

Olaf H. Just, Geschäftsführer der Full-Service-Agentur für Healthcare Communication s&k, Freiburg

Mit Siegeswillen zum Erfolg

Als leidenschaftlicher Sportler, der jahrelang Tennis auf Bundesliganiveau gespielt hat, weiß Olaf H. Just, dass wer nicht bereit ist, vollen Einsatz zu bringen, auch nicht gewinnen kann. Seine Sportlermentalität hat sich auf sein Berufs- und Privatleben übertragen. Mit Siegeswillen, Ausdauer und Ehrgeiz setzt er Ideen und Pläne, die er angestoßen hat, um und führt sie zu Ende. Frei nach dem Motto und um im Tennisgenre zu bleiben: Es gibt keinen Grund aufzugeben, bevor nicht der letzte Ball geschlagen wurde. Vor elf Jahren startete Olaf H. Just bei der auf den Healthcaremarkt spezialisierten Kommunikationsagentur s&k in Freiburg, seit 2004 ist er Geschäftsführer. Obwohl er nach dem Studium zunächst andere berufliche Pläne hatte, möchte er heute - „trotz mitunter auch sehr schwieriger Zeiten, die die Agentur durchstanden hat“ - keinen Tag missen. Doch neben Ausdauer und Ehrgeiz zählen für Just insbesondere gelebter Teamgeist und last but not least: Fairplay im Umgang miteinander.

>> In seiner Jugendzeit hat Olaf H. Just intensiv und „mit großer Leidenschaft“ Tennis gespielt. An der badischen Tenniskaderschmiede in Leimen trainierte er zusammen mit Boris Becker, Steffi Graf und Anke Huber. Dass aus ihm aber letztlich kein Profi-Tennisspieler geworden ist, lag nach eigener Aussage daran, „dass trotz harten und intensiven Trainings die Schule immer Vorrang hatte“. Sein Anspruch war es, auf alle Fälle Abitur zu machen und ein Studium zu beginnen, „weshalb ich das Training dann auch etwas zurückgefahren

<< *In den Semesterferien habe ich im Club Aldiana Tennisstunden gegeben. Das war eine tolle Zeit, denn ich konnte meinem Hobby nachgehen und gleichzeitig mein Studium finanzieren.* >>

habe“. Dennoch hat die Zeit des Hochleistungssports Just in seinem ganzen Wesen und Charakter geprägt. „Ich bin bis heute durch und durch Sportler.“ Zu den besonderen Wesenszügen, die einen Sportler ausmachen, gehören für Olaf Just der unbedingte Siegeswille und ein langer Atem, um an das gewünschte Ziel zu gelangen. „Als Sportler weiß ich, dass ich mit Talent alleine, ohne hartes Training keinen langfristigen Erfolg erzielen kann.“

Nach dem Abitur am Gymnasi-

um Neureut in Karlsruhe begann er zunächst Betriebswirtschaftslehre in Mannheim und danach in Freiburg zu studieren. „Während des Studiums habe ich weiterhin in der 2. Bundesliga Tennis gespielt und mit dem Sport habe ich auch mein gesamtes Studium finanziert“, berichtet Just. Er habe den Trainerschein gemacht und in den Semesterferien im Club Aldiana Tennisstunden gegeben. „Das war ein richtig schöne Zeit“, erinnert sich Just, „denn ich konnte meinem Hobby nachgehen und gleichzeitig damit Geld verdienen.“

Neben seinem sportlichen Engagement war Olaf Just auch in der Freiburger Studenteninitiative „Marketing zwischen Theorie und Praxis“ als Vorstand aktiv. „Dieses Engagement war zwar sehr zeitintensiv und hat mich schließlich auch ein Jahr meines Studiums gekostet - aber es hat sich in jeglicher Hinsicht gelohnt.“ Das Organisieren von diversen Veranstaltungen habe viel Spaß gemacht und man konnte so viel über die graue Theorie des BWL-Studiums hinaus lernen.

