

Bester Social-Media-Auftritt

Blutspendeerfolg durch aktive Social-Media-Arbeit



**Best Practice-Beispiel
Klinikum Dortmund**

BLUTSPENDEERFOLG DURCH SOCIAL MEDIA



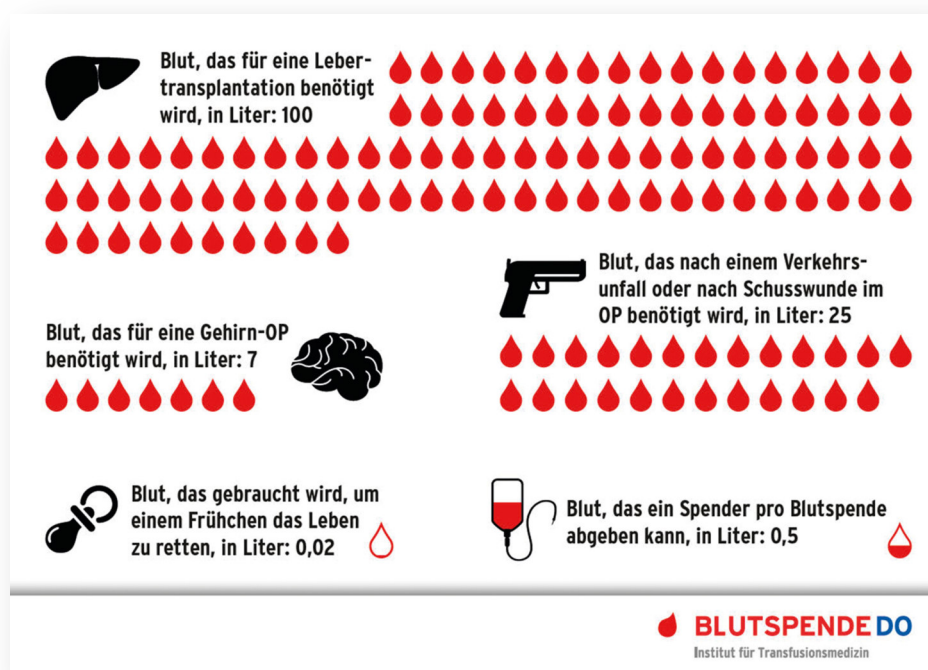
BESTER SOCIAL-MEDIA-AUFTRITT
Gewinner: Klinikum Dortmund

Während bundesweit ein dramatischer Rückgang an Blutspenden in den letzten Jahren zu verzeichnen ist, hat die BlutspendeDO des Klinikums über eine aktive Social-Media-Arbeit sogar Blutspenden hinzugewinnen können. Per Saldo sind es heute 12 Prozent mehr als der Bundestrend. Eine Ausnahme-Erscheinung in der Blutspende-Landschaft!

Ob eigener Blutspende-Homepage, eigenem Blutspende-Sommer-Cocktail-2015-Contest über Social Media, der „Mensch, Spender“-Reihe auf Facebook, YouTube-

Podcast, einer speziellen Facebook-App, Blutspendeausweis-App für das Smartphone: Der kurze Draht zum Spender entstand auf vielen Kanälen der sozialen Medienwelt, schaffte ein positives „Marketing-Grundrauschen“ bei den Empfängern und sorgte für ein „WIR“-Gefühl.

Die Marke „BlutspendeDO“ gewann spürbar an Reichweite. Sogar der BVB unterstützte die Blutspende.



FÜR DIE SOCIAL-MEDIA-KANÄLE ENTWICKELT DIE BLUTSPENDEDO IMMER WIEDER MOTIVKARTEN, DIE PLAKATIV AUF DAS THEMA BLUTSPENDE AUFMERKSAM MACHEN – HIER EIN BEISPIEL.

DER VORENTSCHEID ZUM „BLUTSPENDE-DO-SOMMER-COCKTAIL 2015“ LIEF KOMPLETT ÜBER SOCIAL MEDIA.



DIE „HERZLICHEN DANK“-AKTION ÜBER SOCIAL MEDIA: ÄRZTE, PFLEGEKRÄFTE ETC. BEDANKTEN SICH MIT PERSÖNLICH SIGNIERTER KARTE BEI DEN BLUTSPENDERN.



Gewinner

Institution	Klinikum Dortmund gGmbH/D
Name des Projekts	Aktiv gegen Blutspenden-Schwund
Homepage	www.klinikumdo.de
Anzahl Patienten 2014	stationär : 59.500 ambulant: 222.000
Mitarbeiter 2014	3.860
Umsatz 2014	326 Mio. Euro
Zeitraum	2013/2014 bis heute
Resultate	Anstieg der Social-Media-Follower um rund 300 % auf über 5.500; rund 0,6 Mio. Euro Einsparungen
Aktivitäten	Ein auf Social Media übertragenes „BVB - Schalke“-Fan-Kicker-Turnier. Eine in die Facebook-Seite der BlutspendeDO integrierte App, eine Blutspendeausweis-App für das Smartphone, die Spender-Vorstellreihe „Mensch, Spender!“, zahlreiche Spende-Aufrufe, Youtube-Film, Blutspende-Sommer-Cocktail-2015-Contest etc. LP/Anzeigen etc.

verantwortlich



in PR/Marketing
Marc Raschke
Leiter der Unternehmenskommunikation



in der Geschäftsführung
Rudolf Mintrop
Vorsitzender der Geschäftsführung

Den Erfahrungsaustausch organisieren.



Von den Besten lernen ...

... mit unserer speziellen Kongressmethode: Kurze Interviews, dann Dialoge in kleiner Runde. Keine Vorträge. Für maximalen Lerneffekt an einem Tag. Den nächsten Termin finden Sie hier: www.kongress-klinikmarketing.org



Ehre, wem Ehre gebührt.

Der KlinikAward ist der wohl renommierteste Preis der Klinikbranche. Die besten Einreichungen erscheinen online und in unserem „Praxisbuch“. Wenn Sie sich bewerben möchten: www.klinikaward.org



Bausteine für Ihren Erfolg.

Gezielt. Wirksam. Erprobt. Mit unserem modularen Marketing-System machen wir auch Ihre Klinik erfolgreich. In Deutschland, Österreich und der Schweiz. Mehr unter: www.rotthaus.com