

**10** JAHRE

# KU AWARDS 2025

» DIE BEWERBER «



# ZAHLEN, DATEN UND FAKTEN

Erfolgsreichster Teilnehmer ist das Klinikum Braunschweig mit **4** Plätzen auf dem Podium.

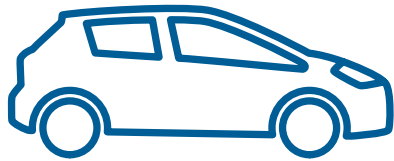
Längstes Jurymitglied seit 2016: **Dr. Christian Stoffers**

**2** digitale Verleihungen

**8** mal vor Ort



Reisekilometer des Veranstaltungsteams: **3.750 km**



Das entspricht einer Strecke von **93** Marathons.  
Lissabon nach Moskau oder

**245** Bewerber

**140** Sieger

# INHALTSVERZEICHNIS

## **Klinik- und Onlinemarketing**

Klinikum Oldenburg AÖR  
St. Vincenz-Kliniken Paderborn  
Uniklinikum Köln  
Universitätsklinikum Freiburg

## **Employer Marketing**

Helios Klinikum Emil von Behring  
St. Franziskus-Stiftung Münster  
Uniklinik Köln  
Universitätsklinikum Würzburg

## **Klinikmagazin**

ASKLEPIOS-Gruppe | ASKLEPIOS Kliniken GmbH &  
Co. KGaA | RHÖN-KLINIKUM AG | MEDICLIN AG  
Sportklinik Hellersen

## **Sonderpreis**

Karl-Jaspers-Klinik, Psychiatrieverbung Oldenburger Land  
Katholische Hospitalvereinigung Weser-Egge gGmbH  
Klinikum EVB

# 10 JAHRE KU AWARDS – EIN JAHRZEHT VOLLER IDEEN

2025 feiern wir zehn Jahre KU Awards – zehn Jahre voller kreativer Ideen, mutiger Kampagnen und inspirierender Projekte aus dem Klinikmarketing. Auch in diesem Jahr stellen wir traditionell die Gewinnerprojekte der vergangenen Awards vor und geben ihnen die Bühne, die sie verdienen.

Als wir 2015 starteten, war Marketing in vielen Krankenhäusern noch Neuland. Es gab einzelne Leuchtturmprojekte, die neue Wege gingen – heute sind viele dieser Ansätze Standard.

Die Bewerbungen greifen inzwischen aktuelle Themen wie Employer Branding, Ausbildungsmarketing oder Digitalisierung auf und zeigen, wie strategisch und vielfältig Klinikkommunikation geworden ist.

Dabei hat sich ein zentrales Learning herauskristallisiert: Es braucht nicht immer große Budgets oder externe Agenturen. Viele erfolgreiche Projekte entstehen in kleinen Teams mit viel Herzblut – und genau das macht sie so wirkungsvoll. Wir freuen uns auf die nächsten zehn Jahre voller Innovationen und danken allen, die die KU Awards zu dem machen, was sie sind: eine Plattform für exzellentes Krankenhausmarketing.



**KATEGORIE**

# **KLINIK- UND ONLINEMARKETING**

## KLINIKUM OLDENBURG AÖR

Ein Gesicht für 3.900 Geschichten

**Durchgeführt von:** Maxi Krahl-Weigang und Keno Filzmoser  
Gestartet im Mai 2025

### Worum geht es?

Das Klinikum Oldenburg hat Social Media für die Krankenhausbranche neu definiert: Statt austauschbarer Krankenhaus-Posts steht ein Leitgesicht als Botschafter – ein Social Media Manager, der authentisch und nahbar den Klinikalltag begleitet und die Geschichten von 3.900 Mitarbeitenden erzählt. Dieses Konzept schafft echte emotionale Bindung, erhöht Reichweite und Engagement in kürzester Zeit signifikant und modernisiert das Image der Gesundheitsbranche. Durch humorvolle, transparente Einblicke und direkten Dialog mit der Community wird Vertrauen aufgebaut, Nähe geschaffen und die Marke nachhaltig gestärkt.

### Was macht das Projekt aus?

Wir sind eines der ersten Krankenhäuser bundesweit, das Social Media von einem Gesicht aus denkt. Damit brechen wir mit dem gewohnten Muster austauschbarer, unpersönlicher Posts und setzen auf echte Nähe und Glaubwürdigkeit.

