

LOGE8

Health.Excellence.Network



Netzwerke

Mit kollektiver Intelligenz punkten

Dass nichts so wichtig ist wie ein funktionierendes heterogenes Netzwerk, wissen die Köpfe hinter der Loge8. Mit ihrem Wissen und ihren Erfahrungen unterstützen sie Unternehmen der Gesundheitswirtschaft bei zukunftsweisenden Herausforderungen und beleuchten diese aus verschiedenen Perspektiven – als Think Tank für Fragen rund um den pharmazeutischen Markt.

Die Logen und ihre Mitglieder boten zu Zeiten der Freimaurer viel Stoff für rätselhaftes Legenden. Aber auch Unternehmen schließen sich seit vielen Jahrhunderten zu Netzwerken zusammen, um vorteilhafte Verbindungen zu knüpfen. Kein Geheimbund, dafür aber ein heterogenes Netzwerk, versteckt sich hinter der Loge8. Die Initiatoren sind überzeugt, dass es in der Pharmabranche der Vernetzung unterschiedlicher Köpfe und Kompetenzen bedarf, um auch zukünftig am Markt agieren zu können.

„Wir definieren den Begriff KI neu. Wir verstehen uns als kollektive Intelligenz im Pharma-Markt, weil wir alle durch unseren Background unterschiedliche Expertisen mitbringen“, sagt Andrea Biebl, CEO der Agentur MW Office. „Wir sind alle Dienstleister und sehen, dass Kunden zunehmend nur einen Ansprechpartner haben wollen. Aber ein Partner, der Lösungen entlang der gesamten Wertschöpfungskette liefert, das wird kein einzelner Dienstleister jemals sein können.“ Aus diesem Bedarf hat

sich das Netzwerk gebildet, bei dem jedes Mitglied unterschiedliche Kompetenzen mit einbringt.

Die Mitglieder der Loge8 – seit der Gründung 2018 sind acht Unternehmen, aber insgesamt neun Experten darin organisiert – kennen sich im Gesundheitssystem aus und besetzen innerhalb des Netzwerks verschiedene Kompetenzfelder. Marvecs-Geschäftsführerin Katrin Wenzler steht für agile Vertriebsformen und Methoden zum Aufbau von Vertriebskanälen mithilfe innovativer Teams

◀ Nicht nur in Sachen Schuhwerk auf einem gemeinsamen Nenner: Auf der Expopharm in Düsseldorf 2019 zeigen sich die Loge8-Mitglieder (v.l.) Marcel Becker (Apovid), Annalisa Kierndorfer (aoki Apotheken-Vertrieb), Christian Lindenau (Direct-to-Patient Media), Andrea Biebl (MW Office), Katrin Wenzler (Marvecs), Dr. med. Vanessa Conin-Ohnsorge (IDV), Andreas Kierndorfer (aoki), Katharina Schmidtke (betterbyphone) und Sven Schmidt (markomGroup) im Einheitslook

und digitaler Lösungen. Data Literacy, also die Verknüpfung von Daten mit Marktkenntnissen, ist das Spezialgebiet von Dr. med. Vanessa Conin-Ohnsorge, Geschäftsführerin IDV, Bodenheim. „Daten sind das Gold des 21. Jahrhunderts – nur, was viele vergessen: Daten sind scheu und grausam. Das heißt, die Analyse und Auswertung von Daten ist weniger eine Frage von Tools, Software und Algorithmen. Vielmehr geht es darum, die richtigen Fragen stellen zu können, damit die Daten auch zu Informationen werden.“

Spezialisiert auf POS-Marketing ist Sven Schmidt, der als Geschäftsführer der markomGroup in Baden-Baden Aktionen für die Apotheken umsetzt. Andreas Kierndorfer, Geschäftsführer aoki, Roggenburg, ist derjenige, der sich mit den Arbeitsabläufen von Ärzten und Apothekern auskennt. Zudem helfe seine 40-jährige Pharma-Expertise der Runde, Zusammenhänge aus einem längeren Kontext darstellen zu können, da die Verhaltensmuster von HCPs sich relativ wenig verändert hätten. Annalisa Kierndorfer ist Geschäftsführerin von aoki Apotheken-Vertrieb und steht für Next Level Pharmacy Education. Ihr Ziel ist, den Edukationsansatz für HCPs durch moderne Technologien und Informationsmethoden smarter zu gestalten und Abverkaufsförderung zielgerichteter anzugehen.

Von der Runde als Pharmacy Innovator titulierte, will Apovid-Geschäftsführer Marcel Becker als Inkubator aus der Apotheke heraus denken und handeln. „Vieles an Ideen, die gestaltet werden, kann ich auf Apothekenebene durchsetzen und dann auf Partnernetzwerke – egal ob im Industriebereich oder auf Apovid-Ebene – streuen und so hoffentlich die Zukunft der Apotheke mitgestal-

ten“, so Becker, dessen Unternehmen in München ansässig ist.

