
„Marken brauchen starke Botschafter“

Die Rolle der Chefärzte in einem verbundweiten Marketing

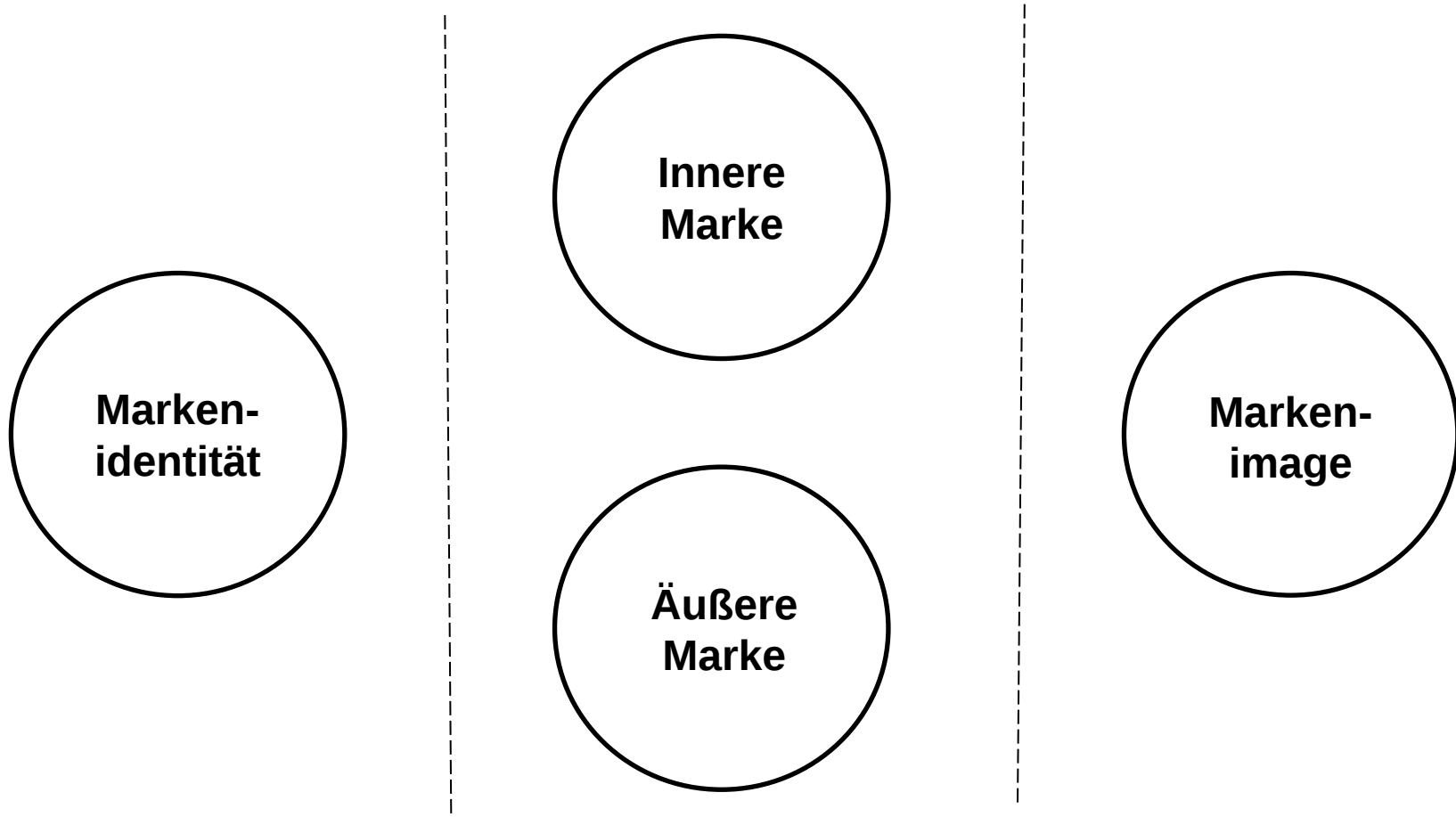
VLÄ-KBS | 21.04.2023

Atlantic Congress Hotel, Essen

