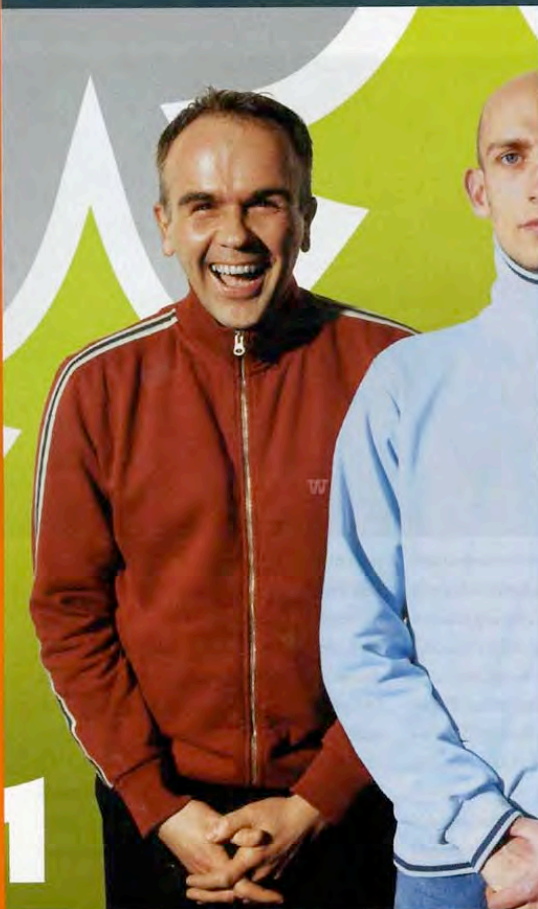


Ein verrücktes Paar



**Bernhard
Wolff**

Im unübersichtlichen Wald des Event-Marktes hat sich eine Hamburger Agentur erfolgreich darauf spezialisiert, wissenschaftliche Live-Kommunikation wirkungsvoll und überraschend zu gestalten. Mit intelligenten Konzepten und kreativen Ansätzen unterstützt „Wolff trifft Jaeger“ die Vermittlung von Markenbotschaften und medizinisch-pharmazeutischen Informationen auf Messen, Kongressen und Tagungen.

Als der Kreative Bernhard Wolff und der Event-Strategie Jaeger sich begegneten, war ihnen schnell klar, dass sich ihre Kompetenzen und Visionen perfekt ergänzen würden. Beide kommen aus der Welt des Theaters und beide teilen die Leidenschaft für einfallsreiche, intelligente Live-Kommunikation. Aus dem Ereignis „Wolff trifft Jaeger“ wurde eine erfolgreiche Agentur, die heute, nach drei Jahren, bereits sieben feste Mitarbeiter beschäftigt.

Für Pharma-Kunden entwickeln die kreativen Hamburger außergewöhnliche Veranstaltungskonzepte. „Wir übersetzen komplexe und sensible Informationen in wirkungsvolle Erlebnisse. In unseren Kreationen bieten wir nicht einfach nur bunte Bilder, sondern vermitteln anspruchsvolle Inhalte auf unterhaltsame Art. Unser Markenzeichen ist dabei unsere 4V-Formel: Verstehen, Vereinfachen, Vermitteln, Verblüffen“, erklärt Geschäftsführer Mike Jaeger.

■ *Spielerische Wissensvermittlung*

Für Fachtagungen und kodexkonforme Ärzteesprache entwickeln „Wolff trifft Jaeger“ individuelle Konzepte, die die speziellen Rahmenbedingungen des Pharmamarktes berücksichtigen und Spielräume nutzen. „Für den Pharma-Markt gelten ganz besondere Anforderungen. Wir erfüllen diese, indem wir Fach-Informationen kreativ und effizient mit Motivation und Emotion verknüpfen“, sagt der Jaeger, der als Kopf der Agentur auch für die strategische Kundenberatung zuständig ist.

Den Verantwortlichen in den Pharma-Unternehmen wird zunehmend bewusst, dass für die Vermittlung wissenschaftlicher Inhalte auch eine sinnstiftende emotionale Plattform geschaffen werden muss. „Trockene Theorie“, komplexe Sachverhalte und Botschaften lassen sich am effizientesten vermitteln, wenn sie entsprechend aufbereitet werden. Von großer Bedeutung ist dabei die Entwicklung von ‚merkfähigen Ereignissen‘ um Botschaften und Informationen nachhaltig in den Köpfen von Teilnehmern an Tagungen und Fortbildungen zu verankern.“

■ *Verständnis für die Zielgruppe Außendienst*

Gerade bei der Vermittlung von Vertriebsstrategien im Außendienst gelingt es „Wolff trifft Jaeger“ mit ungewöhnlichen, interaktiven Konzepten oft, ein „Aha“-Erlebnis auszulösen, das langfristig Wirkung zeigt. Wenn beispielsweise der neue Außendienstleiter in einem Dialog mal ganz privat wirkt oder Marktforschungsergebnisse in eine abwechslungsreiche, medial unterstützte Talkrunde im TV-Stil eingebunden werden, sind die Veranstaltungsteilnehmer emotional deutlich mehr involviert als bei herkömmlichen Frontal-Vorträgen. „Wir arbeiten uns intensiv in die jeweilige Thematik ein und versuchen dann, die Kernbotschaften möglichst nachvollziehbar und unterhaltsam für die Zielgruppe darzustellen“, erläutert Jaeger. Für den Hersteller eines pflanzlichen Wechseljahr-Präparates inszenierte die Agentur zum Beispiel im September eine Tagung, bei der dem Außendienst die neue Kommunikationsstrategie präsentiert wurde. In Gesprächsrunden mit verschiedenen Frauen über 40, mit einer Ausstellungsinstallation, kleinen Schauspielszenen und kompetenter Moderation wurde dem Außendienst schnell klar, warum sich die Ansprache der Apotheker, Ärzte und der Zielgruppe ändern muss und welche Argumente im Vertriebsalltag überzeugend sind.

Die Wirkweise von Präparaten und ihren Inhaltsstoffen, Bedeutung von Therapien für den einzelnen Patienten oder Argumentationswege im Arztgespräch – „Wolff trifft Jaeger“ findet für jede Botschaft intelligente und kreative Wege zur Vermittlung. „Die Anforderungen an effiziente Live-Kommunikation im Pharma-Markt wachsen weiter“, so Mike Jaeger, „und es wird dementsprechend immer wichtiger, Inhalte treffsicher und zielgruppengerecht zu vermitteln.“ Wer den Wolff und den Jaeger also demnächst mal trifft, braucht sich, anders als im Märchen, ganz bestimmt nicht zu fürchten...



Mike
Jaeger