

**Sonderpreis der Jury**

**"Die erste Markenkampagne seit  
800 Jahren"**



**Best Practice-Beispiel  
UniversitätsSpital Zürich**

# UNSERE ERSTE (UND BESTE) MARKENKAMPAGNE SEIT 800 JAHREN



SILBERNER SONDERPREIS  
UniversitätsSpital Zürich

**B**rand or Die. Um in einem kompetitiven Umfeld langfristig zu den Besten zu gehören, benötigt das UniversitätsSpital Zürich nebst engagierten Mitarbeitenden und herausragenden Dienstleistungen auch eine starke Marke. Dazu wurde die Positionierung „Wir machen Wissensvorsprung für Menschen nutzbar“ systematisch erarbeitet.

von intern nach extern und zeigt nach 2 Jahren positive, messbare Resultate. Die Maßnahmen umfassen: Graffiti-Kampagne (Wände USZ, Straßenbahnen, Kino), Kader-/Mitarbeiterveranstaltungen, Rekrutierung (Inserate, Stand), Mitarbeitende als Markenbotschafter, Image-Film, Online (Banners, Social Media) sowie die neue USZ-Webseite.

Die Umsetzung über eine originelle und stark verzahnte Markenkampagne, mit Graffiti als Kernelement, erfolgte



UMSETZUNG UNSERER MARKENPOSITIONIERUNG „WIR MACHEN WISSENSVORSPRUNG FÜR MENSCHEN NUTZBAR“ DURCH EINE WOHLGEZIELTE, INTEGRIERTE MARKENKAMPAGNE MIT GRAFFITI ALS KERNELEMENT.



EXTERNE LANCIERUNG DER KAMPAGNE ÜBER HÄNGEKARTONS IM STÄDTISCHEN STRASSENBAHN- NETZ UND NUTZUNG EINES NZZ FOLIO-HEFTS ÜBER DAS USZ FÜR EINEN BREITEN VERSAND MIT KAMPAGNEN-KARTEN.



### Gewinner

### verantwortlich

Institution	UniversitätsSpital Zürich/CH
Name des Projekts	Markenpositionierung und -kampagne USZ
Homepage	<a href="http://www.usz.ch">www.usz.ch</a>
Link zum Projekt	<a href="http://www.usz.ch/award2015">www.usz.ch/award2015</a>
Anzahl Patienten 2014	stationär: 38.896 ambulant: 541.397 (2014)
Mitarbeiter 2014	6.200 FTE (Ende 2014)
Umsatz 2014	1,233 Mrd. CHF
Zeitraum	seit Oktober 2012 – fortlaufend
Wichtigste Maßnahmen	wohl gezielte, originelle Markenkampagne mit Graffiti als Hauptelement
Ergebniskontrolle	quantitative Mitarbeiter- und Zuweiser-umfragen (2012, 2015)
Resultate	Mitarbeitende: hohe Akzeptanz durch Befragung belegt (2015) Zuweisende: stark verbesserte Markenwahrnehmung und Markenzustimmung (2012 - 15), Arbeitgeberattraktivität: Wahl zum begehrtesten Arbeitgeber im Bereich Gesundheit und Medizin für Universitätsabsolventen (Universum Ranking 2015)



in PR/Marketing  
**Markus Koller**  
*Projektleiter Marketing  
UniversitätsSpital Zürich*



in der Geschäftsführung  
**Florian Rajki**  
*Leiter Marketing  
UniversitätsSpital Zürich*

# 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](http://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](http://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](http://www.rotthaus.com)