

Unser Qualitätsversprechen

Präambel

Weltweit gibt es kaum einen Industriezweig, der sich in kurzer Zeit so verändert hat, wie der Healthcare-Markt. Für Unternehmen und Mitarbeiter in diesem Bereich gelten heute und in absehbarer Zukunft Entwicklungstendenzen, wie Veränderungsschnelligkeit mit hoher Dynamik, allgemeine Globalisierung und Internationalisierung (u.a. EU-Harmonisierung), zunehmende Konzentration und verstärkter Wettbewerb als große Herausforderung.

Ausgehend von diesen Entwicklungstendenzen und den sich daraus für die Healthcare-Agenturen ergebenden Konsequenzen, haben sich die Healthcare-Agenturen Deutschlands im Rahmen der GWA Plattform zusammengeschlossen.

Neben der grundsätzlichen Zielsetzung, die Healthcare-Agenturen in ihrer eigenständigen Stellung im Werbe- und Kommunikationsmarkt zu stärken, verfolgen sie hauptsächlich das Ziel, dem Healthcare-Markt ein Angebot zu offerieren, das einerseits seinen hohen Anforderungen Rechnung trägt, und andererseits einem einheitlich hohen Qualitätsstandard entspricht.

Das Qualitätsversprechen der Healthcare-Agenturen im GWA

1. Anspruch

Die Healthcare-Agenturen im GWA gehören zu den besten der Branche. Sie sind auf ihrem Gebiet anerkannt und darüber hinaus fähig, im kommunikativen Gesamtkonzept Marken (Produkt- und Unternehmensmarken) zu führen. Die Healthcare-Agenturen im GWA fühlen sich qualitativ hochwertigen Kommunikationsprozessen verpflichtet, und zwar im Sinne der wirtschaftlichen Effizienz, der kommunikativen Kreativität, der innovativen Ausgestaltung, der wahrhaftigen Information und der transparenten Vermittlung.

2. Professionalität

Die Healthcare-Agenturen im GWA qualifizieren sich durch Professionalität in den von ihnen angebotenen Kern- und Zusatz- oder Spezialleistungen.

Zu den Kernleistungen zählen:

- a) Kenntnisse des Healthcare-, bzw. Pharmamarktes, seiner Zielgruppen, seiner Gesetzmäßigkeit und seiner rechtlichen Rahmenbedingungen (wie z. B. HWG, Pharma-Kodex).
- b) Werbevorbereitende Arbeiten, wie Analyse der Marktposition und/oder Konkurrenzsituation, Untersuchung der Zielgruppenstruktur, Vorschläge für die ergänzende Markt-, Produkt- und Zielgruppenuntersuchungen.
- c) Werbeberatung, einschließlich Formulierung der Werbeziele, Entwicklung der Kommunikationsstrategie und Werbekonzeption, sowie Auswertung der Werbemittel- und Werbeträgerforschung zur Optimierung des Werbeeinsatzes.
- d) Werbegestaltung in Text und Layout von Anzeigen, Broschüren, Mailings, TV-Spots etc.
- e) Werbemittelherstellung (Produktion)
- f) Kaufmännische Abwicklung der Kundenaufträge

3. Unabhängigkeit / Neutralität

Die Healthcare-Agenturen im GWA sehen ihre Unabhängigkeit und Neutralität als wichtige Basis für eine professionelle Beratung ihrer Kunden. Gesellschaftsrechtliche Beherrschung durch Kunden oder Medien sind daher auszuschließen.

Die Healthcare-Agenturen im GWA stimmen überein, dass Agentur-Aktivitäten, die die Gefahr von zu großer Abhängigkeit von einzelnen Medien, Verbänden etc. beinhalten, diesem Grundsatz ebenfalls widersprechen.

4. Transparenz

Kaufmännisch ordnungsgemäßes Verhalten in der Abrechnung und Transparenz gegenüber den Kunden ist selbstverständliches Gebot: die Agenturen verstehen sich als Treuhänder der Kunden und Partner der Medien.

Die Healthcare-Agenturen im GWA stehen für das Prinzip, dass Leistungen für einen Kunden von diesem über das Honorar oder die Provision finanziert werden.

5. Personal

Die Healthcare-Agenturen im GWA sind sich bewusst, dass ihr Personal beziehungsweise dessen Qualität ihr wichtigstes Kapital ist und sich die Branche nur bei ausreichender Menge qualifizierten Personals positiv weiterentwickeln kann.

Die Healthcare-Agenturen im GWA fühlen sich daher zur Aus- und Weiterbildung verpflichtet.

6. Gesellschaftskonform

Die Healthcare-Agenturen im GWA respektieren den Bürger und Verbraucher als mündig und aufgeklärt. Sie orientieren sich an den Wertvorstellungen der Gesellschaft und den Grundsätzen des lautereren Wettbewerbs. Die Healthcare-Agenturen im GWA lehnen es ab, religiöse Gefühle zu verletzen, Minderheiten zu diskriminieren oder sich für extremistische Anliegen zu engagieren.

7. Fairness

Die Healthcare-Agenturen im GWA fühlen sich dem Unternehmertum und dem Leistungsprinzip verpflichtet. Sie treten ein für einen fairen Wettbewerb untereinander sowie für eine angemessene Honorierung ihrer Leistungen.

Die Healthcare-Agenturen im GWA lehnen einen Preiswettbewerb ab, der es unmöglich macht, kontinuierlich hochwertige Dienstleistungen zu er-

bringen. Sie sehen in der Kostenbeteiligung des ausschreibenden Unternehmens bei Wettbewerbspräsentationen eine Markt-Usance, die auch für den Klienten vorteilhaft ist.

8. Testiert

Die Healthcare-Agenturen im GWA sind seit mindestens zwei Jahren im Markt tätig. Sie verfügen über eine in ihrer Spezifikation tragfähige Größe.