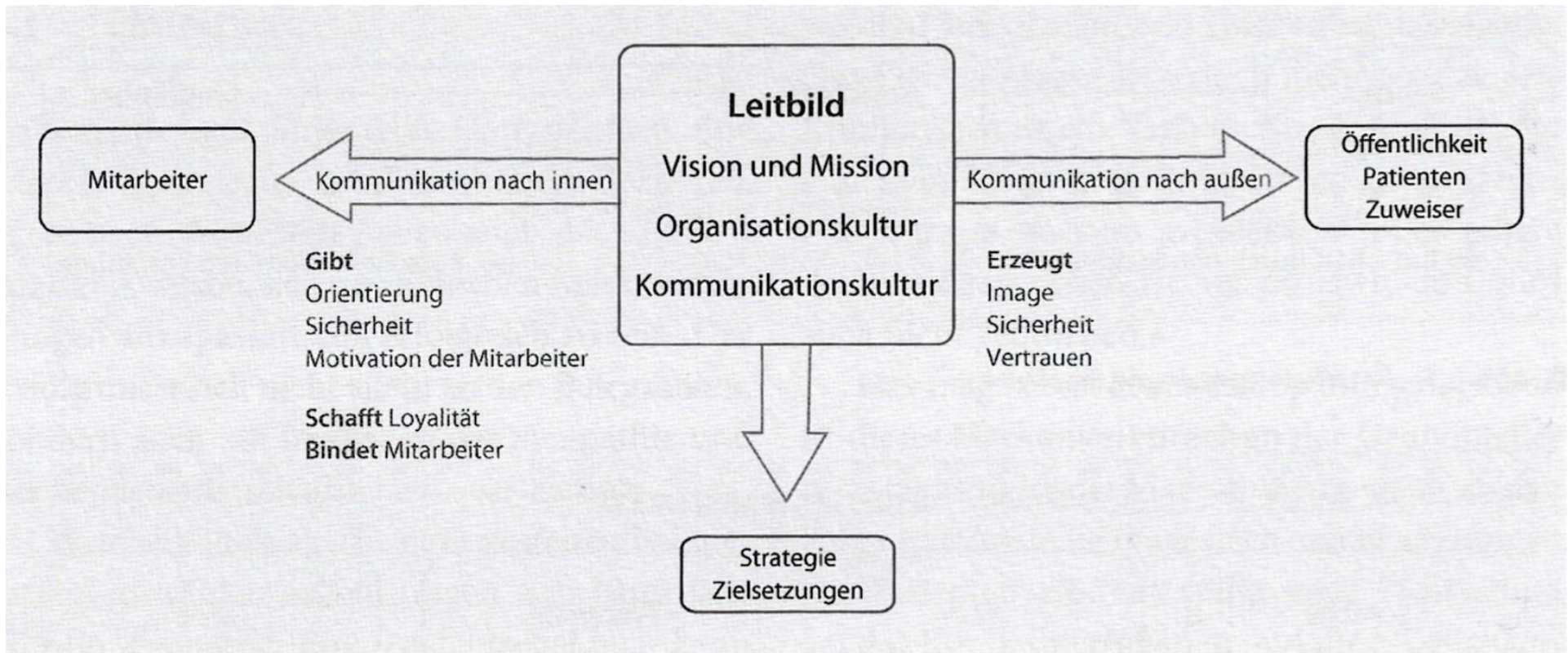
„Marke werden kann ich nur,
wenn ich **Leidenschaft** und
Begeisterung für das was ich
tue, **empfinde**“

(Domenic Multerer)

