

Interview mit Marijo Jurasovic (MMI) und Tom Renneberg (esatum)

Umfangreicheres Informationserlebnis

Vor kurzem haben die Medizinische Medien Informations GmbH und die Ärzteplattform esatum ihre exklusive Zusammenarbeit bekannt gegeben. „Pharma Relations“ sprach mit den beiden Geschäftsführern Marijo Jurasovic (MMI) und Tom Renneberg (esatum) über die Ziele dieser Kooperation und den Nutzen für die jeweiligen Zielgruppen.

>> Welche Ideen und Motivation stehen hinter der Kooperation zwischen esatum und MMI?

Tom Renneberg: Marijo Jurasovic kam mit der Idee der Zusammenarbeit auf mich zu. Direkt im ersten Treffen sprudelten die Ideen und die Möglichkeiten, die wir mit einer gemeinsamen Kooperationen umsetzen könnten. Die Argumente, dass wir durch die Zusammenarbeit eine unschlagbare Reichweite für unsere Kunden erzielen könnten und unsere Services noch ausweiten und verbessern könnten, haben mich überzeugt. Und nicht zuletzt hat es menschlich auch direkt zwischen uns beiden gestimmt. Wir konnten uns von Anfang an, offen und vertrauensvoll miteinander austauschen.

Marijo Jurasovic: Ich war ganz bewusst auf der Suche nach einem Partner im Bereich Soziale Netzwerke speziell für Ärzte. Überzeugt hat mich bei esatum die thematische Tiefe – wir bieten dafür die Breite. Mit der Zusammenarbeit können wir eine nahtlose Ergänzung und Erweiterung der jeweiligen Portfolios anbieten. Ein wichtiges Kooperationskriterium war für mich die Datentransparenz, die hat esatum geboten. Last but not least kann ich mich den Äußerung von Herrn Renneberg bezüglich Vertrauen nur anschließen – die Chemie zwischen uns beiden hat von Anfang an gepasst.

Welche Ziele verfolgen Sie?

Tom Renneberg: Wir möchten den Ärzten und unseren gemeinsamen Kunden einen noch besseren Service bieten. Darüber hinaus arbeiten wir auch an gemeinsamen neuen Produkten, wie zum Beispiel einem Register für seltene Erkrankungen. Dafür nutzen wir unser jeweiliges Know-how und unsere Ressourcen, um eine nutzwertigen Service in dem Bereich auf die Beine zu stellen. Aufgrund der Synergieeffekte und der Kombination unserer Expertisen entsteht ein viel besseres Produkt als das, was jeder einzelne leisten könnte. Und davon profitieren dann wiederum unsere Kunden.

Marijo Jurasovic: Wir können verschiedene Zielgruppen in hoher Reichweite erreichen und dann auch die Erfolge messen. Wir schaffen einen Mehrwert für unsere jeweiligen Zielgruppen – und letztlich profitieren auch unsere Unternehmen von der Kooperation.

Wie beschreiben Sie die Besonderheiten der Zusammenarbeit?

Tom Renneberg: Eine Besonderheit ist mit Sicherheit die Bündelung unserer Reichweiten. Besonders charmant ist dabei, dass

esatum einen klaren Fokus auf Fachärzte hat, während die Gelbe Liste auf APIs und Apotheker fokussiert. Es gibt sicherlich einige Überschneidungen, aber per se ist das ein enormer Vorteil.

Marijo Jurasovic: An dieser Stelle möchte ich gerne noch ergänzen, dass esatum nicht nur in Deutschland am Markt ist, sondern international aufgestellt ist. Auch das war ein interessanter Aspekt bei der Überlegung der Zusammenarbeit. Unser Mutterkonzern ist in Frankreich angesiedelt. In Zukunft können wir mit unserer Partnerschaft international funktionierende Lösungen präsentieren und umsetzen. Außerdem können wir beide unsere Kunden mit Schnelligkeit und Flexibilität auch in Zukunft überzeugen.

Wo liegen die Vorteile für Ihre Kunden?

Marijo Jurasovic: Wir erreichen jedwede Zielgruppe unserer Kunden zu jeder Zeit und zu mit jeder gewünschten Informationstiefe auf jedem Kanal.

Tom Renneberg: Ein klarer Vorteil für den Nutzer ist, dass sie umfangreicher und umfassender informiert werden. Wir gehen bei einigen Themen gezielt in die Tiefe, die Gelbe Liste geht in die Breite und beides zusammen schafft ein umfangreicheres Informationserlebnis für den Nutzer. Für den Kunden ist es ganz klar die kombinierte Reichweite – durch unsere Partnerschaft können wir die größte Reichweite auf dem deutschen Markt anbieten. Somit erzielen auch die Kampagnen der verschiedenen Kunden einen erhöhten Wirkungsgrad.

Wie sehen Ihre gemeinsamen Zukunftspläne aus?

Marijo Jurasovic: Ein konkreter Zukunftsplan ist, dass wir am Ende des Jahres einen Orphan-Disease-Check anbieten, den wir gemeinsam entwickeln und umsetzen.

Tom Renneberg: Ansonsten planen wir, in Zukunft weitere Produkte gemeinsam zu entwickeln, in dem wir die Stärken der Gelben Liste mit den Stärken von esatum kombinieren, das heißt konkret, dass die Social-Media-Funktionen auf der Gelben Liste ausgeweitet werden und das Nachschlagewerk der Gelben Liste bei esatum zur Verfügung steht.

Marijo Jurasovic: Im Laufe der Zeit werden wir natürlich sehen, worauf die Zielgruppe reagiert und dann können wir natürlich auch entsprechend der Bedürfnisse neue Dinge entwickeln.



Marijo Jurasovic (links) und Tom Renneberg

Herr Jurasovic und Herr Renneberg, vielen Dank für das Gespräch. <<