

# „Wir machen aus Daten erfolgreiche Kampagnen“



Dr. Eduardo Marx. Quelle: Jäger Health

Wie man aus Daten große Emotionen schafft und Erfolgsgeschichten schreibt, zeigt das Team von Jäger Health. Wir sprachen mit Dr. Eduardo Marx, Geschäftsleiter dieser etwas anderen Kommunikationsagentur, über deren besondere Herangehensweise und Erfolgsgeheimnisse. Ausgestattet mit Pionier-Spirit, Startup-Mentalität und besonderer Expertise beweist das Team, dass Daten und Kreativität keinen Gegensatz darstellen, sondern bei richtiger Verknüpfung eine Einheit bilden, um effiziente Kampagnen mit Pfiff und Mehrwert zu entwickeln.

## Herr Dr. Marx, was macht die Agentur Jäger Health besonders und wie beschreiben Sie das Alleinstellungsmerkmal?

**Dr. Eduardo Marx:** Das Besondere bei Jäger Health ist, dass wir über eine Vielzahl verschiedener Daten verfügen, die wir holistisch von der Marketingstrategie über die kreative Konzeptionsphase bis hin zur Umsetzung inklusive Erfolgsmessung gezielt nutzen. Unser Claim „data driven“ ist nicht Selbstzweck oder einfach nur ein Buzzword, sondern er hat einen konkreten Nutzen für unsere Kunden. Wir verbinden Kreativität mit einer umfassenden Basis ausgewählter Daten aus unterschiedlichsten Quellen des Healthcare-Marktes, insbesondere von unserem Mutterkonzern IQVIA, dem Marktführer im Bereich Healthcare-Marktdaten. Mein Plädoyer lautet: Agenturen müssen zukünftig viel stärker Daten und Kreativität verknüpfen, damit Kampagnen nachweisbar effizienter werden. Wir schaffen mit unserer datengetriebenen Vorgehensweise den nahtlosen Spannungsbogen hin zu einer kreativen Lösung, die die Zielgruppen emotional aktiviert und die Märkte bewegt.

## Welche Rolle spielt in der datengetriebenen Kreativagentur Künstliche Intelligenz?

Das Thema Künstliche Intelligenz und die Nutzung verschiedener Tools hat in unserer Agentur eine hohe Priorität. Als Unternehmense Tochter von IQVIA, das bei der Anwendung Künstlicher Intelligenz in den verschiedensten Unternehmensbereichen global als Vorreiter gilt, ist es für uns selbstverständlich, dass wir die verschiedenen Möglichkei-

ten auf den Agenturbereich übertragen und die Tools im Kreativbereich ausprobieren und nutzen. Für uns ist es gelebter Standard, dass sich das gesamte Team im Bereich Künstlicher Intelligenz kontinuierlich weiterbildet und Tools ausprobiert.

## Wo sehen Sie derzeit noch die Limitationen von KI-Tools?

Gerade im medizinischen Kontext müssen wir sogenannte Halluzinationen und Falschinformationen ausschließen, das heißt, wir können uns nicht komplett auf die Lösungen der Künstlichen Intelligenz verlassen. Wir nutzen die Tools derzeit als Sparringspartner oder Assistent, um Texte zu generieren oder Kampagnenbilder in einer frühen Phase zu entwickeln. Aber ganz klar ist: Ohne Nachbearbeitung eines humanen Creative Text oder Creative Art sind diese ersten KI-generierten Ergebnisse nicht für professionelle und qualitative hochwertige Kampagnen zu nutzen. Zumindest derzeit noch nicht.

## Sie haben Expertise in den Bereichen Rx und OTC. Was hat sich Grundlegendes in diesen Märkten und damit auch im Zusammenspiel zwischen Kunde und Agentur verändert?

Die Themen Return on Invest und Erfolgsmessung bei Kampagnen sind in den zurückliegenden Jahren immer relevanter geworden. Neben kürzeren Planungs-Timelines stellen wir auch eine zunehmende Volatilität bei den Planungen fest, was bedeutet, dass wir als Agentur noch viel flexibler und schneller agieren müssen. Wir müssen auch belegen können, was welche Maßnahmen bei welchen Zielgruppenen

tatsächlich „bringen“ und welchen nachweisbaren Mehrwert wir für die verschiedenen Zielgruppen erreichen konnten. Die Fragen nach Effizienz, Kostenkontrolle und Einkauf sind relevanter geworden und zwar sowohl im OTC- wie auch im Rx-Bereich. Kreation verfolgt klar definierte Effizienzziele. Diese neuen Anforderungen können wir aufgrund unserer besonderen Ausrichtung und kombinierten Daten- und Kreativitäts-Expertise bieten. Wir sind im Bereich datengetriebener Kreativität ein Vorreiter im deutschen Markt und forcieren das Thema entsprechend bei unseren Kunden. Denn wir verfügen über die Möglichkeiten, auf Basis unterschiedlichster relevanter Daten und deren Analyse kreative Kampagnen gewissermaßen abzuleiten und zugleich deren Wirkung im Absatz aufgrund von IQVIA-Daten zu messen. Diese Verknüpfung und Transparenz ist für Kunden ein zunehmend wichtiger Faktor im Marketing. Die Response der Zielgruppen bilden wir demnach in der härtesten Währung ab: Abverkauf von Produkten in den Apotheken oder verändertes Verschreibungsverhalten der Ärztinnen und Ärzte.

