

Verleihung der KU-Awards

## **Ausgezeichnete Arbeit: Die Helios Region Ost sichert sich insgesamt 4 KU-Awards für innovative Marketing-Kampagnen**

**Auch in diesem Jahr hat das Fachmagazin KU Gesundheitsmanagement wieder besonders erfolgreiche und innovative Klinik-Marketing-Konzepte ausgezeichnet. Trotz Krisenstatus und erschwerten Bedingungen überzeugte die Helios Region Ost und konnte sich in vier verschiedenen Kategorien eine Top-Platzierung sichern.**

Zwei Monate nach Bewerbungsschluss hat das Fachmagazin KU Gesundheitsmanagement die Sieger der KU Awards 2020 verkündet. Im Rahmen des Auswahlprozesses besonders innovativer Projekte hat die Fachjury des Magazins die eingereichten Kampagnen der teilnehmenden Krankenhäuser, Kliniken, Rehakliniken und Unternehmen aus der Gesundheitswirtschaft hinsichtlich ihrer Strategie, ihrer Innovationskraft und ihrer Originalität bewertet. Nachdem das Helios Klinikum Berlin-Buch sich in den vergangenen Jahren bereits einen festen Platz auf dem Siegerpodest sichern konnte, hat dieses Jahr die gesamte Helios Region Ost überzeugt und wurde in der Kategorie Sonderpreis mit dem 1. Platz, in der Kategorie Klinikmarketing und in der Kategorie Onlinemarketing mit dem 2. Platz sowie in der Kategorie Employer Marketing mit dem 3. Platz ausgezeichnet.

Der Regionalgeschäftsführer der Helios Region Ost, Prof. Dr. Sebastian Heumüller, freut sich mit seinen Kollegen über den gemeinsamen Erfolg: „Ich finde es bemerkenswert, dass wir gerade in diesem Jahr, das uns vor einige Herausforderungen gestellt hat, als Region so erfolgreich zusammengearbeitet haben. Unser Teamwork wurde gebührend ausgezeichnet, worauf wir sehr stolz sein können. Ich bin froh, ein so engagiertes Team von Marketingexperten in der Region zu haben.“

### **Erfolgreiche Klinik-Kampagnen: Das sind die Siegerprojekte**

Den ersten Platz in der Kategorie Sonderpreis hat die Helios Verwaltung Ost für ihr digitales Veranstaltungsformat „Wenn analog versagt: Digitale Live-Chats“ erhalten. Hintergrund des Projektes waren die durch die Corona-Krise bedingten massiven Einschränkungen im Event-

Bereich und die damit verbundene Absage sämtlicher Veranstaltungen in den Helios Kliniken. Auf der Grundlage einer detaillierten Zielgruppenanalyse und der Auswahl der richtigen Kanäle entwickelten sich die Livestreams auf Facebook und Instagram, virtuelle Kreißsaalführungen, Azubi Live-Chats, Live-Online-Seminare mit Ärzten sowie Online-Konferenzen zu beliebten Veranstaltungsformaten mit steigenden Zuschauerzahlen.

Anja Himmelsbach, Abteilungsleiterin der Bereiche Unternehmenskommunikation und Marketing in Buch, bestätigt: „Virtuelle Ereignisse bieten uns auch in Zeiten des Social Distancing die Möglichkeit, mit den Menschen in Kontakt zu bleiben und die Interaktion mit ihnen zu fördern. Wir sind uns sicher: Es bleibt auch nach Corona digital.“

### **Die Etablierung des Helios-Newsrooms: Der 2. Platz in der Kategorie Klinikmarketing**

Um noch ressourcenschonender und effektiver kommunizieren zu können, haben die 19 Kliniken der Helios Region Ost in den vergangenen Monaten einen gemeinsamen Newsroom etabliert. Damit sowohl Patienten als auch Mitarbeiter besonders in der Hochphase der Ausbreitung der Corona-Pandemie mit den richtigen Informationen versorgt werden konnten, nutzte das Newsroom-Team bestehend aus den Abteilungsleitern Anja Himmelsbach, Katharina Kurzweg, Martin Wachter und Stefan Möslein vor allem die Vielseitigkeit und Informationsbreite der Sozialen Medien. Über die digitalen Kanäle Facebook, Twitter und Instagram wurden relevante Themen aufgegriffen und mittels kreativer Contentformate zurückgespielt. Die Vorteile des neuen Organisationsmodells? Kurze Kommunikationswege, flexibles Arbeiten, mehr Überblick und Transparenz sowie eine bessere Reaktions- und Aktionsfähigkeit.

