

GWA-Agenturverband

# Awards und Nachwuchs im Fokus



Quelle: WEFRA

Der GWA Gesamtverband der Kommunikationsagenturen, in dem die Healthcare-Branche eine wichtige Rolle spielt (sie rangiert beim Honorar-Income nach Automotive sowie Nahrungs- und Genussmitteln an dritter Stelle), hat einen neuen Vorstand. Wir sprachen mit Wolfgang Pachali, der im Vorstand den Bereich Healthcare verantwortet, über die Entwicklung des noch jungen GWA Healthcare Awards hin zu einem Healthcare Effie, die Nachwuchsförderung und die Aktivitäten des Healthcare-Forums.

Wolfgang Pachali, GWA-Vorstandsmitglied

**HEALTHCARE MARKETING:** Der GWA plant, den Effie mit seinen Kriterien auf die Healthcare-Wirtschaft zu übertragen. Bekanntlich gibt die Pharmabranche nur wenig Daten heraus – wie soll das funktionieren?

**WOLFGANG PACHALI:** Immer mehr Healthcare-Unternehmen sind bereit, die notwendigen Erfolgsnachweise zu erbringen. Wir haben uns im GWA Healthcare Forum intensiv mit der Frage der Datenherausgabe beschäftigt und ein abgestuftes System entwickelt: Daten, die nur der Jury zur Verfügung gestellt werden, Daten, die in der Laudatio genannt werden dürfen und Daten, die in der GWA Healthcare Award Dokumentation veröffentlicht werden. Ferner haben wir uns im Forum darauf verständigt, wie absolute Zahlen „verpackt“ werden können. Wichtiger noch: Wir haben uns das Vertrauen der Healthcare-Unternehmen erarbeitet. Wir gehen streng vertraulich mit den Daten um, stimmen Veröffentlichungen im Detail ab und erarbeiten gemeinsam – auch mit den Informationsbeauftragten in den Healthcare-Unternehmen – Möglichkeiten, wie das Spannungsfeld zwischen Öffentlichkeit und Vertraulichkeit individuell gelöst werden kann.

**HEALTHCARE MARKETING:** Man kann also gewissermaßen von einem Healthcare Effie sprechen?

**PACHALI:** Ja, ich denke schon. Die Bewertungskriterien des GWA Healthcare Award 2013 sind in der dritten Auflage dieses Preises erstmals nahezu identisch mit den Bewertungskriterien des GWA Effie. Insbesondere in der Bewertung langfristiger Markenführung sind wir

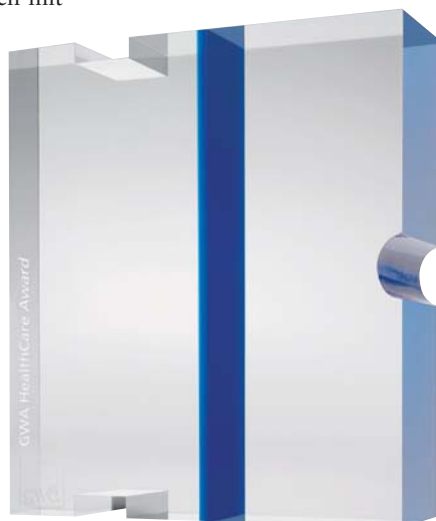
sogar vorbildlich, die Gewinner des GWA Healthcare Awards präsentierten überzeugende Konzepte einer langfristigen, nachhaltigen Markenführung.

**HEALTHCARE MARKETING:** Der Healthcare Junior Award wurde neu ins Leben gerufen und soll nun aufgewertet werden – welche Schritte sollen für dieses Ziel ergriffen werden?

**PACHALI:** Wir haben in 2013 den GWA Healthcare Junior Award erstmals ausgeschrieben. Er verfolgt das Ziel, den jungen Menschen in den Agenturen eine Bühne zu geben, ihre Leistungsfähigkeit einer breiten Öffentlichkeit zu zeigen. Der GWA Healthcare Junior Award soll junge Menschen motivieren, einmal in die erste Reihe zu treten. Sie sollen zeigen können, was in ihnen steckt. Mit dem GWA Junior Award zeigen wir, welches Potential in der Jugend steckt!

**HEALTHCARE MARKETING:** Welche Erfahrungen hat der GWA mit der Premiere der Junior-Auszeichnungen gemacht?

**PACHALI:** Die Präsentationen der Junioren auf der Preisverleihung in diesem Jahr haben gezeigt, mit welchem Fleiß und welcher Disziplin die Einreichungen bearbeitet wurden. Die Jugend hatte den Mut, spannende Themen aufzugreifen, und uns exzellente Kreationen präsentiert. Zukünftig planen wir,



GWA Healthcare Award wird zu einem Healthcare Effie

Quelle: GWA

den Junior Award „noch größer“ zu machen. So werden wir unter Umständen den GWA Healthcare Award im jährlichen Wechsel mit dem Junior Award ausschreiben. Die Förderung des Nachwuchses liegt uns außerordentlich am Herzen!

**HEALTHCARE MARKETING:** Wann soll über den Turnus des Junior Awards entschieden werden?

**PACHALI:** Diese Entscheidung wird Ende Januar bei unserem nächsten Forums-Meeting fallen. Aus meiner Sicht ist nicht der jährliche Wechsel entscheidend. Entscheidend ist, den Junioren eine größere Bedeutung einzuräumen.