In seinen Semesterferien absolvierte er dann einige Praktika in der Marketingabteilung des italienischen Reifenherstellers Pirelli. Der Einblick in die Praxis, wie eine Marke erfolgreich geführt und weiterentwickelt werden kann, habe ihn sehr fasziniert. „Pirelli war im Bereich Marketing ein gutes Vorbild - sehr professionell und

innovativ.“ Seine Diplom-Arbeit verfasste Olaf H. Just in enger Zusammenarbeit mit Pirelli zum Thema „Sportsponsoring“, denn das italienische Unternehmen war zu der Zeit sehr aktiv in dem Bereich. Nach Abschluss des Studiums sollte Olaf Just auch direkt in der Marketingabteilung von Pirelli starten. Doch aufgrund interner Umstrukturierungen in der deutschen Niederlassung zerplatzte

<< *Eigentlich wollte ich erst als Rentner wieder nach Freiburg zurückkehren. Aber dann kam doch alles anders als gedacht.* >>

der ersehnte Berufstraum innerhalb kürzester Zeit. „Ehrlich gesagt saß ich danach kurz in einem luftleeren Raum.“ Aber Just ließ sich davon nicht lange beirren und begann als Leiter Projektmanagement bei der auf Direktmarketing spezialisierten Compri Marketing Service GmbH in Heilbronn. Doch schon nach einem Jahr merkte er, „dass der Reiz des Neuen allzu schnell verfliegen war und ich mich auch nicht so wirklich kreativ ausleben konnte“.

Eher zufällig erfuhr er, dass die Freiburger Agentur strategie&kommunikation einen neuen Mitarbeiter im Bereich Strategie suchen würde. Just überlegte nicht lange, er bewarb sich und bekam die Stelle als

Etat-Direktor. „Eigentlich hatte ich nach dem Studium beschlossenen, erst wieder als Rentner nach Freiburg zurückzukehren“, erzählt er schmunzelnd.

„Die beiden Agenturchefs Joachim Herchenhan und Ulrike Cantow haben mich schon beim Vorstellungsgespräch mit ihrer Begeisterung für das Pharmamarketing angesteckt.“ Der berufliche Einstieg ins Healthcarebusiness war der „beste Schritt, den ich gemacht habe“. Auch wenn es Höhen und Tiefen in den vergangenen Jahren bei s&k gegeben habe, habe er den Entschluss keine einzige Sekunde bereut.

Seine Faszination für das Healthcarmarketing erklärt Olaf H. Just mit den zahlreichen Möglichkeiten, etwas zu bewegen, die dieser Markt - trotz zahlreicher Beschränkungen - bietet. „Das Pharmamarketing ist einerseits sehr strategisch ausgerichtet und bietet dennoch viel Raum für Kreativität.“ Marken im Healthcaremarkt seien vielfältiger, aber entsprechend auch schwieriger zu führen - „das ist immer wieder eine sportliche Herausforderung“, so Just.

2003 ging Ulrike Cantow, die die Agentur 1995 mitgegründet hatte, in den Ruhestand. Just bekam das Angebot, in die Geschäftsleitung aufzusteigen und widmete sich insbesondere der strategischen Ausrichtung. „Obwohl es der Agentur zu der Zeit

wirklich nicht gut ging, habe ich das Angebot gerne angenommen.“ Diesen Schritt kann man möglicherweise mit Justs Lebensmotto „Wer nicht wagt, der nicht gewinnt“ erklären. Kombiniert mit einer eher analytischen, betriebswirtschaftlichen Sichtweise: „Ich habe das Potenzial der Agentur gesehen und erkannt, dass es sich lohnt zu kämpfen.“

2004 schloss sich die Agentur dem Grey-Netzwerk an. „Netzwerke wurden in der Zeit zunehmend wichtiger, da die Kampagnen immer globaler ausgerichtet wurden. Außerdem versprochen wir uns zusätzliche Impulse aus dem Netzwerk“, analysiert der Agenturchef rückblickend. Schließlich war es natürlich auch eine Absicherung

<< *Eines unserer Agenturleitbilder lautet: Wir sind Vordenker für unsere Kunden und keine reinen Abwickler.* >>

und eine Möglichkeit, den Mitarbeitern berufliche Zukunftsperspektiven zu bieten.

Das Ausscheiden von Joachim Herchenhan 2008 war eine besondere Zäsur für s&k und Olaf H. Just. Sein Kampfwille und seine Energie gepaart mit analytischer Vorgehensweise waren hier gefragt. „In den letzten Jahren wurde diese Veränderung in der Geschäftsführung dazu genutzt, auch die anderen Strukturen anzupassen, allen Mitarbeitern Klarheit und Orientierung zu geben und die Agenturstrategie für die Zukunft auszurichten. Das waren große Herausforderungen für das gesamte Team“, so Just. „Aber wir sind alle sehr gereift und gestärkt aus diesem Entwicklungsprozess hervorgegangen.“ Das letzte Geschäftsjahr wurde sehr erfolgreich abgeschlossen - ein Beweis für den s&k-Geschäftsführer, dass die getroffenen Entscheidungen richtig waren. Darüber hinaus sei dieser Transformationsprozess auch gelungen, „weil wir uns als Team neu gefunden und aufgestellt haben“, ist sich Just sicher. „Gemeinsam

