

## **Auszeichnung für beste Kommunikation in der Gesundheitsbranche**

### **5. KommGe vergibt Awards für gelungene Kommunikationsarbeit**

Hamburg, 27. Oktober 2011 – Der Kommunikationskongress der Gesundheitswirtschaft, der heute in Hamburg zu Ende ging, hat mehr als 250 Kommunikationsverantwortliche und Entscheider aus Kliniken, Krankenversicherungen, Industrie und Agenturen aus dem gesamten Bundesgebiet sowie Redakteure medizinischer Fachmedien zusammen gebracht. Bei der zweitägigen Tagung ging es vor allem um die Frage: Wie kann Kommunikation im Gesundheitssektor noch patientenorientierter und professioneller werden? Um die Branche weiter zu fachlicher Verbesserung zu ermutigen, hat der KommGe Preise für besonders gelungene Kommunikation in den Kategorien „Beste Kampagne“, „Beste Patienten-/Kundenkommunikation“, „Beste Professionalisierungsidee“ sowie „Beste Innovation“ vergeben. Für die Sonderpreise „Top 5 der deutschen Klinik-Pressestellen“ haben 11 Fachmedien die Pressestellen bewertet.

Die rund 40 Einreichungen für die Awards umfassten ein breites Spektrum kommunikativer Ideen, darunter sowohl komplette Kampagnen als auch einzelne innovative Kommunikationsinstrumente, TV- und Online-Angebote oder Veranstaltungen. „Die Branche produziert jede Menge gute Ideen, um Patienten zu erreichen und auf Services und Produkte aufmerksam zu machen. Die Entscheidung für die KommGe-Preise war nicht einfach“, sagte Siegmur Eligehausen, Veranstalter des Kongresses, anlässlich der Preisverleihung am Mittwochabend im ‚Elbwerk‘ Hamburg. Angela Lehnert, Geschäftsführerin von we care communications, Kooperationspartner des KommGe und Mitglied der Jury, sagte: „Besonders am Herz lag es uns, Projekte auszuzeichnen, die crossmedial konzipiert sind und neue Kommunikationsinstrumente souverän mit einbeziehen.“

### **Beste Kampagne**

Gewinner in der Kategorie ‚Beste Kampagne‘ ist die **Psychiatrie der Charité im St. Hedwig-Krankenhaus** in Berlin mit dem Projekt "Beende Dein Schweigen, nicht Dein Leben". Hintergrund der Kampagne ist die Tatsache, dass in Deutschland junge Frauen aus türkischstämmigen Familien etwa doppelt so häufig Selbstmord begehen wie Gleichaltrige ohne Migrationshintergrund. Das mit Bundesmitteln finanzierte Forschungsprojekt ergänzte die Charité durch eine Aufklärungskampagne, die die Öffentlichkeit sensibilisieren und zugleich den Betroffenen konkrete Hilfsangebote machen sollte. „Ein wirklich gelungener Beitrag nicht nur aus Sicht der Kommunikation, sondern auch für die gesellschaftliche Diskussion“, begründet Eligehausen die Entscheidung der Jury. „Die umfangreiche mediale Berichterstattung wurde mit einem vergleichsweise geringen Budget initiiert. Dies weist darauf hin, dass die Medien professionell auf das Thema aufmerksam gemacht wurden und diese das Thema für wichtig und berichtenswert hielten.“

### **Beste Patientenkommunikation**

Für die ‚beste Patientenkommunikation‘ wurde das Projekt „pulsschlag.tv“ der **Kliniken Essen-Mitte** ausgezeichnet. Für das Patienten-TV-Magazin wurden dabei die Inhalte eines bestehenden Klinikmagazins durch ein interaktives und multimediales Online-Format ergänzt. Alle Formate sind untereinander optimal vernetzt: Das Printmagazin kann online abonniert werden, die Online-Version wird im Printmagazin beworben und Fachartikel werden via RSS-Feeds mit der Klinikwebsite verbunden. „Uns hat überzeugt, wie hier die verfügbaren Mittel medienübergreifend eingesetzt wurden“, sagt Lehnert. „Die Klinik hat damit auch ihre Attraktivität für Patienten deutlich gesteigert.“

### **Beste Professionalisierungsidee**

Für die ‚beste Professionalisierungsidee‘ wurden die **Paracelsus-Kliniken Deutschland** ausgezeichnet. Die zentrale Unternehmenskommunikation hat für die Strukturierung und Professionalisierung der Veranstaltungen an den 23 Standorten der Klinikgruppe ein Eventmanagement-Handbuch verfasst. Ziel ist es, die Planungen, Durchführung und Abläufe von Veranstaltungen aller Art zu professionalisieren und zu standardisieren, damit sie nach außen als positive Visitenkarte des Unternehmens wahrgenommen werden können. „Das Projekt überzeugte durch seinen radikal praktischen Ansatz“, sagt Eligehausen, „So finden sich in dem Handbuch auf mehr als 70 Seiten zahlreiche Checklisten für jede Art von Veranstaltung, auch für Event-Profis eher banal erscheinende Dinge werden thematisiert und gelöst. Damit können die Mitarbeiter vor Ort mit überschaubaren Mitteln noch bessere Ergebnisse erzielen.“

### **Sonderpreis Innovation**

Der ‚Sonderpreis Innovation‘ geht an das **St. Marienkrankenhaus in Siegen** für seine Online-Marketing-Strategie „Virales Marketing“. Das Krankenhaus hat als erste Klinik bundesweit konsequent social media für diverse Kampagnen eingesetzt, war als erstes Haus auf Twitter vertreten und machte jüngst mit dem bundesweit ersten Klinik-App Schlagzeilen. „Wir fanden es bemerkenswert, wie beherzt der Kollege aus Siegen gegen alle Bedenken vorgegangen ist. Er konnte nachweisen, dass social media für Kliniken funktionieren und dass es außerdem das Image in der Öffentlichkeit verbessern kann“, begründet Angela Lehnert die Jury-Entscheidung.