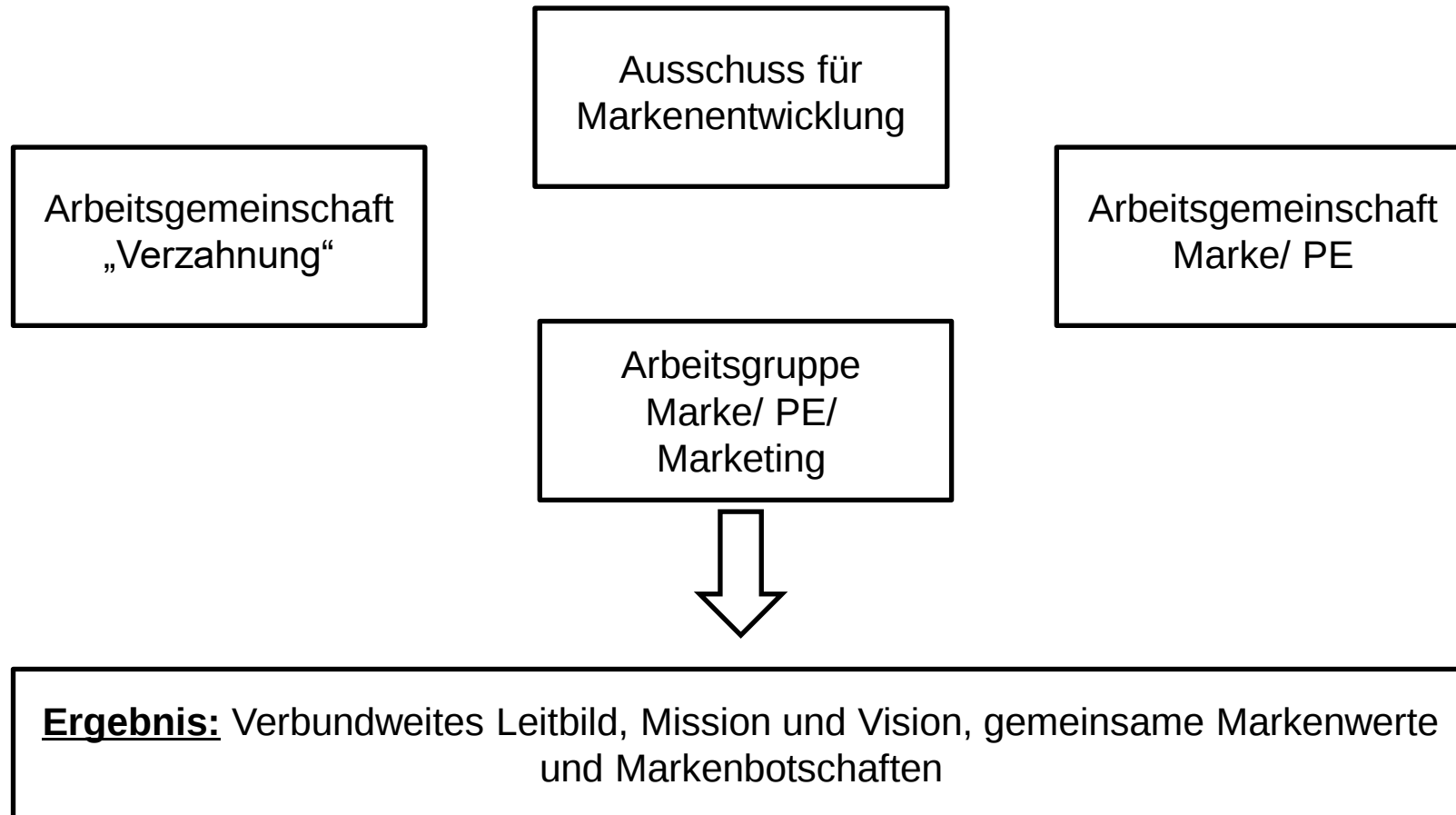
Marken sind Versprechen



(Unternehmens-)Marke

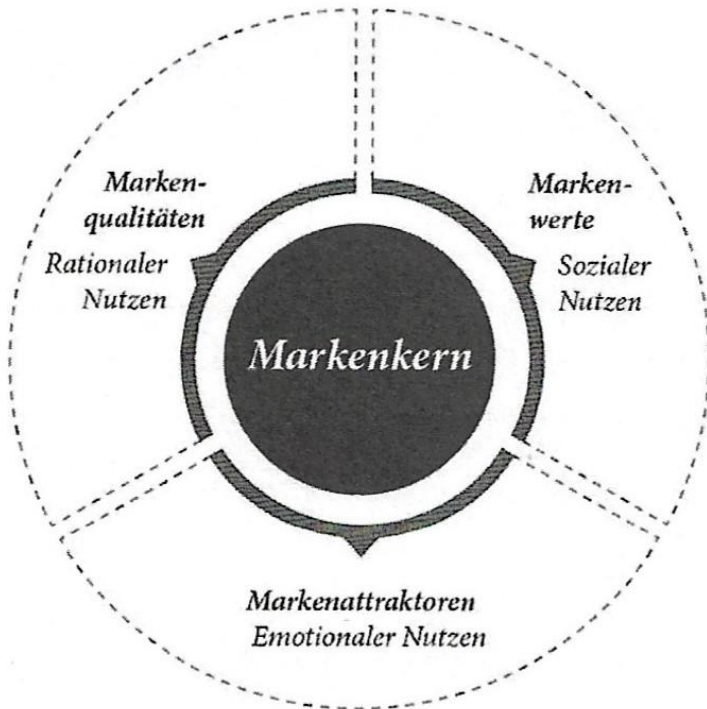


Strukturierte Zusammenarbeit



Markenkern

Eine Marke bietet im Kern einen dreifachen Nutzen!



