with you offers related to your business activities. If you do not wish to receive these offers, please tick the box below.

- 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](mailto:verteiler@iqpc.de) and we will amend your record accordingly.

### REGISTRATION INFO

IQPC Gesellschaft für Management Konferenzen mbH

Rosenstrasse 2, 10178 Berlin, Germany

P : +49 30 52001534

E: [eq@iqpc.de](mailto:eq@iqpc.de)