

# Agentur mit neuem **Rezept**

**Boosting Communication** will im Healthcare-Markt eine Lücke schließen zwischen den lokalen Kreativagenturen und internationalen Networks.

In der Pharmakommunikation steckt noch eine Menge Potenzial. Nicht umsonst hat der Chef des Branchenprimus BBDO, Anton Hildmann, jüngst angekündigt, ein „Competence-Center“ mit dem Namen BBDO Health Market Solutions gründen zu wollen.

Unterdessen entsteht in München eine Agentur, die den Networks Paroli bieten will: Boosting Communication. Hinter der Neugründung stecken die promovierte Biochemikerin Dörthe Besse



**Dörthe Besse** Globalen Kampagnen fehlt die Schlagkraft im lokalen Markt.

und die Schmittgall Werbeagentur aus Stuttgart. Die Idee: Sie wollen die Schlagkraft globaler Kampagnen erhöhen, indem sie für den lokalen Markt begleitende Maßnahmen kreieren, etwa zur Patienten- oder Außendienstmotivation (to boost: verstärken, antreiben).

In der Pharmabranche gebe es „fast nur noch globale Kampagnen, die in den USA entwickelt und hier adaptiert werden“, sagt Besse. Die lokalen Product-Manager seien oft unglücklich wegen der Auftritte, die letztlich einen Kompromiss darstellten und nicht optimal auf die nationalen Bedürfnisse abgestimmt seien. Die Networks wiederum hätten ihre Top-Teams in New York – vor Ort fehle die Leidenschaft bestehende Kampagnen feinzustimmen und weiterzuentwickeln, kritisiert Besse, die zuletzt bei Heye DDB Health gearbeitet hat. In diese Lücke will Boosting nun stoßen. Kunden nennt Besse derzeit noch nicht.

**Kerstin Richter** ✉ [agenturen@wuv.de](mailto:agenturen@wuv.de)

Foto: Unternehmen