

# Form Follows Function

## Kommunikation, die verändert – Lösungen, die wirken

Ein Interview mit Anke Westerhoff, Gründerin und Inhaberin der PR-Agentur the.messengers.

### Wenn Sie nicht PR-Beraterin geworden wären – womit würden Sie sich heute beschäftigen?

Möglicherweise mit demselben, was ich heute mache – Kommunikation. Vielleicht säße ich jetzt dort drüben an Ihrer Stelle, oder ich würde einen Film drehen oder etwas recherchieren.

### Das heißt, Kommunikation war für Sie ein vorgezeichneter Weg?

Zunächst – um Paul Watzlawick einmal anders auszudrücken – ist Kommunikation überall. Und dort, wo professionelle Kommunikation gezielt eingesetzt wird, um Veränderungen zu bewirken, sehe ich eine Herausforderung für mich und ein Betätigungsfeld für the.messengers.

» Meinungsbildner, Blogger, Patienten – wir reden mit allen. Und sprechen dabei immer die richtige Sprache. «

Das ist eine sehr weitgehende Definition. Wo bleibt da die PR-Agentur?

PR im Sinne von klassischer Medienarbeit ist das A und O. Auf der operativen Ebene läuft es häufig auf solides Handwerk hinaus. Aber es sind die strategischen Überlegungen, die über das passende Maßnahmenpaket entscheiden. One-Way-Kommunikation über Massen-

medien, Online-Adhärenzprogramme für kleine Zielgruppen oder Coaching für Meinungsbildner – alles ist möglich, aber nur sinnvoll, wenn es einem definierten Ziel dient. Form follows function.

### Gehen Ihre Kunden da mit? Wird nicht häufig nur der Standard abgerufen?

Wer zu uns kommt, will eine fundierte und individuelle Lösung für eine spezifische Aufgabenstellung. the.messengers sind Healthcare-Spezialisten mit einer langjährigen und vielfältigen Expertise. Wir sind im Dialog mit Ärzten und Nurses, mit Bloggern und Patienten, mit Journalisten und Meinungsbildnern. Das wissen und honorieren unsere Kunden. Man muss das Pharma-Geschäft schon gut verstehen, um kreative und effektive Lösungen zu finden.

### Ohne betriebsblind zu werden?

Dafür haben wir als Agentur viel zu sehr den Blick von außen – wir sehen das große Ganze. Und alles dreht sich immer um die Frage: Was können wir mit Kommunikation verändern?

» Maßnahmen ordnen sich der Strategie unter. Möglich ist vieles – sinnvoll nur das Zielführende. «

### Dazu benötigen Sie eine klare Aufgabenstellung – bekommen Sie die denn immer?

(seufzt) Ehrlich gesagt, kann ich das Genöle der Agenturen über angeblich schlechte Briefings nicht mehr hören. Informationen sind eine Holschuld. Und wenn unsere Nachfragen ergeben, dass

ein Kunde sich noch nicht ganz im Klaren über die Aufgabe ist, ist das eine gute Gelegenheit, den Rahmen gemeinsam abzustecken. Dann sind beide Seiten sicher, über dasselbe zu sprechen – und man hat sich schon mal ein bisschen kennen gelernt.

» Wir können auf alles verzichten, was nicht zielführend ist. «



### Was sind Highlights aus acht Jahren the.messengers?

Sehr viele, große und kleine. Krisensimulationen und Trainings für Ärzte und Kunden sind unglaublich spannend. Ein Produkt vom Pre-Launch an zu begleiten. Im Medical Marketing ganz neue Perspektiven zu entdecken. Projektar-



beit mit Meinungsbildnern. Aber auch die kleinen feinen Sachen; zum Beispiel mit wenig Aufwand eine neue Kommunikation zwischen Patienten und Ärzten anzustoßen.

**Mit einigen Kunden arbeiten Sie ungewöhnlich lange zusammen. Wie kommt das?**

Da fragen Sie vielleicht besser unsere Kunden (lacht).  
Möglicherweise, weil wir auch nach Jahren unsere Kunden noch überraschen und begeistern können. Oder weil man jedem von uns anmerkt, mit wie viel Freude wir bei der Sache sind. Weil wir keine ungeschriebenen Gesetze oder Denkverbote kennen.

.....  
» Wenn Nachfragen dazu führen, die Aufgabe gemeinsam zu schärfen – umso besser. «  
.....

**Sie sprechen von „wir“ – wer sind denn die messengers?**

Ein Team von leidenschaftlichen Kommunikationsmenschen. Wir kommen alle aus sehr unterschiedlichen Bereichen – Ökotoxikologie, Medienwirtschaft, Politologie ... Ich selbst bin Kommunikationswissenschaftlerin. Wichtig ist, dass wir immer unterschiedliche Perspektiven zusammenbringen, und dass wir voneinander lernen. Wie Pharma funktioniert, kann man ohnehin nicht an der Uni studieren. Dazu braucht man eine gute Mischung aus Erfahrung, Neugier, Intelligenz und der Fähigkeit, die Dinge auch mal aus der Distanz zu betrachten.

**Herzlichen Dank.**

Das Gespräch führte Sabine Schmid.



» Kommunikation ist überall. Wir sorgen dafür, dass unsere Kunden im Lead bleiben. «

the **m**essengers Kommunikation.Beratung.Service

the.messengers sind eine Full Service PR-Agentur mit Schwerpunkt in den Bereichen Pharma, Biotech, Medizintechnik und Ernährung.

**Wir sind Berater –**

also Kommunikationsspezialisten auf höchstem Niveau, und entwickeln Strategien für individuelle Aufgabenstellungen.

**Wir sind Dienstleister –**

und übermitteln die Botschaften unserer Kunden schnell, zuverlässig und angemessen.

Die Agentur mit Sitz in Bad Homburg wurde 2004 von Anke Westerhoff gegründet. Mit heute sieben Mitarbeitern betreuen the.messengers die interne und externe Kommunikation langjähriger, zufriedener Kunden.

**Wir freuen uns**

über ein Gespräch mit Ihnen. Oder besuchen Sie uns auf [www.the-messengers.de](http://www.the-messengers.de)

**the.messengers**  
**Hessenring 107**  
**61348 Bad Homburg**  
**06172 . 285 10 0**  
**anke.westerhoff@**  
**the-messengers.de**