

Dr. Natascha Terp, Gründerin und Geschäftsführerin 2strom – die Healthcare-Agentur

Kreativität mit Herzblut

Kreativität zeigt sich nach Einschätzung von Dr. Natascha Terp vor allem in der Fähigkeit zu vernetztem Denken. Die daraus resultierenden Kommunikationslösungen sind spannende kreative Arbeiten für die Healthcarebranche. Mit diesem Anspruch gründete Terp auch die auf den Healthcemarkt spezialisierte Agentur 2strom. „Unser Ziel ist es, Sparringspartner und Impulsgeber für unsere Kunden zu sein“, beschreibt Natascha Terp das Selbstverständnis von 2strom. Prägend für ihren beruflichen Lebensweg war und ist „die Bereitschaft und der Spaß, sich immer wieder neuen Herausforderungen zu stellen, Verantwortung zu übernehmen und Dinge zu bewegen und voranzubringen“. Stillstand ist für die Agenturchefin und das gesamte Team ein Fremdwort. Dass 2strom so erfolgreich am Markt agiert, liegt laut Terp an „einem gut eingespieltem Team, das durch fachliches Know-how und strategische Expertise überzeugen kann. Und: „Dass wir alle auch mit viel Herzblut und Leidenschaft dabei sind.“

>> Das Interesse auch an kleinen Details hatte Natascha Terp schon vor dem Studium der Mikrobiologie. Kaum dass sie schreiben konnte, wollte Terp Autorin werden und verfasste ein kleines Büchlein mit dem Titel „10 Zentimeter Glück“. Den Berufswunsch hat die gebürtige Österreicherin im Laufe der Jahre zwar aus den Augen verloren – aber das Glück, das sie damals beschrieben hat, ist ihr offensichtlich nicht abhanden gekommen. Natürlich müsse man für seinen persönlichen Erfolg hart arbeiten, „aber im Leben muss man auch die Chancen nutzen, die sich einem bieten“.

Nach ihrer Matura begann Natascha Terp ein Biologiestudium in Wien, „weil ich mich in der Schule schon sehr für Naturwissenschaften interessiert habe“. Nach dem Vordiplom spezialisierte sie sich dann auf den Bereich Mikrobiologie. Das war schließlich auch der Grund, den Studienort zu wechseln, denn in Göttingen lehrte zu der Zeit „der Papst der Mikrobiologie“. „Ich bin aber überhaupt nicht der Typ, der im Labor arbeitet und sich allein im stillen Kämmerlein der Forschung verschreibt“ und ihr Berufswunsch lag damals schon in der „Kombination der Dinge“. Daher studierte Natascha Terp parallel zur anschließenden Promotion Betriebswirtschaft. Die Mikrobiologie findet sie bis heute „aber unglaub-

lich spannend und faszinierend“.

Nach der Promotion in Mikrobiologie und dem erfolgreichem Abschluss des BWL-Studiums und dieser eher ungewöhnlichen fachlichen Kombination war das Berufsziel nahezu „vorprogrammiert“ – nämlich die Pharmaindustrie. So startete Natascha Terp als Junior Produktmanagerin beim Hamburger Arzneimittelhersteller Strathmann. „Ich habe in der Zeit unglaublich viel gelernt“, erklärt Natascha Terp. Äußerst positiv in Erinnerung ist ihr, „dass ich in dem inhabergeführten Unternehmen die Möglichkeit hatte, viele unterschiedliche Bereiche kennenzulernen und Dinge einfach zu machen“. Die beste Möglichkeit, etwas zu lernen, ist nach Einschätzung Terps, Verantwortung zu übernehmen, indem

<< Mich faszinieren Menschen, die aus eigenem Antrieb und eigener Kraft Visionen entwickeln und dann umsetzen. >>

man Freiheiten und großzügige Gestaltungsspielräume bekommt“. Oder anders formuliert: „Learning by doing“. Als beeindruckende und prägende Persönlichkeit hat sie auch den Unternehmensgründer Dr. med. Detlef Strathmann in Erinnerung. Prägend vor allen Dingen deshalb, weil er Leuten, die besonderes Engagement zeigten, Chancen eröffnete und sie auch förderte. „Er war zwar ein sehr

eigener Charakter, aber auch ein Visionär, was die Entwicklung seines Unternehmens betraf.“ Diese visionäre Eigenschaft ist etwas, das Terp wertschätzt. „Mich faszinieren Menschen, die es aus eigenem Antrieb und aus eigener Kraft schaffen, Visionen zu entwickeln und diese dann auch umzusetzen.“

