



WIR KÖNNEN KLINIK.

Integrierte Kommunikationslösungen
aus einer Hand

A&B One

Kommunikation macht den Unterschied

Hochwertige medizinische Leistung ist Voraussetzung für den Erfolg einer Klinik. In der Corona-Pandemie haben wir den Wert einer wohnortnahen und verlässlichen Krankenhausversorgung neu schätzen gelernt. Dies reicht dennoch nicht aus, um im Wettbewerb zu bestehen. Positionierung und Profil eines Hauses müssen für alle Anspruchsgruppen – Patienten, einweisende Ärzte, Beschäftigte, Träger, Geschäfts- und Netzwerkpartner – klar erkennbar sein. Die wirksame Kommunikation von Image und Reputation macht den Unterschied.

Aus langjähriger Erfahrung und unterstützt durch eigene Marktforschung ist A&B One vertraut mit den Herausforderungen einer sich verändernden Krankenhauslandschaft. Wir sind sensibel für die besonderen Anforderungen Ihres Hauses. Wir beherrschen die lauten und die leisen Töne. Strategische Kompetenz verbinden wir mit kreativer Leidenschaft und operativer Präzision.

Wir möchten uns Ihnen vorstellen – in fünf Arbeitsbeispielen, die den Mehrwert von Kommunikation in unterschiedlichen Kontexten markieren.

Wir freuen uns darauf, mit Ihnen ins Gespräch zu kommen.

► AGENTUR A&B ONE

Klinikkommunikation braucht ein besonderes Maß an Sensibilität, und sie braucht Erfahrung. Wir bringen beides mit.

A&B One

Die Marke macht's

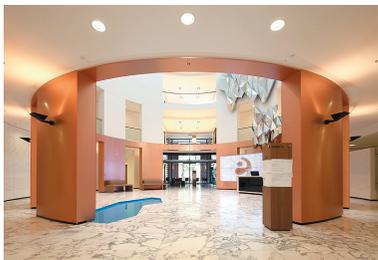
Jede Klinik hat etwas, das sie besonders und unverwechselbar macht. Doch nicht immer ist diese eigene Identität für jedermann erkennbar. Dafür braucht es eine Marke. In der Marke spiegeln sich die medizinische Leistungsfähigkeit, die Werte und die Philosophie Ihres Hauses. Beschäftigte und Patienten, einweisende Ärzte und andere Anspruchsgruppen wollen wissen, wofür Ihre Klinik steht. Die Marke ist ein Qualitätsversprechen, sie schafft Vertrauen, Ansehen und Verbundenheit. Wie pflegen und entwickeln Sie die Marke Ihres Hauses? Zeigen sie (auch) ein menschliches Gesicht?

Der Wert der Marke steht und fällt mit ihrer wirksamen Kommunikation. Eine durchdachte Markenstrategie hilft, Ihre Klinik am Markt erfolgreicher zu positionieren. Wir unterstützen Sie dabei, die Identität Ihres Hauses präzise herauszuarbeiten, damit sie nach außen erlebbar wird und nach innen Bedeutung stiftet – inhaltlich und visuell.

► ARBEITSBEISPIEL

Markenaufbau und Markenkommunikation

Das „Ethianum“ – Klinik für Plastisch-Rekonstruktive, Ästhetische Chirurgie und Präventive Medizin am Universitätsklinikum Heidelberg



HERAUSFORDERUNG

Markteinführung der neuen Klinik, Profilierung des neuartigen Charakters und ihres interdisziplinären Ansatzes



UMSETZUNG

- ➔ Entwicklung eines Corporate Design, Webdesign
- ➔ Image- und Patientenbroschüren
- ➔ Fachmedienarbeit
- ➔ Messeausstattung zur Klinikpräsentation
- ➔ Presse- und Medienarbeit lokal, regional, bundesweit
- ➔ Flankierung durch intensives SEA/SEO

Wie gut ist Ihre Klinik-Website?