#### Was erwarten Kunden heutzutage von einer Agentur im Healthcare-Markt? Wie lautet die Antwort von Jäger Health auf diese Anforderungen und Herausforderungen?

Wir sehen uns als Partner unserer Kunden auf Augenhöhe. Wir haben ein offenes Ohr für ihre Anliegen und Wünsche. Wir leben bei IQVIA den Begriff Connected Intelligence. Das bedeutet, dass wir nicht in Silo- oder Abteilungsstrukturen denken, sondern Themen übergeordnet verknüpfen, um somit die besten Lösungen zu erreichen. Wichtig ist uns, nicht nur die zielführenden Spielzüge gemeinsam zu identifizieren oder kreativ zu entwickeln, sondern sie auch leidenschaftlich engagiert für unsere Kunden umzusetzen.

#### Eine weitere Besonderheit ist – wie bereits erwähnt –, dass Sie Teil der IQVIA-Welt sind. Was bedeutet das für Ihren Arbeitsalltag und vor allem Ihren Output?

Wir haben den großen Vorteil, sowohl auf die Daten als auch die Expertise in den unterschiedlichsten Bereichen von IQVIA zurückgreifen zu können – und das auch auf internationaler Ebene. Besonders eng arbeiten wir mit dem Consulting-Bereich zusammen. Wir nutzen die Expertise der Kolleginnen und Kollegen an den besonderen Scharnierstellen, wie beispielweise Strategie-Workshops für unsere Kunden.

#### Wie beschreiben Sie die charakteristische und unverwechselbare Handschrift von Jäger Health?

Wir arbeiten sehr partnerschaftlich mit unseren Kunden zusammen. Die Arbeitsweise würde ich als persönlich, verbindlich, leidenschaftlich und äußerst engagiert beschreiben. Als One-Stop Communication

Service verfolgen wir das Ziel, mit unserer außergewöhnlichen Herangehensweise Erfolge für unsere Kunden zu schaffen. Das erreichen wir, indem wir in einem detailliert abgestimmten Spannungsbogen Emotionen und Daten zu einer perfekten Lösung verknüpfen. Unsere Handschrift steht für datengetriebene Kreativität mit Leidenschaft und Emotionen, was sich auch in der Positionierung zeigt: Turn data into emotion and effective campaigns.

#### Blick in die Zukunft: Wie sehen die Pläne zur Weiterentwicklung in den kommenden Jahren aus? Und wie soll Jäger Health im Healthcare-Markt wahrgenommen werden?

Was unsere Zukunft betrifft, verfolgen wir sehr viele unterschiedliche Pläne. Derzeit sind wir noch von einer gewissen Startup-Mentalität getrieben – wir gehen mutig und mit einem gewissen Pionier-Spirit an neue Ideen und innovative Marktbearbeitungstools heran. Unsere spezifische Vorgehensweise der datengetriebenen Kreativität und Emotionalität wollen wir stärker konsolidieren und verankern – auch in den Köpfen unserer Kunden.

In den zurückliegenden Jahren hat sich Jäger Health sehr gut entwickelt und wir sind gewachsen, was mich zum nächsten Zukunftsplan führt. Wir wollen weiter gesund wachsen durch den kontinuierlichen Ausbau unseres Business und mit unserer diversifizierten Kundenstruktur. Ich bin überzeugt, dass wir das Zukunftsthema, Daten und Kreativität zu verknüpfen, konsequent aufgegriffen haben und nun in der Lage sind, diesen USP weiter auszubauen. Last but not least – und hier spreche ich für unser gesamtes Team: Diesen Spielraum selbst neu gestalten und mitprägen zu können, macht uns enorm viel Spaß und wir haben Freude daran, das weiter auszugestalten.

Vervollständigen Sie bitte den Satz „Jäger Health ist die Agentur, ...“ um aus Daten Emotionen und erfolgreiche Kampagnen zu schaffen.

Vielen Dank für das Gespräch, Herr Dr. Marx.

**JÄGER HEALTH**  
an IQVIA business

Dr. Eduardo Marx  
Head of Jäger Health, an IQVIA business

Telefon: + 49 151 55051126  
E-Mail: Eduardo.Marx@jaeger.health