

Beste Influencerkommunikation

COVID-19-Impftagebuch



Best Practice-Beispiel

Wiener Gesundheitsverbund

COVID-19-IMPFTAGEBUCH



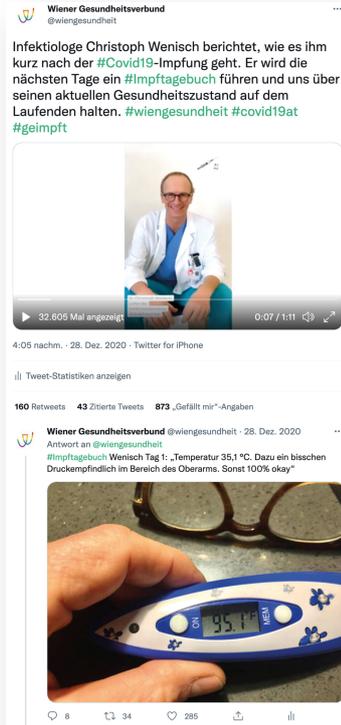
BESTE INFLUENCERKOMMUNIKATION
Nominierung: Wiener Gesundheitsverbund

Am 27.12.2020 wird ein Meilenstein in der Bekämpfung der Corona-Pandemie gesetzt: In Österreich werden die allerersten Impfungen gegen COVID-19 verabreicht. Der Wiener Gesundheitsverbund sieht sich als größter Gesundheitsdienstleister in Österreich in der Verantwortung, seine Mitarbeiter*innen über die Impfung aufzuklären – und dabei transparent und authentisch zu bleiben. Zum Impfstart melden sich einige Mitarbeiter*innen aus Medizin und Pflege freiwillig, Video-„Impftagebücher“ zu führen und in eigenen Worten über ihre Erfahrungen zu berichten – darunter auch der bekannte Experte und Infektiologe Christoph Wenisch. Bei diesem Format geht es vor allem um eines: Mitarbeiter*innen sollen Mitarbeiter*innen

in Form von Corporate Influencing dazu motivieren, sich gegen COVID-19 impfen zu lassen. Dabei bewegt man sich am Puls der Zeit – sofort bei der Verabreichung der ersten Impfdosis wird darüber berichtet, welche Folgen diese unmittelbar auf den Körper hat, um Bedenken entgegenzuwirken und die Diskussion in eine positive Richtung zu bewegen. Unter dem Hashtag #Impftagebuch berichten die Testimonials anschließend 3-7 Tage lang über ihren gesundheitlichen Zustand und geben einen realistischen Einblick in den Verlauf. Als Fokus-Kanal wird Twitter gewählt – um dessen News-Charakter für das hohe öffentliche Interesse und die Aktualität des Themas zu nutzen.



TITEL-ANIMATION DES FORMATS „IMPFTAGEBUCH“, DAS FÜR JEDES VIDEO ALS INTRO VERWENDET WURDE.



IMPFTAGEBUCH-EINTRAG VON CHRISTOPH WENISCH UNMITTELBAR NACH SEINER ERSTEN IMPFUNG. HOHE INTERAKTIONSZAHLEN UND RETWEETS SEITENS DIVERSEER JOURNALISTEN UND MEINUNGSFÜHRERN – UNTER ANDEREM SOGAR DER GESUNDHEITSMINISTER.



nominiert

verantwortlich

Institution	Wiener Gesundheitsverbund
Name des Projekts	Impftagebuch
Homepage	https://gesundheitsverbund.at/
Link zum Projekt	shorturl.at/cpyFU
Anzahl Patienten 2021	stationär: 232.000 ambulant: 4,7 Mio.
Mitarbeiter 2021	31.200 Mitarbeiter*innen
Umsatz 2021	2020: 3.290.003, 2021: erst Juni 21
Zeitraum	27. Dezember 2020 bis 14. Februar 2021
Wichtigste Maßnahmen	Mit Kurzvideo-Statements von Mitarbeiter*innen authentisch und in Echtzeit über die unmittelbaren Folgen der Impfung informieren
Ergebniskontrolle	- Kontrolle der Reichweite- und Interaktionsraten - Medienresonanzanalyse - Analyse der Community in Bezug auf Tonalität und Akzeptanz
Resultate	- Wenisch: Impressions: 413.318 - Interaktionen: 28.615 - Retweets: 356 - Likes: 1.655 - alle Posts: hohe organische Reichweite und Interaktionsrate



in PR/Marketing
Dr. Nina Brenner-Küng
Leiterin Unternehmenskommunikation



in der Geschäftsführung
Mag.a Evelyn Kölldorfer-Leitgeb
Generaldirektorin Wiener Gesundheitsverbund

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



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.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

rotthaus.com
Strategien für den Gesundheitsmarkt