Später wechselte Terp zum Unternehmen Shire Deutschland, das in Köln gerade mit seiner Niederlassung startete. Auch hier bestand der besondere Reiz der neuen Aufgabe darin, dass „wir ein sehr kleines Team waren und ich wiederum die Möglichkeit hatte, viele Dinge selbst gestalten zu können“. Als nach einem halben Jahr der Geschäftsführer ging, übernahm Natascha Terp interimweise die vakante Stelle und rückte ins inter-

nationale Management Board auf. Ein für ihren weiteren Lebensweg wichtiges Erlebnis ereignete sich auf einem der Treffen des Management Boards. Hier wurde die Schließung des deutschen Standortes erörtert. Die „fehlende Vision für eine deutsche Niederlassung und die fehlende Erkenntnis ihres Potenzials“ hatte sie so verärgert, dass sie spontan aufstand und eine 20-minütige flammende Rede

pro Shire Deutschland hielt. „Nach meiner komplett improvisierten Rede herrschte zunächst Totenstille.“ Nach einigen Sekunden brandete Applaus aller versammelten Manager auf. Die Erkenntnis daraus: „Es ist wichtig, eine eigene Meinung zu haben und diese auch offen zu vertreten.“ Und dafür müsse man eben auch im wahrsten Sinne des Wortes ab und an aufstehen. Der Deutschland-Standort blieb schließlich erhalten. Doch offensichtlich hatte sie nicht nur mit ihrer Leistung als Deutschland-Chefin, sondern auch mit ihrer Rede nachhaltigen Eindruck hinterlassen, denn sie wurde ins „Talent Programme“ von Shire aufgenommen. Terp wechselte ins Mutterhaus nach England, übernahm eine große Business-Unit und sammelte wichtige Erfahrungen: „Neue Kultur, neue Kollegen und vor allem, Einblicke in einen anderen Gesundheitsmarkt.“ Der Abschied nach drei Jahren sei ihr „extrem schwer gefallen, denn ich habe mich sehr wohlfühlt“. Doch persönliche Gründe – sprich die Liebe – haben Terp dazu bewegen, wieder nach Deutschland zurückzukehren.

Der „Neustart“ in Deutschland war mit einem beruflichen Perspektivenwechsel verbunden: Terp startete bei der Agentur Angela Liedler in Freiburg als Strategic Director. „In der renommierten Agentur habe ich das Healthcarebusiness

nochmals aus einem anderen Blickwinkel kennengelernt und somit neue Einblicke in den Markt gewinnen können“. Nach einem Jahr wechselte sie in der gleichen Funktion zur international aufgestellten Grey Healthcare-Agentur in Köln. „Hier war der Ansporn für mich, das internationale Agenturbusiness kennenzulernen und auf globaler Ebene zu arbeiten.“

Schließlich weckte das Angebot von einem Headhunter Natascha Terps Neugierde: „Die Aufgabe fand ich so interessant, dass ich wieder auf die Industrieseite gewechselt bin.“ Terp wurde Business-Unit-Leiterin für Deutschland und Österreich bei Fort Dodge, damals die Tierarzneimittelsparte von Wyeth. „Die Veterinärmedizin eröffnet marketingtechnisch noch einmal ganz andere Chancen, da es sich ausschließlich um Privatpatienten handelt.“ Nach einem Jahr übernahm Natascha Terp interimweise die Geschäftsführung. Von dieser Etappe profitiert 2strom heute noch: die Agentur versteht es, mit „kleineren Budgets quasi genauso effektiv zu sein wie mit großen“, denn in der Tierbranche sind die Etats fast immer geringer als im Humanbereich. Klar, dass bei den Kontakten und dem speziellen Know-how auch heute etwa die Hälfte der Kunden von 2strom aus der Veterinärsparte stammen. Dafür hat die Agentur auch extra eine Tierärztin an Bord geholt.