Unsere Strategie beweist: Auch ein Krankenhaus kann authentisch, modern und unterhaltsam kommunizieren – ohne dabei die Ernsthaftigkeit des Berufsfeldes zu verlieren. Und wir schaffen es, eine Community aufzubauen, die das Krankenhaus als Marke wahrnimmt – und nicht nur als Institution.



Hinter den Kulissen



„Ein Tag als...“ - Der Social Media Manager besucht verschiedene Bereiche des Krankenhauses.

## ST. VINCENZ-KLINIKEN PADERBORN

### Endlich wieder am Leben teilnehmen – Patientenkommunikation im Adipositaszentrum

**Durchgeführt von:** Dirk Daberkow (Kommunikation & Marketing) und Rika Leder (Adipositaszentrum)  
Gestartet im September 2024

#### Worum geht es?

„Endlich wieder am Leben teilnehmen“ – Die Kampagne des St. Vincenz Adipositaszentrums nutzt echte Patientenstories, digitale Tools und emotionale Kommunikation, um Sichtbarkeit zu erhöhen, Vorurteile abzubauen und Betroffene gezielt zu erreichen.

#### Was macht das Projekt aus?

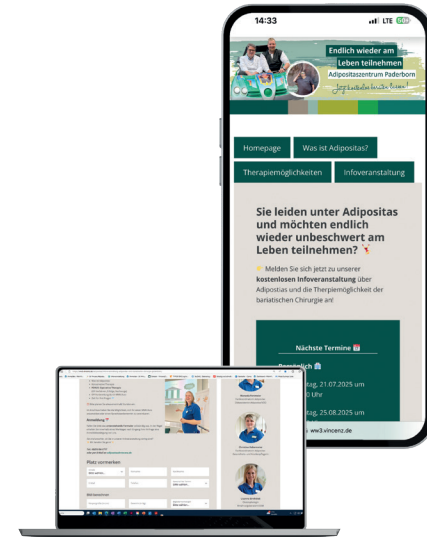
Authentisches Storytelling, multimediale Patientenansprache, niederschwelliger Zugang durch neue Landingpage mit BMI-Rechner und Online-Terminbuchung, hohe Wirksamkeit bei gleichzeitig sensibler Zielgruppe

#### Das gibt es noch zu sagen:

Von der Unsichtbarkeit zum Aufbruch: Die Kampagne macht Mut, zeigt Wege und bringt Betroffene in Bewegung – gut sichtbar durch 120% höhere Anmeldezahlen.



Presseartikel und Plakat des Projekts



Die neue Landingpage mit Ausweitung  
des Beratungsangebots.

## UNIKLINIKUM KÖLN Neue Karrierewebsite

**Durchgeführt von:** Lisa Barth  
Gestartet im September 2023

### Worum geht es?

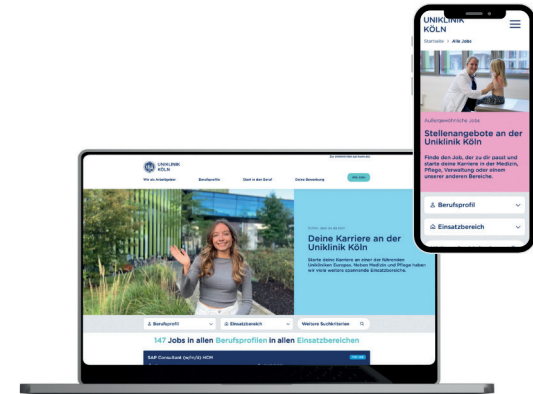
Livegang unserer neuen Karrierewebsite: modernes Design, optimierte Benutzerführung, mobiloptimiert, automatisierte Stellenausspielung nach Berufsfeld, schnelle Suchfunktion und strukturierte Inhalte mit klarem Fokus auf Nutzerfreundlichkeit und Transparenz.

### Was macht das Projekt aus?

Über 160 Bilder, 30 Videos und 60 Zitate von Mitarbeitenden, Gehälter werden transparent kommuniziert.

### Das gibt es noch zu sagen:

Durchschnittliche Erhöhung der Seitenaufrufe um 91 % von 2023 zu 2025.



Die neue Website mit einem verbesserten Nutzererlebnis.



