

### Oncologie TV: relevant, deskundig en onderscheidend

Roche is een internationale researchgeoriënteerde healthcare onderneming. Het bedrijf ontdekt, ontwikkelt en levert innovatieve producten en services rond de vroege opsporing, preventie, diagnostiek en behandeling van ziekten. Het hoofdkantoor is gevestigd in Bazel, Zwitserland. Roche behoort wereldwijd tot de grootste spelers op het gebied van de ontwikkeling, productie en verkoop van oncolitica. Daarnaast is Roche ook actief op tal van andere therapeutische gebieden, zoals virologie, auto-immuunziekten, infectieziekten, metabole aandoeningen en ziekten van het centraal zenuwstelsel.

In Nederland vinden studies plaats waarbij medicijnen langdurig getest worden. De circa 190 medewerkers van Roche Nederland houden zich bezig met marketing, sales en klinisch onderzoek. In de loop der jaren is Roche, met name dankzij haar oncologische portefeuille, uitgegroeid tot één van de grootste farmaceutische bedrijven van het land.



Video journaal, verslag van het SABCS congres

#### Deskundigheidsbevordering

De ontwikkelingen binnen de oncologiemarkt volgen elkaar in hoog tempo op. Daarom is het van groot belang dat die nieuwe ontwikkelingen en verdiepingen van bijvoorbeeld behandelmethodes voor patiënten, maar ook uitkomsten van klinische studies en actuele nieuwsfeiten, snel en gemakkelijk bij de specialisten worden gebracht. Web TV is hiervoor een uitermate geschikt communicatiemiddel, met name voor een niche doelgroep zoals oncologen. Roche stond enige tijd geleden voor de keuze om een eigen Web TV kanaal te ontwikkelen of aan te sluiten bij een bestaand Web TV kanaal. De keuze is gevallen op Oncologie TV, het informatieplatform voor de medische professionals over de behandeling van de verschillende vormen van kanker.

#### Oncologie TV voor medisch professionals

Dit Web TV kanaal, [www.oncologietv.nl](http://www.oncologietv.nl), is voor een specifieke doelgroep van BIG geregistreerde artsen ontwikkeld door Quadia Web TV. De live en on-demand programma's zoals congresverslagen en geaccrediteerde nascholingen op Oncologie TV, worden geproduceerd door een eigen onafhankelijke medische redactie en in nauwe samenwerking met een redactieadviesraad bestaande uit vooraanstaande medici. "Door het vernieuwende karakter van Oncologie TV, het hoge serviceniveau aan de medische professionals en de onafhankelijke redactieadviesraad, hebben wij gekozen om vanuit Roche aan het concept mee te werken", vertelt Teun Loots, product manager oncologie bij Roche.



*"Quadia is creatief op het gebied van Web TV concepten waarmee niche doelgroepen kunnen worden bereikt. De 'Can Do' mentaliteit van Quadia spreekt ons het meest aan"*

Teun Loots  
product manager oncologie bij Roche

# Q & A

***Wat wil Roche met het Oncologie TV platform bereiken?***

“Oncologie TV is onafhankelijk en distribueert relevante informatie voor onze doelgroep, de medische professionals. Wij helpen Quadia Web TV met het mogelijk maken van dit unieke platform middels een onafhankelijk financiële ondersteuning. Roche bemoeit zich niet met de inhoud van het programma. Daar is de onafhankelijke adviesraad voor aangesteld. Roche verbindt zijn naam graag aan nieuwe initiatieven die toegevoegde waarde leveren voor de behandelende arts”, aldus Loots.

***Wat is de kracht van Oncologie TV voor de arts?***

Teun Loots: “De ontwikkelingen binnen deze markt gaan onwaarschijnlijk snel. Daarbij zijn artsen druk en wordt er steeds meer bezuinigd. Het wegennet in Nederland loopt vol, dus even snel naar een evenement of een nascholings sessie bijwonen is ook niet meer zo eenvoudig vandaag de dag. Artsen moeten dus keuzes maken welke relevante informatie ze wanneer en waar tot zich gaan nemen. Oncologie TV is een zeer goede keuze waar men de nieuwste en meest interessante ontwikkelingen aantreft om de kennis te verrijken en deskundigheid te bevorderen. En dat allemaal op een willekeurig tijdstip vanachter de computer thuis of in de praktijk.”

***Wat zijn de voordelen van een multisponsor concept?***

“Hoe breder de diversiteit aan onderwerpen en programmaformats binnen het Oncologie TV concept, hoe hoger de relevantie voor de doelgroep. Uiteindelijk is dit voor alle partijen, inclusief de doelgroep, het meest interessant. Roche sponsort de oncologie journaals. Dat zijn korte uitzendingen waarin Inge Diepman het nieuws van de internationale congressen bespreekt met Nederlandse studiogasten. Nascholingen worden weer door een andere partner van Oncologie TV aangeboden. Zo kun je ook een heel specialistische uitzending maken over bijvoorbeeld borst-, long- of darmkanker”, vertelt Loots.

***Wat zijn de toekomstplannen?***

Teun Loots: “We gaan door met de journaals vanuit de internationale oncologie evenementen. Deze worden goed bekeken en hoog gewaardeerd. Verder zijn we ons aan het oriënteren op de zogenaamde Oncologie tour. Hoogleraren krijgen dan de mogelijkheid om hun kennis en ervaring te delen met hun collega's in het land.”

***Waarom hebben jullie voor Quadia gekozen?***

“Quadia is creatief op het gebied van Web TV concepten waarmee niche doelgroepen kunnen worden bereikt. Oncologie TV spreekt ons aan vanwege het innovatieve karakter om kennisoverdracht te verwezenlijken. Intussen zijn we goede partners geworden. De ‘Can Do’ mentaliteit van Quadia spreekt ons het meest aan”, aldus Loots.