Markenqualitäten: rationaler/ funktionaler Nutzen

(entspricht den „echten“ Qualitäten, den Hard Facts. Hier kann getestet und verifiziert werden.

Ergebnis dieses Nutzens ist: **Sicherheit**

Markenattraktoren: emotionaler Nutzen

Die Fähigkeit der Marke dem Nutzer ein spezifisches Gefühl zu vermitteln oder empfinden zu lassen.

Ergebnis dieses Nutzens ist: **Attraktivität**

Markenwerte: sozialer Nutzen

Sozialer Nutzen ist gegeben, wenn sich Menschen zugehörig fühlen. Es geht um die Kraft der Gemeinschaft und der Identität.

Ergebnis dieses Nutzens ist: **Authentizität**

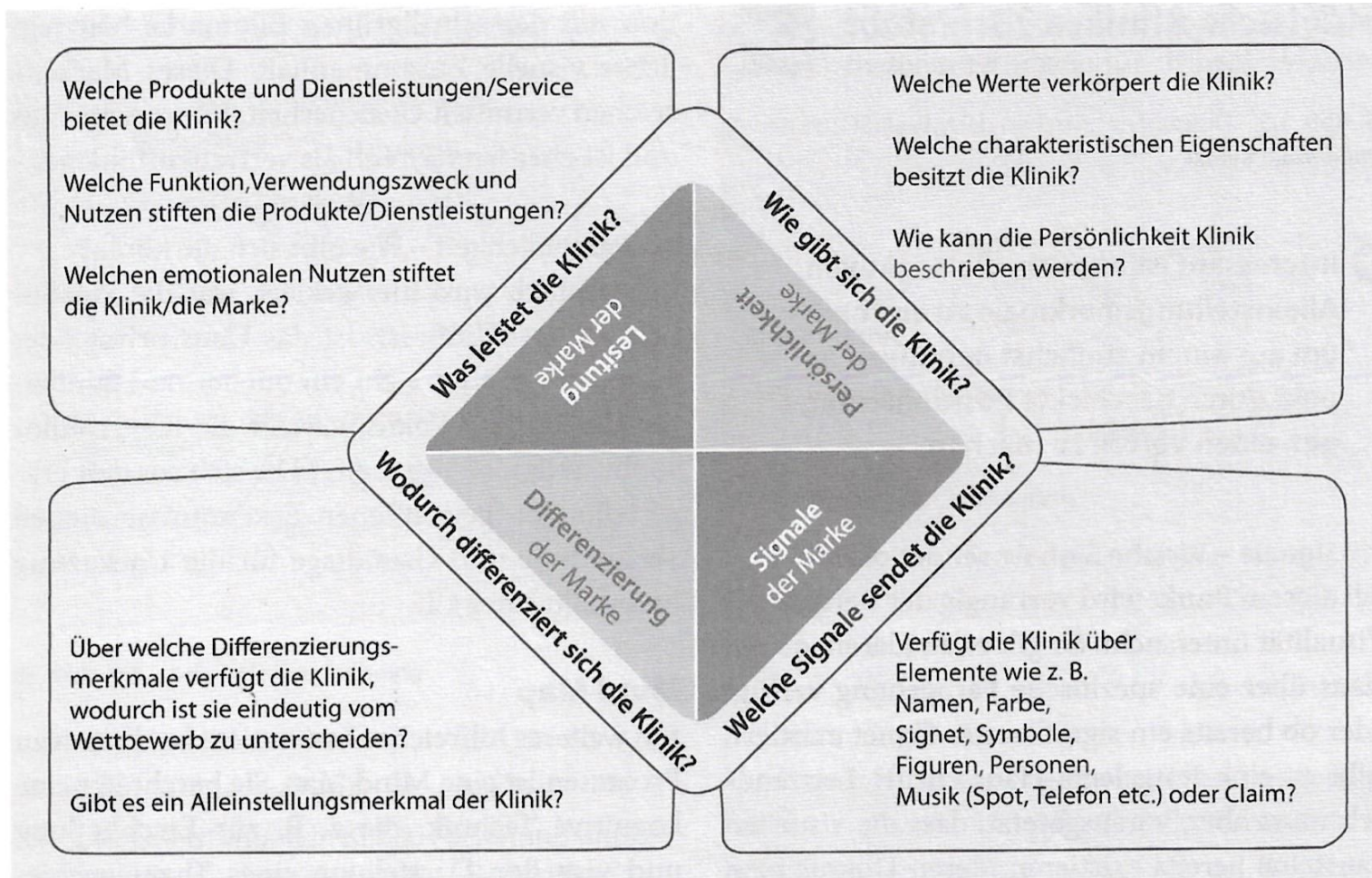
Markenkern



Leitfragen zur Entwicklung eines „Markenkern“:

