

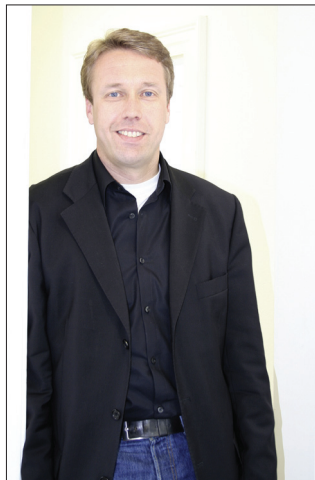
Fachlich und strategisch kompetent

Medizin versteht sich nicht von selbst – und verkauft sich nicht von selbst. Der Wettbewerb unter den Herstellern von Pharmazeutika ist groß, ebenso der Informationsbedarf von Ärzten, medizinischem Fachpersonal und zunehmend Patienten. Die Agentur s&k GmbH aus Freiburg hat ihren Schwerpunkt auf die Themenbereiche „Medical Education“, „Brand Communication“ und „New Media“ gelegt, um den Weg zwischen Pharma-Industrie und Ärzten zu ebnen.

Das 1985 in Freiburg gegründete Unternehmen spezialisierte sich von Beginn an auf die Kommunikation innovativer, verschreibungspflichtiger Medikamente und arbeitet seither für forschende Pharmaunternehmen. Angesichts des Wandels in Markt und Branche und der Ausweitungschancen des Geschäfts auch über Deutschland hinaus, entschloss sich die Geschäftsführung – Gründer Joachim Herchenhan zusammen mit Olaf H. Just – im Jahr 2004 dem weltweiten Grey Healthcare Netzwerk „GHG“ beizutreten. GHG mit Sitz in New York beschäftigt über 300 Mitarbeiter und betreibt Büros in Amerika, Europa und Asien. Die Agentur ist ihrerseits eingebettet in den in Dublin und London ansässigen Kommunikationskonzern WPP, der weltweit vielen namhaften Werbeagenturen mit zusammen über 130.000 Beschäftigten ein Dach bietet.



„Wir sind eine Full Service-Agentur und gehören seit Jahren zu den führenden Unternehmen unserer



Diplom-Volkswirt Olaf H. Just ist Geschäftsführer von s&k, die seit 2004 der weltweiten GHG Agenturgruppe (Grey Healthcare Group) angehört

Branche in Deutschland“, betont Diplom-Volkswirt Olaf H. Just, der seit 2000 bei s&k arbeitet und seit August – nach Ausstieg von Joachim Herchenhan – in der Geschäftsführung durch den Medical Director Dr. med. Kai Horstschäfer (Prokurist) unterstützt wird. „Im Rahmen des GHG-Netzes sind wir für den deutschen Markt zuständig, aber auch europaweit aktiv. Wir verstehen uns als Agentur mit Tiefgang. Das heißt, dass wir großen Wert darauf legen, wissenschaftlich fundiert und nach ethischen Grundsätzen zu arbeiten, also medizinisch-pharmazeutisches Fachwissen mit dem strategischen

Know-how einer Werbeagentur zu verknüpfen.“ Das geschieht im Wesentlichen auf drei Gebieten: Medical Education, Brand Communication und New Media.

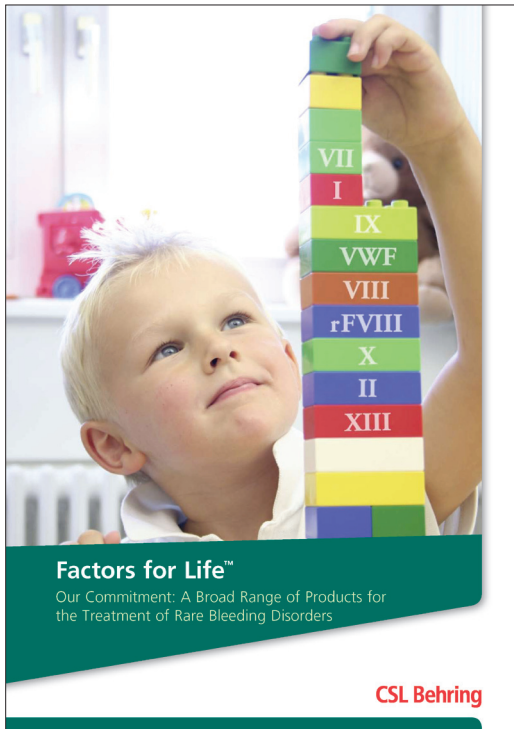
Der Bereich Medical Education stellt die Produktinformation von Ärzten in den Vordergrund. Er ist das umfangreichste Geschäftsfeld von s&k mit einem Umsatzanteil von 75 Prozent. Die Agentur wirbt nur für verschreibungspflichtige Medikamente. Da diese Tätigkeit

nicht direkt mit Patienten als Zielgruppe zulässig ist, muss sie vor allem im Rahmen von Veranstaltungen wie Fortbildungen und Schulungen für medizinisches Fachpersonal oder Experten-Workshops stattfinden. Für derlei Veranstaltungen hat s&k Live-Communication-Strategien entwickelt, die durchaus auch Podiumsdiskussionen oder Symposien beinhalten können. Die Produkte, für die sich die Agentur engagiert, begleiten zwar diese Veranstaltungen, beherrschen sie aber nicht. Deren „leicht werblicher Charakter“ ist ein Teil der neuen Wege, auf denen s&k seiner wichtigsten Klientel, der Ärzteschaft, näherkommen will. Traditionelle Anzeigen und die Arbeit von Außendienstlern hält die Agentur zwar für unverändert wichtig und vernachlässigt sie keineswegs, betrachtet sie aber allein als nicht ausreichend.

Im Bereich Brand Communication entwickelt die



s&k setzt nach wie vor auf klassische Kampagnen und Werbemittel



Seine Kampagnen und Veranstaltungen konzipiert s&k als Kombination aus medizinischem Fachwissen und strategischem Know-how

Agentur Kampagnen, Anzeigen oder Logos, um aus Produkten Marken zu machen.

Dabei bedient sie sich klassischer Medien wie Prospekten, Flyern und Foldern

als Material für den Außendienst, aber auch aktueller Kommunikationskanäle etwa im Internet. Wartezimmer, Gesundheitstage und Selbsthilfegruppen bilden ebenso Aktionsforen wie Interviews und Pressekonferenzen. Der Bereich New Media widmet sich ausschließlich den Möglichkeiten, die das Internet bietet. „Dort liefern wir allen Zielgruppen maßgeschneiderte Lösungen – von Informationen über Krankheiten und ihre Risiken über Produktseiten für Ärzte bis zu Kongress-Berichten und vielem mehr“, so Olaf H. Just. „Wir bieten auch E-Learning als zertifizierte Online-Schulungen.“ Die Agentur organisiert mehr und mehr Fortbil-

dungen für medizinisches Personal insbesondere zu Themen aus Fachgebieten wie Onkologie, Atemwege, Neurologie und Psychiatrie. Auftraggeber sind Pharmakonzerne wie Boehringer, Novartis, Pfizer, Roche, Sanofi-Aventis und Teva Pharma. Obwohl immer weniger Medikamente zugelassen werden, legt s&k zu. „Wir wollen und werden uns weiterentwickeln, zumal der Markt sich verändert“, blickt Olaf H. Just nach vorn. ■



s&k GmbH
Wilhelmstraße 6 + 8
D-79098 Freiburg
www.sk-healthcare.de