Transparenz durch Informationen zu Benefits wie Gehalt, Ansprechpersonen und Arbeitskultur

## UNIVERSITÄTSKLINIKUM FREIBURG

### #JederMomentzählt – Was Spitzenmedizin wirklich bedeutet

**Durchgeführt von:** Universitätsklinikum Freiburg, Imagine Yes GmbH  
Gestartet am 12. November 2024

#### Worum geht es?

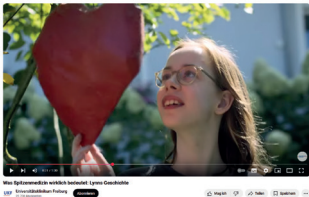
Starke Geschichten brauchen starke Bilder. #Jedermomentzählt zeigt mit cineastischen Aufnahmen, warum sich Spitzenmedizin lohnt: Weil hinter jedem Patienten eine Lebensgeschichte steht, die es wert ist, erzählt zu werden. Die Kampagne erzielt enorme Reichweite und weckt große Sympathien.

#### Was macht das Projekt aus?

Emotionale Geschichten zahlen auf die Marke ein – subtil, glaubwürdig, anders als klassische Werbung.

#### Das gibt es noch zu sagen:

Die vier Geschichten wurden in lokalen Kinos, in den sozialen Medien und über interne Kanäle veröffentlicht.



„Was Spitzenmedizin wirklich bedeutet“:  
Lynns Geschichte



Making Off



Die Imagekampagne erreicht online über 100.000 Aufrufe.



**KATEGORIE**

# **EMPLOYER MARKETING**

## HELIOS KLINIKUM EMIL VON BEHRING

### Hallo Behring

**Durchgeführt von:** Franziska Lück (Leiterin Campaigning) und Yasemin Eckert (Senior Managerin PR & Marketing)

Gestartet im November 2024

#### Worum geht es?

„Hallo Behring“ war ein Pop-up-Store für innovatives Pflege-Recruiting in Berlin. Fünf Monate lang trafen sich Pflegekräfte, Interessierte und Mitarbeitende, um unsere Klinik kennenzulernen. Mit Events, PR und Werbung stärkten wir Sichtbarkeit, Bindung und Gemeinschaft.

#### Was macht das Projekt aus?

Der Store stärkt die Sichtbarkeit, die Nähe, das Recruiting, die Mitarbeiterbindung und Teamkultur durch echte Begegnung.

#### Das gibt es noch zu sagen:

124 Tage geöffnet, 1.240 Stunden Recruiting, 200 Kontakte, 26 neue Kolleg:innen – Pflege sichtbar und erlebbar gemacht.



*Store Eröffnung*



*Fensterbeklebung im Store*



*Buswerbung*

## ST. FRANZISKUS-STIFTUNG MÜNSTER

### Smarte Jobbörse: Barrierefreie Candidate Journey im hart umkämpften Markt des Gesundheitswesens

**Durchgeführt von:** Referat Personalmarketing  
(Birgit Zander, Esther Niehoff, Johanna Franz)

1. Version der Jobbörse seit 01/22 live; Karriere-Website seit 03/25 live

#### Worum geht es?

Unser Projekt revolutioniert den Bewerbungsprozess durch barrierefreie, nutzerzentrierte und datenbasierte Lösungen. Mit einer medienbruchfreien & intuitiven Candidate Journey entlang der Touchpoints Karrierewebsite, Jobbörse, Stellenanzeige und Bewerbung steigern wir unsere Bewerbungszahlen.

#### Was macht das Projekt aus?

Nahtlose Bewerbungsarchitektur. Barrierefreiheit von Grund auf. Einzigartige technische Integration.

#### Das gibt es noch zu sagen:

Erfolg: Steigerung der Conversion Rate von 2,4 % auf 8,2 %. Bewerbungszahlen um das 6-fache gesteigert.



Barrierefreiheit  
der Website



Such- & Filterfunktion  
der Jobbörse



Neue Karriere-Website



## UNIKLINIKUM KÖLN

### Frischer Start in deine Laufbahn

**Durchgeführt von:** Dirk Steinmetz  
Gestartet in 2023

#### Worum geht es?

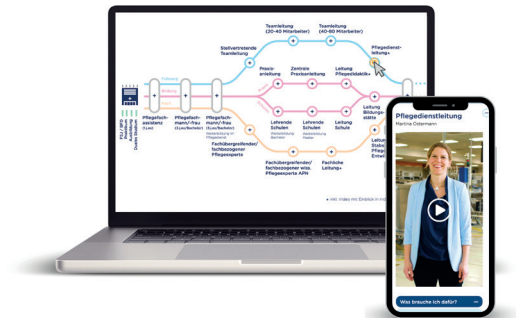
Visualisierung und digitale Kommunikation des Laufbahnmodells für die Pflege:  
Entwicklung eines Liniennetzplans, einer interaktiven Webseite und Produktion von Video-Testimonials. Flankiert durch externe Maßnahmen wie das Jobmobil, Social-Media-Werbung und kreative Give-aways wie die Laufbahnsocken.