Nirgendwo sonst lassen sich Image und Inhalte so aktuell, umfassend und selbstbestimmt vermitteln wie auf der eigenen Website. Kein anderer Kanal gibt Ihnen die Möglichkeit, unterschiedliche Adressatengruppen zugleich inhaltlich und emotional für Ihr Haus zu interessieren. Mit dem coronabedingten Wegfall von Präsenzformaten wird Ihre Website noch wichtiger für die Patienteninformation. Der Trend zum Bewegtbild bringt neue Anforderungen mit sich. Die Kehrseite ist, dass kommunikative Defizite, ein veraltetes Design und nicht mehr aktuelle Inhalte sofort sichtbar werden. Über Jahre gewachsene Systeme sind oft unübersichtlich, und wichtige Inhalte sind nicht leicht auffindbar.

Erfüllt Ihre Website noch die kommunikativen Ziele? Was sagen Ihnen die Zugriffszahlen auf Ihrer Website? Wie sieht es mit Suchmaschinenoptimierung, Usability und Barrierefreiheit aus? Erfüllt die Informationsarchitektur noch den Informationsbedarf Ihrer Zielgruppen? Wird Ihre Klinik auch digital erlebbar? Wir unterstützen Sie dabei, Ihren Webauftritt professionell zu bewerten und passgenau weiterzuentwickeln.

► ARBEITSBEISPIEL

Starker Auftritt

Vitos – Relaunch und Neustrukturierung des Internet-Auftritts der Vitos GmbH



HERAUSFORDERUNG

Zusammenführung der 16 Einzelauftritte der verschiedenen Gesellschaften von Vitos unter dem Dach eines neuen Konzern-Portals



UMSETZUNG

- ➔ Website-Analyse, Konzeptions-Workshop und fachkonzeptionelle Ausarbeitung
- ➔ Modulares Webdesign auf Basis des Corporate Designs der Vitos GmbH
- ➔ Interaktive und kartenbasierte Einrichtungssuche
- ➔ Gezielte Maßnahmen zur Suchmaschinenoptimierung
- ➔ Realisierung auf TYPO3, Elasticsearch-Suche für mehr Nutzerfreundlichkeit



<https://www.vitos.de>

Damit Veränderung gelingt

Fusion, Übernahme, Restrukturierung – umfassende Veränderungsprozesse sind eine besondere Herausforderung. Nicht immer führen sie zum Erfolg. Unterschiedliche Unternehmenskulturen werden oft zum unüberwindlichen Hindernis. Auch der Ausnahmezustand einer Pandemie bringt neue Abläufe und neuen Kommunikationsbedarf mit sich. Wird der „Faktor Mensch“ unterschätzt, fühlen sich die Beschäftigten nicht richtig mitgenommen, und die Integration scheitert.

Kommunikation ist der entscheidende Wirkstoff für die erfolgreiche Gestaltung von Veränderungen. Wie erreichen Sie Ihre Mitarbeitenden – analog und digital, im Intranet oder per App? Und wie erreichen Sie dabei Transparenz, Bindung und Beteiligung? Wir unterstützen Sie dabei, Ihre unternehmerischen und medizinischen Pläne um eine durchdachte Kommunikationsplanung zu ergänzen, und begleiten Sie bei der erfolgreichen Umsetzung.

► ARBEITSBEISPIEL

Fusion vorbereiten und begleiten

Stiftungsklinikum Mittelrhein/Gemeinschaftsklinikum

Mittelrhein – Das Stiftungsklinikum Mittelrhein fusionierte mit dem Gemeinschaftsklinikum Mayen-Koblenz zu einem neuen Maximalversorger – dem „Gemeinschaftsklinikum Mittelrhein“ (GKM)



StiftungsKlinikum
Mittelrhein



HERAUSFORDERUNG

Kommunikative Vorbereitung und Begleitung der trägerübergreifenden Fusion zweier traditionsstarker Klinikverbände mit konfessioneller und kommunaler Prägung