**HEALTHCARE MARKETING:** Innerhalb des GWA gibt es seit etlichen Jahren das Forum Healthcare-Kommunikation. Welche Qualitätsrichtlinien will das Forum künftig für seine Mitgliedsagenturen aufstellen?

Welchen Nutzen bringt das den Mitgliedern?

**PACHALI:** Als GWA-Agenturen haben wir ein eindeutiges Qualitätsversprechen, was beispielsweise Anspruch, Professionalität, Transparenz oder qualifiziertes Personal betrifft. Wir wollen den Mitgliedsagenturen keine detaillierten Richtlinien vorgeben, sehen uns aber einem nachvollziehbaren Qualitätsversprechen verpflichtet. Wir werden ein Instrument diskutieren, mit dem sich jede einzelne Agentur kritisch selbst betrachten kann, Impulse erhält und sich selbst einen Handlungsbedarf erarbeiten kann. GWA-Agenturen arbeiten auf einem sehr hohen Qualitätslevel, gleichzeitig sind sie aber stets daran interessiert, diese Stärke noch weiter auszubauen, den Qualitätsabstand gegenüber anderen Wettbewerbern weiter auszubauen. Dieses Streben nach maximaler Qualität – insbesondere in der Führung der Agentur – wollen wir unterstützen.

**HEALTHCARE MARKETING:** Welche neuen Impulse will das Forum setzen, um Agenturen und die Öffentlichkeit zu begeistern?

**PACHALI:** Wie heißt es so schön: Der Schuster hat die schlechtesten Leisten. Spaß beiseite – wir müssen noch besser und aufmerksamkeitsstärker gegenüber unseren Kunden präsentieren, welche Leistungen GWA-Healthcare-Agenturen erbringen. Welchen Einfluss sie auf Marketingentscheidungen bei ihren Kunden haben und wie eine professionelle, engagierte und partnerschaftliche Zusammenarbeit zwischen Kunden und Agenturen gelebt wird. Wir schaffen Werte, aber wir reden nicht oft genug darüber. Das Know-how und die Erfahrung der auf Healthcare-Kommunikation spezialisierten GWA-Agenturen muss noch sichtbarer und erlebbarer werden. Hier arbeiten wir an Konzepten, die weit mehr als Pressearbeit umfassen.

**HEALTHCARE MARKETING:** Roger Stenz fungiert seit Anfang 2011 als Sprecher des Forums, dem mittlerweile 26 Agenturen angehören. Was wurde seitdem erreicht?

**PACHALI:** Roger Stenz hat als Sprecher des GWA Healthcare Forums sehr viel erreicht: Wir haben ein ausgesprochen lebendiges Forum, ständig kommen neue Mitglieder dazu – jüngst die Agenturen Bartenbach und BrawandRiecken. Wir haben den GWA Healthcare Award in den letzten drei Jahren erfolgreich etabliert, haben gemeinsam mit dem Wort & Bild Verlag eine sehenswerte Preisverleihung auf die Beine gestellt und mit dem Hamburger New Business Verlag eine attraktive Dokumentation der Cases geschaffen. Mit dem jährlich erscheinenden GWA Healthcare Jahrbuch zeigen wir das Leistungsspektrum unserer GWA-Healthcare-Agenturen und benennen die Themen, die uns derzeit bewegen.

### „Die Kriterien des GWA Healthcare Award 2013 sind erstmals nahezu identisch mit den Bewertungskriterien des GWA Effie.“

**HEALTHCARE MARKETING:**

Auch in der Gesundheitswirtschaft haben wir es mit global agierenden Unternehmen zu tun. Was

tut der GWA, um seine Mitgliedsagenturen in puncto internationaler Kommunikation zu unterstützen?

**PACHALI:** Unser Healthcare-Forum kooperiert mit dem Europäischen HealthCare Council der European Association of Healthcare Agencies (EACA). So sind wir im ständigen Austausch mit den europäischen Kollegen und bieten unseren Mitgliedern interessante Fortbildungsmöglichkeiten die insbesondere für den Nachwuchs bestimmt sind, beispielsweise das EACA-Zertifikat und die EACA Summer School. Dieser Austausch zeigt uns, dass wir in Europa eine gewisse Vorreiterrolle haben. Schließlich geben wir unseren Mitgliedern wichtige Managementhilfen, zum Beispiel durch den regelmäßigen Gehaltsspiegel oder die Erarbeitung von Briefingrichtlinien, Checklisten oder Pitchprinzipien.

*Interview: Reiner Kepler*

#### Der GWA,

der Gesamtverband Kommunikationsagenturen mit Sitz in Frankfurt, vertritt die deutsche Agenturbranche gegenüber Wirtschaft, Politik und Öffentlichkeit. Ihm gehören 105 Agenturen aus unterschiedlichen kommunikativen Disziplinen an. Neuer Präsident ist seit Herbst 2013 Wolf Ingomar Faecks von der Digitalagentur SapienNitro, München. Agenturen aus den Sparten B-to-B, Digital und Healthcare sind in eigenen Foren organisiert. Dem Forum Healthcare gehören aktuell 26 Agenturen an.

Kontakt: [www.gwa.de](http://www.gwa.de)