### **Online- und Employer-Marketing: Mehr Interaktion durch innovative Formate**

Ebenfalls den 2. Platz belegte die Helios Region Ost für ihre Influencer-Marketing-Strategie in der Kategorie Onlinemarketing. Das Ziel der Kooperationen mit Influencern war und wird es auch in Zukunft sein, die Reichweite der Social Media-Bekanntheiten in Interaktionen sowie Leads / Conversions umzuwandeln und das Employer Branding der Helios Kliniken nachhaltig zu stärken. Somit soll der Fokus zunehmend auf die Bindung zwischen bestehenden sowie potentiellen Arbeitnehmern und den Helios Kliniken als moderner und attraktiver Arbeitgeber gerichtet werden.

Ein Ansatz, mit dem sich die Helios Region Ost und die Kliniken Sachsen-Anhalt auch in der Kategorie Employer Branding den dritten Platz sichern konnten. Unter dem Motto „Ab jetzt anders“ war es das Ziel der Imagekampagne, Mitarbeiter als Sprachrohr der Kliniken einzusetzen und potentielle Bewerber mit einer emotionalen Ansprache und realen Identifikationsmöglichkeiten nachhaltiger zu erreichen.

Nach einem fordernden, aber auch erfolgreichen Jahr 2020 freut sich das Team der Unternehmenskommunikation darauf, auch im kommenden Jahr spannende Projekte und innovative Kampagnen umzusetzen, mit denen die Helios Region Ost sowohl analog, vor allem aber auch digital weiterhin als zuverlässiger und starker Partner in Gesundheitsfragen wahrgenommen wird.



**Bildunterschrift:** Das Marketing-Team der Helios Region Ost sichert sich insgesamt 4 KU-Awards für innovative Marketing-Kampagnen.

**Fotocredit:** Dorothee Sykora | Helios Kliniken

---

Das **Helios Klinikum Berlin-Buch** ist ein modernes Krankenhaus der Maximalversorgung mit über 1.000 Betten in mehr als 60 Kliniken, Instituten und spezialisierten Zentren sowie einem Notfallzentrum mit Hubschrauberlandeplatz. Jährlich

werden hier mehr als 55.000 stationäre und über 144.000 ambulante Patienten mit hohem medizinischem und pflegerischem Standard in Diagnostik und Therapie fachübergreifend behandelt, insbesondere in interdisziplinären Zentren wie z.B. im Brustzentrum, Darmzentrum, Hauttumorzentrum, Perinatalzentrum, der Stroke Unit und in der Chest Pain Unit. Die Klinik ist von der Deutschen Krebsgesellschaft als Onkologisches Zentrum und von der Deutschen Diabetes Gesellschaft als „Klinik für Diabetiker geeignet DDG“ zertifiziert. Gelegen mitten in Berlin-Brandenburg, im grünen Nordosten Berlins in Pankow und in unmittelbarer Nähe zum Barnim, ist das Klinikum mit der S-Bahn (S 2) und Buslinie 893 oder per Auto (ca. 20 km vom Brandenburger Tor entfernt) direkt zu erreichen.

**Helios** ist Europas führender privater Krankenhausbetreiber mit insgesamt rund 110.000 Mitarbeitern. Zum Unternehmen gehören unter dem Dach der Holding Helios Health die Helios Kliniken in Deutschland sowie Quirónsalud in Spanien. Rund 21 Millionen Patienten entscheiden sich jährlich für eine medizinische Behandlung bei Helios. 2019 erzielte das Unternehmen einen Gesamtumsatz von 9,2 Milliarden Euro.

In Deutschland verfügt Helios über 86 Kliniken, 123 Medizinische Versorgungszentren (MVZ) und sieben Präventionszentren. Jährlich werden in Deutschland rund 5,6 Millionen Patienten behandelt, davon 4,4 Millionen ambulant. Helios beschäftigt in Deutschland fast 69.000 Mitarbeiter und erwirtschaftete 2019 einen Umsatz von rund sechs Milliarden Euro. Helios ist Partner des Kliniknetzwerks „Wir für Gesundheit“. Sitz der Unternehmenszentrale ist Berlin.

Quirónsalud betreibt 51 Kliniken, 71 ambulante Gesundheitszentren sowie rund 300 Einrichtungen für betriebliches Gesundheitsmanagement. Jährlich werden hier rund 15,4 Millionen Patienten behandelt, davon 14,6 Millionen ambulant. Quirónsalud beschäftigt rund 37.500 Mitarbeiter und erwirtschaftete 2019 einen Umsatz von über drei Milliarden Euro. Helios Deutschland und Quirónsalud gehören zum Gesundheitskonzern Fresenius.

### **Pressekontakt:**

Julia Talman

Marketing Managerin

Telefon: (030) 9401-55534

E-Mail: [julia.talman@helios-gesundheit.de](mailto:julia.talman@helios-gesundheit.de)