Nachdem die Übernahme durch Pfizer feststand, setzte Terp einen lang gehegten Plan in die Realität um: „Ich hatte schon länger mit dem Gedanken gespielt, mich mit einer Healthcareagentur selbstständig zu machen.“ 2009 war schließlich der passende Zeitpunkt gekommen: Natascha Terp gründete die auf den Healthcemarkt spezialisierte Agentur 2strom. Antriebsmotor für die eigene Agentur war, „dass ich es besser machen wollte“. Und zwar all diese Dinge, die sie früher selbst auf Kunden- wie auch Agenturseite gestört hatten. Das gesamte 2strom-Team zeichne sich durch ausgeprägten Dienstleistungsgedanken aus. Wo-

bei der Begriff „Gedanke“ in dem Zusammenhang nicht ganz korrekt ist, „denn wir leben Dienstleistung“. Die Agentur verfolgt bei aller ausgeprägten Kreativität einen ausgesprochen strategisch-wissenschaftlichen Ansatz. „Medical Writing ist für uns ebenso wichtiger Bestandteil unserer Arbeit wie die Moderation von hoch spezialisierten Fachworkshops.“ Positiv sei darüber hinaus, so Terp, „dass ich durch meine langjährige Industrierfahrung die Kundenbedürfnisse kenne und weiß, was gebraucht wird“. Apropos gebraucht werden: Natascha Terp ist überzeugt, „dass wir besonders als Sparringspartner und Impulsgeber von unseren Kunden geschätzt werden“. Der Agenturanspruch liege dabei vor allem auf „agieren“ und nicht nur „reagieren“. Dies drückt sich in einer für Terp „eigentlich selbstverständlichen Haltung wider: Wir schauen voraus und denken mit.“ Die Agenturcheffin ist sich sicher, dass die Industrie genau das auch von Agenturen erwarte, nämlich eine Partnerschaft auf Augenhöhe. „Wir verfügen über unterschiedlichste Erfahrungen und können den Kunden somit einen zusätzlichen Blick auf den Markt bieten.“ Das Ziel laute also, Inspiration und strategischen Input liefern. „Nur so können wir schließlich innovative Kommunikationsmaßnahmen konzipieren und umsetzen, die den Kunden nachhaltige Erfolge bringen“, sagt Terp. Nicht umsonst hat 2strom viele Kunden

<< Wir verfügen agenturintern über unterschiedlichste Erfahrungen und können den Kunden somit einen anderen Blick auf den Markt bieten. >>

gewonnen, die anfangs nur diese vernetzte strategische Ausrichtung in Anspruch nehmen. „Auf diese Weise konnten wir direkt durch unsere Arbeit überzeugen.“ Kreativität braucht nach Aussage der Agenturcheffin vor allen Dingen die Fähigkeit zu vernetztem Denken und Handeln. „Ohne diese Fähigkeit können wir keine Lösungen für die immer komplexeren Herausforderungen, die den Healthcemarkt



kennzeichnen, entwickeln.“

Auch agenturintern gilt es, „die besonderen Spezialisierungen und Begabungen jedes einzelnen im Team zu vernetzen.“ 2strom hat sich durch diese Positionierung stetig weiter an die Spitze gearbeitet, ist aber „klein genug,

dass die Strukturen es zulassen, alle Qualitäten an jeder Stelle, wo sie eingebracht werden können, einzusetzen – damit sind wir auch extrem flexibel und auch schnell“, so die Agenturcheffin. An ihren Mitarbeitern schätzt sie vor allen Dingen selbstständiges Arbeiten und den Willen, Verantwortung zu übernehmen. „Ich gebe jedem die Möglichkeit, sich optimal weiterzuentwickeln“. Und last but not

least überzeugt das Team dadurch, „dass wir alle mit unglaublich viel Spaß und Herzblut arbeiten.“

Als Ausgleich zum Job bringt Natascha Terp gerne Zeit mit ihrer Familie – wobei sie auch offen einräumt, dass sie private Zeit und berufliche oft nur schwer trennen könne. „Es gibt für mich kein klassisches arbeitsloses Wochenende“, führt Terp aus. Das sei für sie ein untrüglich positives Zeichen dafür, „dass mir meine Arbeit einfach extrem viel Freude macht“. Eine weitere persönliche „Inspirationsquelle“ sind für Terp die regelmäßigen Spaziergänge mit ihrem Golden Doodle Gaudi – frei nach dem Architekten und Künstler: „Beim Hundeausführen kommen mir oft die besten Ideen.“

Kreativität zeigt sich eben in den unterschiedlichsten Facetten. <<