#### Was macht das Projekt aus?

Einzigartiges Modell, dass Wege jenseits der Führungslaufbahn visualisiert und greifbar macht.

#### Das gibt es noch zu sagen:

Ein zentraler Vorteil in der Ansprache potenzieller Bewerbender.



Die Visualisierung von individuellen Laufbahnen auf der Landing Page



Das Jobmobil mit Kampagne „Frischer Start in Deine Laufbahn“



Give-aways für externe Veranstaltungen

## UNIVERSITÄTSKLINIKUM WÜRZBURG

### Pflege – weil ich's kann! – Kampagne Berufsstolz im Pflegeberuf

**Durchgeführt von:** Lena Osslander und Stefan Rehberger  
Gestartet im März 2024

#### Worum geht es?

Was macht den Beruf der Pflege besonders? Warum gebührt diesem Berufsbild höchste Anerkennung? Und warum könnten Pflegenden stolzer sein als sie es sind? Antworten darauf fand das Projekt „Pflege – weil ich's kann!“ im partizipativen Bottom-Up-Ansatz mit 60 Mitarbeitenden aus der Pflege, um das (Selbst-)Verständnis des Pflegeberufs im universitären Setting zu hinterfragen und auf eine neue Stufe zu heben.

#### Was macht das Projekt aus?

Die Kampagne stärkt den Berufsstolz der Pflegekräfte durch echte Beteiligung, authentische Darstellung und kreative Medienarbeit – und initiiert einen nachhaltigen Wandel im Selbstbild der Pflege

#### Das gibt es noch zu sagen:

Es ist ein weiteres Projekt namens „10 für 10“ entstanden, bei welchem Themen- und Problemfelder aus dem täglichen Arbeitsumfeld über verschiedene Professionen und Hierarchien hinweg konstruktiv aufgearbeitet werden.



Launch der Kampagne  
mit über 700 Pflegenden



Den richtigen Zugang  
finden.

Slogan der Kampagne und  
Kampagnenmotiv



**KATEGORIE**

**KLINIKMAGAZIN**



MEDICLIN



ASKLEPIOS

## ASKLEPIOS-GRUPPE | ASKLEPIOS KLINIKEN GMBH & CO. KGAA | RHÖN-KLINIKUM AG | MEDICLIN AG TEAM<sup>3</sup> – gemeinsam Grenzen überwinden

**Durchgeführt von:** Janina Darm / ASKLEPIOS  
Gestartet im Januar 2025

### Worum geht es?

ASKLEPIOS, MEDICLIN und RHÖN wachsen zusammen. Doch wie nimmt man die Mitarbeitenden mit auf diese Reise? Wir haben u. a. ein gemeinsames Mitarbeitermagazin kreiert: TEAM<sup>3</sup> bereitet den Prozess der Konzernintegration transparent auf und avanciert so zu einem zentralen Informationsmedium.

### Was macht das Projekt aus?

Drei Teilkonzerne werden zu einer schlagkräftigen Einheit – ein im Magazin TEAM<sup>3</sup> sichtbarer USP.



Einblicke in das Magazin



Klinikmagazin



## SPORTKLINIK HELLERSEN

### Hellersen Insight 2.0 – Vom Klinikmagazin zur Medienplattform

**Durchgeführt von:** Sarah Burghaus  
Gestartet am 15.04.2025

#### Worum geht es?

„Hellersen Insight“ wurde vom klassischen Printmagazin zur medienübergreifenden Plattform weiterentwickelt – mit Videos, Voice Over, Bildergalerien und Zusatzinhalten. Interaktiv, barrierearm und ressourcenschonend: für moderne, zielgerichtete Patientenkommunikation.

#### Was macht das Projekt aus?

Vom Interview zur interaktiven Story: Im Onlinemagazin entsteht aus einem Thema multimedialer Content – smart geplant und vielseitig nutzbar.

