



Die Gewinner des KlinikAward 2011

„Managerin des Jahres“

Irmtraut Gürkan, Universitätsklinikum Heidelberg

„Bestes Klinikmarketing“

Privatklinikgruppe Hirslanden, Zürich

„Beste Marketinginnovation“

1. Preis

Krankenhaus Barmherzige Brüder Regensburg - Application „Baby App“

Mit der Application „APP BB Baby“ bekommen werdende Eltern einen mobilen, interaktiven und personalisierbaren Wegbegleiter für die Zeit der Schwangerschaft. Durch die App kommuniziert die Geburtsklinik St. Hedwig ihr Leistungsspektrum zielgruppenorientiert über ein innovatives Medium an die werdenden Eltern.

2. Preis

Barmherzige Schwestern Linz - Kampagne „Schenke einen Moment Freude“

Die facebook Kampagne „Schenke einen Moment Freude“ zeigt eine Möglichkeit der sinnvollen und erfolgreichen Integration von facebook in die Kommunikationsarbeit eines Krankenhauses - direkt, persönlich, modern.

3. Preis

Vivantes Netzwerk für Gesundheit – Kampagne „Guck mal Gesundheit“

Moderne, quirlige Kampagne quer über alle Kommunikationskanäle. „Guck mal Gesundheit“ verankert „Vivantes“ mitten in Berlin. Vivantes ist Berlin. Berlin ist Vivantes.

„Bestes Personalmarketing“

1. Preis

St. Franziskus-Hospital Münster - Imagekampagne für den Pflegeberuf

Kampagne zur Nachhaltigen Image-Verbesserung des Pflegeberufs. Die eigenen Mitarbeiter des Pflegedienstes geben in der Kampagne ein glaubwürdiges, authentisches Bild von Ihrer täglichen Arbeit. Durch die Authentizität entsteht ein nachvollziehbares, positives Bild der Pflege.

2. Preis

SHG Kliniken Völklingen - „Vereinbarkeit von Familie und Beruf“

Das oft diskutierte Schlagwort „Work-Life-Balance“ wird in den SHG Kliniken Völklingen aktiv umgesetzt. Das Projekt „Vereinbarkeit von Familie und Beruf“ fördert nicht nur die Attraktivität für bestehende Mitarbeiter sondern wird zielgerichtet in der Kommunikation nach außen eingesetzt.

3. Preis

Bethlehem Gesundheitszentrum Stolberg - „Lebensarbeitszeitkonten“

Die Einführung von Lebensarbeitszeitkonten im Bethlehem Gesundheitszentrum Stolberg ermöglicht Mitarbeitern eine flexible Lebensgestaltung. Die Angestellten zahlen einen Teil der Vergütung in ein Zeitwertkonto ein, mit dem Ziel, künftig über bezahlte Freizeit zu verfügen.



„Bestes Zuweisermarketing“

1. Preis

Krankenhaus der Barmherzigen Schwestern Linz - Zuweisermanagement

Aufbau von stabilen Beziehungen zu den einweisenden Allgemeinmedizinerinnen und Internisten durch eine optimierte Kommunikationsstruktur und Schaffung von durchgängigen Ablaufprozessen.

2. Preis

Kliniken des Landkreises Göppingen - Personalisierte Zuweiserbetreuung

Die Kliniken des Landkreises Göppingen setzen auf eine personalisierte Zuweiserbetreuung durch einen Klinik-Außendienst. Zwei Mitarbeiter des Klinikums kümmern sich persönlich um die Belange der zuweisenden Ärzte und garantieren so eine geschlossene Kette zwischen Kliniken und Einweisern.

3. Preis

Katholisches Klinikum Duisburg - Innovatives CRM für Kliniken

Aufbau eines systematischen Einweisermanagements auf Grundlage einer umfassenden Marktanalyse anhand qualitativer und quantitativer Befragungen.

Ansprechpartnerin: Barbara Jung

„Bestes Geburtshilfemarketing“

1. Preis

Evangelisches Diakoniekrankenhaus Freiburg - *Imagekampagne des Krankenhauses und der Geburtshilfe*

Umsetzung des Unternehmensmottos: „*Nahe am Menschen*“ im sensiblen Umfeld Geburt. Die Kampagne steigert die Wahrnehmung als modernes, innovatives und trotzdem menschnahes Krankenhaus.

2. Preis

Alice Hospital Darmstadt - *Maßnahmen zur Steigerung der Geburtenzahl*

Die umfassende Neugestaltung der Geburtshilfemarketingmaßnahmen mit der sehr zielgerichteten Ansprache werdender Eltern ermöglichte dem Alice Hospital Darmstadt eine unmittelbare Steigerung der Geburtenzahlen.

3. Preis

Klinikum Ingolstadt - *Betreuung werdender Eltern*

Umfassende Betreuung werdender Eltern im Rahmen des MutterKindZentrums. Das Ziel: Kundenbindung weit über die Geburt hinaus.

Ansprechpartnerin: Claudia Meyer

„Bestes Klinikfundraising“

1. Preis

Vestische Kinder-und Jugendklinik Datteln - *Einrichtung eines Kinderpalliativzentrums*

Im Kinderpalliativzentrum werden Kinder und Jugendliche medizinisch und psychologisch betreut, die an einer unheilbar lebensverkürzenden Grunderkrankung leiden. Das Kinderpalliativzentrum wird zu 95% durch Spenden finanziert.

Förderpreis

Augenklinik Lohr am Main - *Southern Cross Eye Foundation*

Die Stiftung bietet professionelle, augenärztliche Hilfe für mittellose, sehgeschwache und blinde Menschen im südlichen Afrika an.

Förderpreis

Kath. Marienkrankenhaus Hamburg – *Neugestaltung Freundes- und Förderkreis*

Der bestehende Freundes- und Förderkreis erhält einen neuen Anstrich mit modernem Aussehen und Kundenbindungselementen.

„Bester Klinikfilm“

1. Preis

Luise von Marillac Klinik – *Imagefilm Brustkrebs-Reha*

Emotionaler und authentischer Imagefilm, der das Thema Brustkrebst-Reha bei jüngeren Frauen äußerst sensibel und glaubwürdig thematisiert und darstellt.

2. Preis

Alice Hospital Darmstadt - *Imagefilm*

Darstellung des Alice Hospitals Darmstadt mit einer besonders emotionalen Ansprache der Betrachter.



3. Preis

Kliniken Essen-Mitte – Informationsfilmreihe „pulsschlag.tv“

Ein eigenes Redaktionsteam der Klinik produziert informative und unterhaltsame Filmbeiträge, welche die handelnden Personen der Klinik auf vertrauenswürdige Weise präsentieren.

Gewinner des Awards „Bestes Rehamarketing“

Luise von Marillac Klinik – „Näher dran an den Bedürfnissen jüngerer Patienten“

Das ganzheitliche, emotionale 360° Kommunikationskonzept der Luise von Marillac Klinik thematisiert gezielt die Bedürfnisse jüngerer Frauen die an Brustkrebs erkrankt sind.