



IRF Podiumsdiskussion in Basel mit Bill Burns, ex-CEO der Pharmadivision von Roche

Auf Einladung von IRF Communications nahmen am 14. Mai 2014 rund 60 Personen an der Podiumsdiskussion im Teufelhof Basel teil: «Durch strategische Kommunikation zum Geschäftserfolg – Perspektiven von Grossunternehmen, Startups und Risikokapitalgebern». Auf dem Podium diskutierten Bill Burns, ex-CEO der Pharmadivision von Roche, Vladimir Cmiljanovic, CEO von Piquir Therapeutics und Gianni Gromo, Partner bei Versant Ventures, wie man mit Hilfe strategischer Kommunikation eine starke Positionierung aufbauen und Investoren für sich gewinnen kann.

Bill Burns, heute Verwaltungsrat bei verschiedenen kleinen und mittelgrossen Pharmaunternehmen, betonte, dass sich ein Unternehmer mit der Frage der Positionierung spätestens dann beschäftigen sollte, wenn Klarheit über die Unternehmensstrategie herrscht. Vertrauen schafft man laut Burns, der viele Jahre im Rampenlicht von Investoren und Medien stand, vor allem durch das Übertreffen von Erwartungen. Kommunikation spiele eine zentrale Rolle, diese Erwartungen zu steuern. Burns rät zur Kommunikation klarer Meilensteine, an denen sich der Geschäftserfolg messen lässt.

Vladimir Cmiljanovic, CEO von Piquir Therapeutics AG, ein auf gezielte Krebsmedikamente spezialisiertes Jungunternehmen, lag schon früh viel Wert auf eine klare und konsistente Positionierung. Mit gezielten Aufritten an Kongressen sowie der Präsenz in Fach- und Publikumsmedien habe Piquir versucht, Schritt für Schritt an Profil zu gewinnen. Dies hat laut Cmiljanovic sicher auch dazu beigetragen, das Interesse von grossen Pharmaunternehmen wie auch Investoren zu wecken.

Einer dieser Kapitalgeber ist Versant Ventures, eine führende Venture-Capital-Gesellschaft mit Sitz in San Francisco und Basel, die auf Investitionen im Gesundheitssektor spezialisiert ist. Als Venture Partner bei Versant Ventures, erläuterte Gianni Gromo, welche Faktoren aus Sicht der Risikokapitalgebern für einen Investitionsentscheid entscheidend sind. Vertrauen schafft laut Gromo eine Kommunikation, die von realistischen Annahmen ausgeht und auch die hohen Risiken einer Geschäftsidee nicht unter den Tisch wischt.

In der angeregten Podiumsdiskussion, die von Birgit Voigt, Wirtschaftsredakteurin bei der «NZZ am Sonntag» moderiert wurde, hat auch eine gute Prise Humor nicht gefehlt. Bei erfrischenden Cocktails und kulinarischen Häppchen wurde der humorvolle Austausch inmitten römischer Gemäuer des traditionsreichen Basler Stadthauses weitergeführt.