#### Das gibt es noch zu sagen:

Zum ersten Mal im Einsatz: ein Avatar, der Wissen greifbar macht und künftig unsere digitale Kommunikation prägt.



Klinikmagazin als Print



Klassisch oder digital –  
für jeden das richtige Format



**KATEGORIE**

**SONDERPREIS**

## Sonderpreis

Psychiatrieverbund Oldenburger Land gGmbH  
**KARL-JASPERS-KLINIK**  
Universitätsmedizin Oldenburg

## KARL-JASPERS-KLINIK, PSYCHIATRIEVERBUND OLDENBURGER LAND

### Podcast: Die Wahrheit irgendwo hier drinnen

**Durchgeführt von:** Dr. Ulrike Matthiensen und Isabelle Sproß  
Gestartet im Mai 2024

#### Worum geht es?

Psychiatrie – komplex, menschlich, faszinierend. In unserem Podcast berichten Fachleute und Erfahrene aus Klinik und Forschung. Für alle, die mehr über seelische Gesundheit wissen oder Psychiatrie beruflich gestalten wollen

#### Was macht das Projekt aus?

Integrativer Klinik-Podcast – für alle, die Psychiatrie verstehen wollen.

#### Das gibt es noch zu sagen:

Mit dem Podcast möchten wir Brücken bauen – zwischen Klinik und Gesellschaft, zwischen Fachsprache und Alltagsrealität, zwischen Vorurteil und Verständnis.



Thumbnailmotiv und Podcast-Team

## Sonderpreis



# KATHOLISCHE HOSPITALVEREINIGUNG WESER-EGGE GMBH

## KHWE-AppWork

**Durchgeführt von:** Isabell Waschkies  
Gestartet im Oktober 2022

### Worum geht es?

Mit KHWE-AppWork haben wir ein einzigartiges Konzept in unserer App integriert – obwohl der App-Anbieter dafür keine vorgesehenen Funktionen bietet. Individuelle Teamräume sorgen für mehr Nachhaltigkeit, erleichtern standortübergreifend die Organisation und stärken die interne Kommunikation.

### Was macht das Projekt aus?

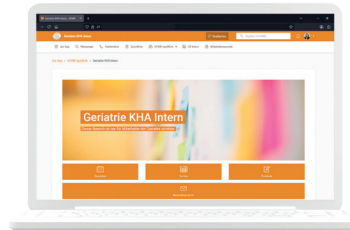
KHWE-AppWork erweitert bestehende Strukturen für eine individuelle und geschützte Teamorganisation.

### Das gibt es noch zu sagen:

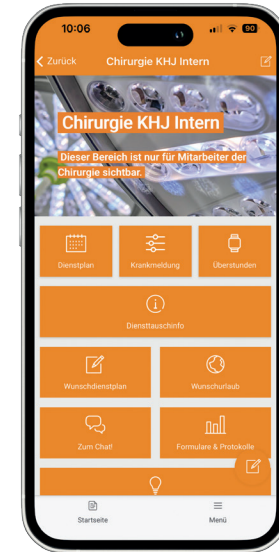
700 Mitarbeiter greifen in 48 Bereichen auf das System zu – flexibel, sicher und ohne Mehrkosten.



Gruppenfoto



Bildschirmansicht



Startseite „Chirurgie Intern“

Sonderpreis

**ERNST**<sup>VON</sup>  
**BERGMANN**  
KLINIKUM POTSDAM

## ERNST VON BERGMANN KLINIKUM POTSDAM

Potsdam.Gesundheit.Zukunft

**Durchgeführt von:** Damaris Hunsmann  
Gestartet am 30.08.2024

### Worum geht es?

„Potsdam.Gesundheit.Zukunft“ zeigt, wie das Klinikum Ernst von Bergmann Gesundheitsversorgung neu denkt: digital, nachhaltig und patientenorientiert. Die Ausstellung mit imposantem Mittelobjekt und KI Sitcom lädt Bürger\*innen ein, die Anforderungen an das Krankenhaus der Zukunft hautnah zu erleben.

### Was macht das Projekt aus?

Immersive Ausstellung statt generischer Bau-PR.

### Das gibt es noch zu sagen:

Landes- und stadt-politische Unterstützung zugesichert. Bevölkerung mitgenommen.



[ku-gesundheitsmanagement.de](http://ku-gesundheitsmanagement.de)



Die Mittelobjekte der Ausstellung

**KU**  
GESUNDHEITSMANAGEMENT



