

## Case Study

### Complex Pharmaceuticals – Strategische Kommunikation für ein Pharma-Startup

---

Als Complex Pharmaceuticals im Herbst 2024 gegründet wurde, war eines von Beginn an klar: Dieses Unternehmen will die Pharmaindustrie neu denken. Und genau hier setzt *komma4* an – mit einer ausgefeilten Kommunikationsstrategie, die von der ersten Stunde an mitwächst.

#### **Kommunikation von Grund auf gedacht**

*komma4* begleitet das Pharma-Startup strategisch und operativ. Unser Ansatz dabei: Keine nachgelagerte PR, sondern Kommunikation als integraler Bestandteil des Unternehmensaufbaus und der weiteren Unternehmensentwicklung. Mit einer klaren, konsistenten Storyline, die sich durch alle Kanäle zieht, positionieren wir

- das Unternehmen als moderne, unabhängige Produktionsalternative in Österreich.
- die Marke als innovativen, nachhaltigen Player.
- den General Manager Christoph Reinwald als starke, visionäre Stimme einer neuen Pharmageneration.

#### **Standort mit Signalwirkung**

Aktuell errichtet Complex Pharmaceuticals ein hochmodernes Produktions- und Verpackungszentrum in Traiskirchen bei Wien – ein klares Bekenntnis zum Wirtschaftsstandort Österreich und zur Rückholung pharmazeutischer Produktionskompetenz nach Europa. Unsere strategische Medienarbeit rund um das Projekt führte zu zahlreichen regionalen Anfragen und weit über 40 qualitätsvollen Berichten.

Das Ergebnis: Sichtbarkeit genau dort, wo sie strategisch relevant ist: regional mit Blick auf den Standort-Impact und national hinsichtlich der Branchen- und Innovationspositionierung.

#### **Pharma neu gedacht: Vision trifft Strategie**

Complex Pharmaceuticals steht für

- die Unabhängigkeit von Drittstaaten in Sachen Arzneimittelproduktion,
- die Rückverlagerung von Produktionskompetenz nach Österreich bzw. Europa,
- nachhaltige Prozesse über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg sowie
- ein modernes Mindset mit Startup-Feeling für Mitarbeiter:innen.

Diese Ambitionen und diese zukunftsweisende Grundhaltung übersetzt *komma4* in klare Botschaften – mediengerecht für unterschiedliche Zielgruppen adäquat aufbereitet (die Branche, politische Stakeholder, künftige Mitarbeiter:innen, potenzielle Partner etc.) und meinungsstark.

#### **Employer Branding als Wachstumshebel**

Hinzu kommt: Bis 2028 benötigt das junge und stark wachsende Unternehmen bis zu 60 neue Mitarbeiter:innen. Kommunikation ist dabei kein Nebenschauplatz, sondern ein entscheidender Wachstumsmotor. Durch gezielte und kontinuierliche Berichterstattung zum Standortausbau, zur Unternehmenskultur, zu den verfügbaren Stellen und der damit einhergehenden Sichtbarkeit in

relevanten Publikums-, Regional-, Wirtschafts- und Karrieremedien unterstützt *komma4* aktiv den Aufbau einer starken (Arbeitgeber-)Marke.

### **Ganzjahresstrategie mit Substanz**

Für eine maximale Außenwirkung und eine nachhaltige Markenbildung verbinden wir Earned Media zudem gezielt mit strategisch gesetzten Paid-Maßnahmen. So basiert unsere Arbeit auf einem klar strukturierten Kommunikationsmix aus

- laufenden unternehmensstrategischen PR-Maßnahmen mit klaren Messages,
- gezieltem CEO-Positioning von General Manager Christoph Reinwald sowie
- ergänzender Präsenz in ausgewählten österreichischen Medien durch einen ausgeklügelten Mediaschaltplan.

### **Fazit**

Complex Pharmaceuticals ist mehr als nur ein neues Pharmaunternehmen. Es ist ein Standortbekenntnis, ein Innovationsprojekt und ein strategischer Impuls für eine nachhaltige und unabhängige europäische Arzneimittelproduktion. *komma4* sorgt dafür, dass genau diese Geschichte gehört wird.