UMSETZUNG

- ➔ Strategische Beratung
- ➔ Kommunikationsmaßnahmen entlang der gesamten Prozesskette (Argumentarium, Q&A, Presseinformationen)
- ➔ Fachmedienarbeit
- ➔ Unternehmensbroschüre GKM
- ➔ Interne Kommunikation im Rahmen der Umsetzung

„Da will ich arbeiten!“

Der Fachkräftemangel in Medizin und Pflege ist eine dauerhafte Herausforderung. Herkömmliche Recruiting-Methoden reichen häufig nicht mehr aus. Der Arbeitsmarkt hat sich nahezu ausschließlich in den digitalen Raum verlagert und folgt dort neuen Regeln. Professionelle HR-Softwarelösungen verlangen auch eine zeitgemäße Präsentation von offenen Stellen.

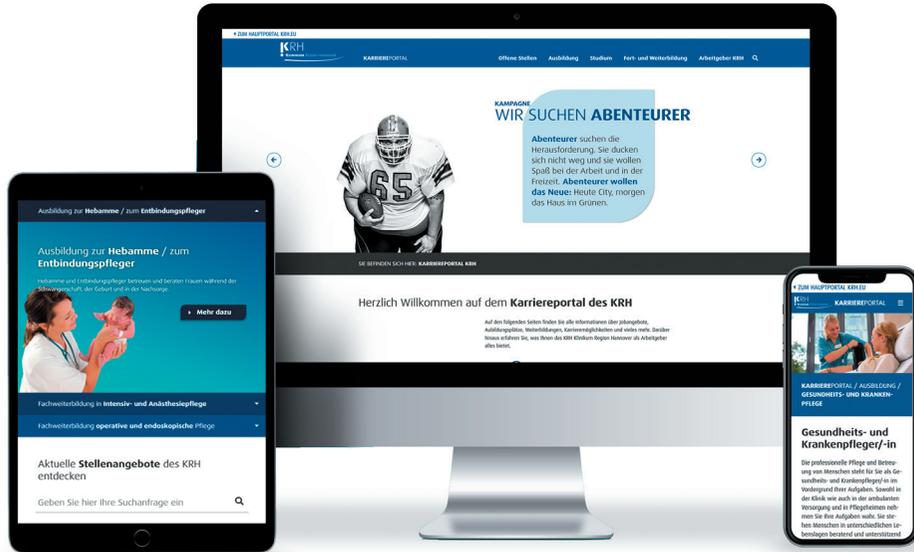
Wie präsentieren Sie Ihre Klinik als attraktiven Arbeitgeber? Warum sollen gut ausgebildete Fachkräfte bei Ihnen arbeiten wollen? Holft dabei die Systemrelevanz der neuen „Alltagsheldinnen“ und „Alltagshelden“? Wir unterstützen Sie dabei, Ihr Arbeitgeberprofil zu schärfen und dort zu platzieren, wo es Jobsuchende erreicht.

► ARBEITSBEISPIEL



Arbeitsmarkt im Netz

KRH – Entwicklung und Implementierung eines Karriereportals für die Klinikum Region Hannover GmbH



A&B One



HERAUSFORDERUNG

Ansprache jüngerer Bewerbergruppen in Berufsfeldern mit Fachkräftemangel unter Berücksichtigung neuer Wahrnehmungs- und Nutzergewohnheiten



UMSETZUNG

- ➔ Neukonzeption und Design des Karriereportals
- ➔ Entwicklung des Gestaltungskonzeptes unter Berücksichtigung aktueller UX-Standards
- ➔ Flexible, technisch responsive und barrierefreie Module
- ➔ Entwicklung von Schnittstellen zum Bewerbermanagement-System
- ➔ Umfassende und differenzierte Stellenangebotsuche
- ➔ Präsentation der offenen Stellen bei Google Jobs