Ebenfalls Mitglieder der Loge 8 sind die Geschäftsführerin des Bamberger Telesales-Anbieters betterbyphone Katharina Schmidtke, die HCP-Bedürfnisse in operative Sales-Tools und Strategien übersetzt, und Christian Lindenau, Gründer und Geschäftsführer Direct-to-Patient Media, Ettlingen. Er ist eine Schnittstelle für Ärzte, Berufsverbände und Patienten, wenn es um innovative Sampling-Konzepte geht. Komplettiert wird die Runde von Andrea Biebl, CEO MW Office, München, die das Thema Cross Industry besetzt und neben Pharma-Expertise ihre Kommunikationserfahrungen aus anderen Branchen einbringt.

Eine neue Sicht auf den Markt

Die Loge8 steht für die Verzahnung der einzelnen Disziplinen. „Wir sprechen auf Kundenseite häufig alle mit denselben Menschen. Allerdings haben diese Kunden noch nie mit uns allen am selben Tisch gesessen – und das wäre eine große Chance“, ist Annalisa Kierndorfer überzeugt. „Wenn ich zielgerichtete Kampagnen umsetzen möchte, dann muss ich versuchen, dass die Leistungen alle das gleiche Ziel verfolgen und gut miteinander funktionieren.“

Die Loge8 versteht sich als Sparrings-Partner. „Es gibt immer wieder Kunden, die an einem Punkt sind, wo sie mit ihrem Know-how nicht mehr weiterkommen und in einer Einbahnstraße feststecken. Wir sind der Überzeugung, dass wir durch die kollektive Intelligenz zusammen sehr viel schneller gemeinsam zu Lösungen kommen und den Kunden weiterhelfen können“, sagt Conin-Ohnsorge. Sie sieht in der Loge8 eine Art Elevator für Unternehmen, der im Unterschied zu anderen Firmennetzwerken damit punktet, dass jedes Mitglied lediglich erstmal mit seiner Expertise einsteigt. „Was schlussendlich daraus wird, ist offen. Ich kann mir nicht vorstellen, dass ein Unternehmen uns alle gleichzeitig engagiert. Es kann sein, dass wir einfach für diesen Kunden ein Elevator waren, der ihn weitergebracht hat. Und er arbeitet ganz autark weiter, ohne uns zu nutzen.“ An dieser Stelle setzt die Loge8 ihren Hebel an. „Wir wollen als Instanz wahrgenommen werden, wenn es

darum geht, schwierige Fragestellungen zu lösen“, konstatiert Conin-Ohnsorge und ergänzt: „Wir sind der Wissenspool, der der Industrie zur Verfügung steht, wenn es um hartnäckige Fragestellungen geht und wie man damit umgeht.“

Zukunft der Branche mit gestalten

„Keiner hat nicht irgendwie schon mit dem ein oder anderen zusammengearbeitet. In dieser Konstellation, dass wir alle zusammen kamen, aber noch nie“, erzählt Wenzler von Marvecs mit Sitz in Ulm. Die einzelnen Mitglieder kennen sich teilweise über andere Netzwerke, wie die Healthcare Frauen e.V. oder durch bestehende Partnerschaften in unterschiedlichen Bereichen. „Der große Vorteil ist, dass wir als neun Entscheider eng vernetzt und uns auch menschlich nahe sind. Dadurch können wir als Team sehr schnell agieren“, betont Schmidtke. Selbstverständlich sei das Netzwerk immer offen und kein Closed Job. Ein neues Loge8-Mitglied müsste jedoch ein Kopf sein, der eine neue Kompetenz einbringt. Die erste Präsenz der Gruppe war der gemeinsame Veranstaltungsauftritt mit einem Stand auf der Expopharm 2018. Die Grundaufmerksamkeit nach der Wiederholung in diesem Jahr sei nochmals deutlich erhöht worden. Von der Gründungsphase in die Praxis, so beschreibt Andreas Kierndorfer den aktuellen Status: „Es gibt die Loge8 als Expertennetzwerk. Jetzt werden wir konkret und stellen eine Roadshow mit Fällen, Konzepten und spannenden Insights auf die Beine, damit wir gemeinsam mit unseren Kunden aktuelle Marktentwicklungen hinterfragen können.“ Derzeit wird an Modellen gearbeitet, die, unabhängig von den jeweiligen Unternehmensleistungen, auf Expertisen basieren. In anderen Branchen sei es gang und gäbe, dass man sich Expertise ranholt, offside Probleme löst und Think Tanks bildet. „Jeder – auch die Pharma-Branche – muss sich die Frage stellen: Was passiert morgen? Wo ist der Disruptor? Kommt nicht plötzlich einer auf den Markt, der langjährig etabliertes über Bord wirft?“, betont Biebl und ergänzt: „Die Zukunft wird nur gestaltet, wenn man gemeinsam Lösungen erarbeitet.“

Anna Jäger