1. Welches Problem lösen wir?
2. Welche Leistungen können als Ursache für den Unternehmenserfolg gesehen werden?
3. Welche Leistungen werden immer wieder nachgefragt?
4. Welche Leistungen Ihres Unternehmens sind einzigartig (Auszeichnungen, Patente, Services, etc.)
5. Welche Leistungen kommen und kamen in der Vergangenheit bei der Kundschaft besonders gut an?
6. Welche Produkte und Leistungen werfen den höchsten Anteil am Gewinn ab – gibt es Unterschiede zwischen früher und heute?

(Unternehmens-)Marke



„Die PS müssen auf die Straße...“

Das Marketing ist der Handwerkskoffer der Markenbildung.

Personelle Ausstattung und Professionen

- **Leitung Marketing/ Unternehmenskommunikation**
Gesamtverantwortung, Steuerungsfunktion, Redaktioneller Vorsitz, Vernetzung mit Partnern
- **2 Referenten Marketing/ Unternehmenskommunikation**
Redaktionelle Arbeit, Texterstellung, Kampagnenplanung, Dienstleisterbetreuung, Kampagnenentwicklung und -planung, inhaltliche Betreuung Medien der internen und externen Kommunikation, Social-Media Konzeption und umsetzung.
- **Veranstaltungsmanager**
Kongressorganisation, Kongressplanung, Veranstaltungsbetreuung, Koordination von Messen und Promotions.
- **Webdesigner**
Entwicklung und Erneuerung der Internet, Intranet und App Präsenz. Pflege und Betreuung. Weiterentwicklung bei neuen Anforderungen.
- **Mediendesigner/ Grafiker**
Weiterentwicklung CI, Medienerstellung für den Verbund, Kampagnenbetreuung, Entwicklung von Bildsprache
- **Videograph/ Fotograf**
Produktion von Video und Fotomaterial zu Verstetigung einer visuellen Präsenz.
- **Assistenz**
Katalogisierung/ Bilderpoolmanagement/ Verteilerpflege/ Ausschreibung

Aufgaben eines verbundweiten Marketings

Corporate Identity

- Entwicklung von Vorlagenmaster
- Entwicklung von Wordings

Medienerstellung

- Flyer, RollUps, Print und Onlineformate
- Grafikdesign
- Bilder- u. Videomanagement

Website – Intranet - App

- Weiterentwicklung der Internetpräsenz (gesamt)
- Mitarbeiterkommunikation
- App- Entwicklung und Pflege

Informationsvermittlung

- Kreative Gesamtleistungsbeschreibung
- Vermittlung von besonderen Angeboten
- Kommunikation unter der Prämisse der „erklärenden Medizin“
- Werbekampagnenplanung (Anzeigen, Plakate)

Infotainment – Edutainment Formate umsetzen

- Verbundweites Magazin
- Videoformate
- Podcast
- Radio- und Fernsehspots
- Präsenz- und Onlineveranstaltungen

Social Media Präsenz

- Verbundweiter SoMe Auftritt.
- Als Werbe- u. Infopattform nutzen.
- Conative Ad Kampagnen (GeoTargeting)

Veranstaltungsmanagement

- Kongressorganisation
- Verbundveranstaltungen (z.B. SummerGames)
- Ausbildungs- und Gesundheitsmessen
- Medienkooperationen

Werbemittel/ Merchandise

- Zentrales Werbemittelmanagement
- Merchandise Entwicklung (Medizinprodukte)

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Christopher Wittmers

Leiter Stabsbereich Strategische Markenbildung u. Fundraising
Komm. Leiter Referat Marketing und Unternehmenskommunikation

Knappschaft Kliniken GmbH

Gesundheitscampus Vest
Dorstener Straße 153
45657 Recklinghausen

T 02361/56-87566

M 0151/64135476

F 02361/56-7504

Christopher.Wittmers@knappschaft-kliniken.de

www.knappschaft-kliniken.de