haben wir neue Leitbilder und Rollenbilder für die Agentur entwickelt und adjustiert.“ Die Schaffung eines festen Fundaments sei entscheidend, um den Mitarbeitern Orientierung und Leitplanken für die neue Unternehmenskultur zu geben. Dabei genießen die Mitarbeiter von s&k viele Freiheiten, „schließlich sind wir eine kreative Ideenschmiede und keine Behörde, da braucht es genügend Raum für Fantasie“. Oder um mit Einsteins Worten zu sprechen: „Fantasie ist wichtiger als Wissen, denn Wissen ist begrenzt.“

Wichtig war Just in diesem Zusammenhang auch, besonders den Teamgedanken noch weiter zu verstärken. „Denn wenn das Team gut funktioniert, dann sind unsere Kunden erfolgreicher am Markt und im Endeffekt profitiert jeder Einzelne von dem erzielten Erfolg.“ Von seinen Mitarbeitern wiederum verlange der Agenturchef Verbindlichkeit, Verlässlichkeit und selbstverantwortliches Arbeiten und Respekt. Insgesamt schaut Olaf H. Just heute auf eine erfolgreiche Agentur, „die gut aufgestellt ist und eine wichtige Rolle im Markt einnimmt“.

s&k setzt seit einiger Zeit verstärkt auf den Bereich digitale Medien, was sich unter anderem in der Partnerschaft mit dem digitalen Spezialisten 3Digit aus Freiburg zeigt. „Den besonderen Tiefgang aus Medizin und Wissenschaft, Brand Communication und Medical Education können wir nun mit noch tieferer digitaler Expertise unseren Kunden anbieten.“ Digitale Medien werden nach Einschätzung von Olaf H. Just auch im Bereich Medical Education immer wichtiger. Deshalb habe das Team von s&k unter dem Namen „eVent“ ein digitales, integriertes Medical Communication Programm entwickelt. „Integrierte Medical-Education-Konzepte sind nötig, um Ärzten evidenzbasiertes Wissen so zu vermitteln, dass es nicht nur zu Erkenntnissen führt, sondern zu einer gewissen Routine“, konstatiert der Agenturchef, „denn diese erwirkt eine Hand-



lungsveränderung in der täglichen Praxis.“

Just ist überzeugt, dass ohne Strategie kein langfristiger Unternehmenserfolg, weder für den Kunden noch für die eigene Agentur, erreicht werden kann. „Man muss den Kunden zuhören“, sagt Just, „dann wird deutlich, wo der Schuh drückt und die Bedürfnisse liegen.“

Auch nach elf Jahren bei s&k kann sich Just keinen schöneren und abwechslungsreicheren Job vorstellen. „Es macht mir nach der langen Zeit immer noch sehr viel Spaß und ich bin mit genauso viel Herzblut dabei wie beim Start.“ Entscheidend sei es doch, neugierig zu bleiben und mit wachen Augen und offenen Ohren durch die Welt zu gehen. Die schwierigen Phasen habe er insbesondere durch seine positive, sportliche Grundhaltung gemeistert. Ein Zitat von Marc Aurel begleite ihn: „Das Glück

des Lebens hängt von der Beschaffenheit deiner Gedanken ab.“ Die Mischung aus rationaler Herangehensweise und das Hören auf das berühmte, aber oft unterschätzte Bauchgefühl sei eine seiner Stärken, weiß Just.

Als Gegengewicht zu seiner Arbeit reist Just zusammen mit seiner Lebensgefährtin in ferne Länder. Am Wochenende genießt er die Zeit mit seinen beiden Kindern. Darüber hinaus lese er sehr gerne, vor allem Bücher über Marketing, Motivation oder Wissensvermittlung. Selbstverständlich treibt der Agenturchef nach wie noch viel Sport. „Auf Geschäftsreisen habe ich immer meine Joggingsschuhe dabei und wenn die Zeit es erlaubt, drehe ich eine Runde.“ Denn Sport helfe nicht nur, den Charakter zu stärken, sondern auch den Gedanken freien Lauf zu lassen und Platz zu schaffen für neue Ideen und Pläne. <<