<https://karriere.krh.de>

Bleiben Sie handlungsfähig

Fehler im Medizinbetrieb, Angriffe auf die IT-Struktur, persönliche Verfehlungen einzelner Mitarbeiter, mediale Skandalisierungen, der Umgang mit Pandemien – der Klinikalltag birgt vielfältige Risiken. Häuser, die auf den Ernstfall nicht vorbereitet sind, können nachhaltig Schaden nehmen. Denn in der Krise geht es um mehr als die Lösung eines Problems. Vertrauen und Reputation stehen auf dem Spiel. Risikomanagement, Krisenprävention und Krisenreflexion sind deshalb essenzielle Bestandteile der Klinikkommunikation.

Krisenszenarien lassen sich antizipieren, planvolle Kommunikation kann man vorbereiten, wenn man aus Krisenerfahrung lernt. Denn in Krisensituationen gelten eigene Regeln – Corona hat das umso deutlicher gemacht. Wir unterstützen Sie beim Aufbau eines Krisenmanagements, das Ihr Haus befähigt, die eigene Risikolage präzise zu erfassen und auch im akuten Krisenfall kommunikativ handlungsfähig zu bleiben.

► ARBEITSBEISPIEL



Wirksames Krisenmanagement

Zahlreiche Beratungsmandate mit unterschiedlicher Aufgabenstellung in Kliniken unterschiedlicher Versorgungsstufen

Ohne Genehmigung vom Richter

Parkinson-Patient in ~~Kahn~~ Klinik ~~stundenlang unerlaubt fixiert~~

Hygiene-Skandal in Krankenhaus

Klinik-Geschäftsführer tritt zurück

~~Kahn~~

Klinik sieht sich zu Unrecht am Pranger

NACH RTL-REPORTAGE

Nach Skandal im Klinikum ~~Kahn~~ Jetzt ermittelt die Staatsanwaltschaft

12. Februar 2016, 16:36 Uhr Hackerangriff

Computervirus legt Klinik in ~~Kahn~~ lahm



HERAUSFORDERUNG

Ad-hoc-Unterstützung, planvolle Intervention und Gewährleistung der kommunikativen Handlungsfähigkeit vor dem Hintergrund eines eingetretenen Krisenfalls



UMSETZUNG

- ➔ Strategische Beratung
- ➔ Coaching des Führungspersonals
- ➔ Materialien für die interne und externe Kommunikation
- ➔ Operative Unterstützung der Presse- und Medienarbeit

Über uns

Gesundheitskommunikation ist ein Kernstück unseres Leistungsangebotes. Seit vielen Jahren beraten und unterstützen wir unterschiedliche Akteure im Gesundheitswesen bei der Umsetzung ihrer internen und externen Kommunikationsprojekte.

A&B One arbeitet interdisziplinär. An unseren Standorten in Frankfurt und Berlin entstehen Kommunikationslösungen aus einem Guss. Als „Community der Spezialisten“ orientieren wir uns dabei an den spezifischen Anforderungen und Möglichkeiten unserer Kunden.

Unser Versprechen: Kommunikation, die wirkt.

Lassen Sie uns miteinander ins Gespräch kommen.



► IHRE ANSPRECHPARTNER

A&B One

Ausschließlich zum Zweck der besseren Lesbarkeit wird auf die geschlechtsspezifische Schreibweise verzichtet. Alle personenbezogenen Bezeichnungen sind somit geschlechtsneutral zu verstehen.

Sprechen Sie uns an



Katja Voigt
Beratung



Volker Markmiller
Beratung

A&B One Kommunikationsagentur GmbH

Büro Frankfurt

Clemensstraße 10
60487 Frankfurt am Main
Tel +49 69 92010-0

Büro Berlin

Kastanienallee 26
10435 Berlin
Tel +49 30 24086-00

gesundheitsteam@a-b-one.de

www.a-b-one.de

A&B One