### **Sonderpreis Top 5 der Deutschen Klinikpressestellen**

Für diesen Preis wurden die führenden 11 Fachmedien in der Gesundheitsbranche gebeten, gemeinsam mit dem 5. KommGe die besten Klinik-Pressestellen Deutschlands zu wählen; an der Umfrage beteiligten sich nahezu alle Fachverlage. Insgesamt wurden 29 Kliniken und Klinik-Gruppen vorgeschlagen.

Das Ranking der Chefredakteure und Journalisten der Fachmedien für die TOP-5 der besten Klinik-Pressestellen ergab:

1. Platz: Sana Kliniken AG
2. Platz: Universitätsklinikum Hamburg-Eppendorf (UKE)
3. Platz: St. Marienkrankenhaus Siegen
4. Platz: Klinikum Augsburg
5. Platz: UniversitätsKlinikum Heidelberg.

„Die Bewertung der Fachpresse zeigt uns, dass durchaus auch kleinere Häuser mit geringerem Personalstab eine professionelle und von den Journalisten der Fachzeit-

schriften geschätzte und erfolgreiche Fachpressearbeit leisten können“, kommentierte Eligehausen das Ergebnis, des von ihm konzipierten Sonderpreises. „Wir wollen mit den TOP-5 die tägliche und engagierte Arbeit der Klinik-Pressestellen würdigen. Da Vergleichbarkeit aufgrund der zumeist regionalen Ausrichtung der Klinik-Pressearbeit schwierig ist, haben wir nach einer gemeinsamen Schnittmenge für alle gesucht: Das sind die Fachmedien. Und wer kann die Pressearbeit besser beurteilen als ihre Chefredakteure und Journalisten!“ „Zur professionellen Unternehmenskommunikation von Kliniken gehören natürlich die Fachzeitschriften dazu. Denn Veröffentlichungen und Artikel in den Fachzeitschriften werden innerhalb und außerhalb der Klinik sowie in der gesamten Branche wahrgenommen und gelesen“, betonte Eligehausen.

An dem Ranking beteiligten sich die Ärzte Zeitung; der Bibliomed-Verlag mit den Zeitschriften f&w, Die Gesundheitswirtschaft und die Schwester der Pfleger; Das Krankenhaus; KU – Gesundheitsmanagement, KMI – Klinikmarkt Inside; KMU – Das Gesundheitswirtschaftsmagazin; Krankenhaus und Management sowie die Fachmedien des Vincentz-Verlags.

## Übersicht der Gewinner

| Kategorie                        | Gewinner  | Ansprechpartner   |
|----------------------------------|---|---|
| Beste Kampagne                   | Psychiatrie der Charité im St. Hedwig-Krankenhaus   | Dr. Meryam Schouler-Ocak<br>Ltd. OÄ der Psychiatrischen<br>Universitätsklinik der Charité<br>im St. Hedwig-Krankenhaus<br>Tel.: 030 / 2311 2123<br><a href="mailto:meryam.schouler-ocak@charite.de">meryam.schouler-ocak@charite.de</a> |
| Beste Patientenkommunikation     | Kliniken Essen-Mitte  | Björn Kasper<br>Kliniken Essen-Mitte Evang.<br>Huysens-Stiftung/ Knapp-<br>schaft GmbH<br>Tel. 0201 / 174 10022<br><a href="mailto:b.kasper@kliniken-essen-mitte.de">b.kasper@kliniken-essen-mitte.de</a>                               |
| Beste Professionalisierungsidee  | Paracelsus Kliniken Deutschland   | Simone Hoffmann<br>Paracelsus-Kliniken<br>Deutschland<br>Tel. 0541 / 6692 121<br><a href="mailto:simone.hoffmann@pk-mx.de">simone.hoffmann@pk-mx.de</a>   |
| Sonderpreis Innovation           | St. Marienkrankenhaus Siegen  | Christian Stoffers<br>St. Marien-Krankenhaus Siegen<br>gem. GmbH<br>Tel.: 0271 / 231 2115<br><a href="mailto:C.Stoffers@marienkrankenhaus.com">C.Stoffers@marienkrankenhaus.com</a>   |
| Top 5 Deutsche Klinikpresstellen | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sana Kliniken AG</li> <li>2. Universitätsklinikum Hamburg</li> <li>3. Marienkrankenhaus Siegen</li> <li>4. Klinikum Augsburg</li> <li>5. Universitätsklinikum Heidelberg</li> </ol> |   |

Für Rückfragen wenden Sie sich bitte an [presse@kommge.de](mailto:presse@kommge.de)

Weitere Informationen: [www.kommge.de](http://www.kommge.de)