

**Gesundheitskommunikation, die wirkt.**  
Werbung und Öffentlichkeitsarbeit neu gedacht.



# Kommunikation im Gesundheitsbereich funktioniert anders!

Entwicklung in der Praxis:

**2000**

Ausgangspunkt:  
Pharmaindustrie!  
Krankenhäuser,  
medizinische Dienstleister

Gesundheit/Gesunder Lebensstil/Lebensbalance als Trendthema  
Zugleich: Zivilisationserkrankungen nehmen zu

**2015**

Viele andere Wirtschaftszweige  
möchten die Entwicklung für sich  
nutzen. „Gesundheit“ auch als  
Qualitätsfaktor! (z.B.  
Lebensmittelindustrie, Möbel,  
Baustoffe/Farben, Schuhe,  
Tourismus uvm.)



**Der Kern guter Kommunikation im Gesundheitsbereich:**

## **GLAUBWÜRDIGKEIT!!!**

**Objektivität**

**Neutralität**

**Kompetenz**

**Information**

**„GESUNDHEIT“ als Kommunikationsthema:**

- **hochsensibel**
- **Fehler werden nicht verziehen!**
- **Aufbau von Vertrauen als zentraler Erfolgsfaktor**
- **Höchste inhaltliche Qualität in der Kommunikation (Inhalt/Text!)**

**Bestandteile erfolgreicher  
Gesundheitskommunikation.**



## Step 1 – WISSENSCHAFTLICHE GRUNDLAGE (Thema)

### 2 Möglichkeiten:

- **NEUE** wissenschaftliche Erkenntnisse
- **Bestehende Erkenntnisse/Studien serviceorientiert aufbereiten**
  - Nutzen für die Kunden bzw. Leser/Hörer/Zuseher herausarbeiten
    - in konkrete Ratschläge übersetzen (z.B. Schlafhygiene, gesundheitlicher Nutzen der Höhenluft, Wirkung von Musik, Healing Environment, uvm.)



## Step 2 - Experten (Opinion Leader)

- **Aufbau langfristiger Partnerschaften**
- **Die Experten bleiben unabhängig (glaubwürdig!)**
- **Zentrale Gesprächspartner für die Medien**



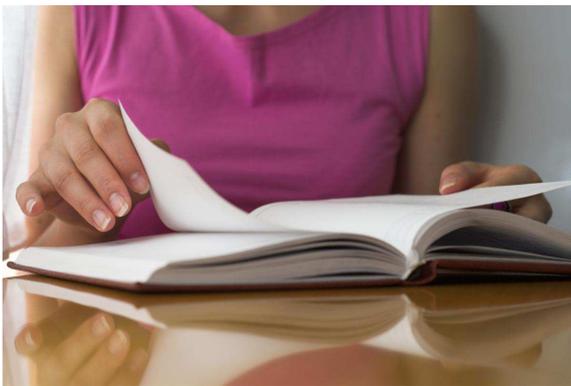
- **Wichtig:** Medizinische Experten untermauern die Basis Ihrer Leistung (= Studien), werben aber nicht direkt für ein Unternehmen.

Evtl. Expertenpool d.h. multidisziplinär.

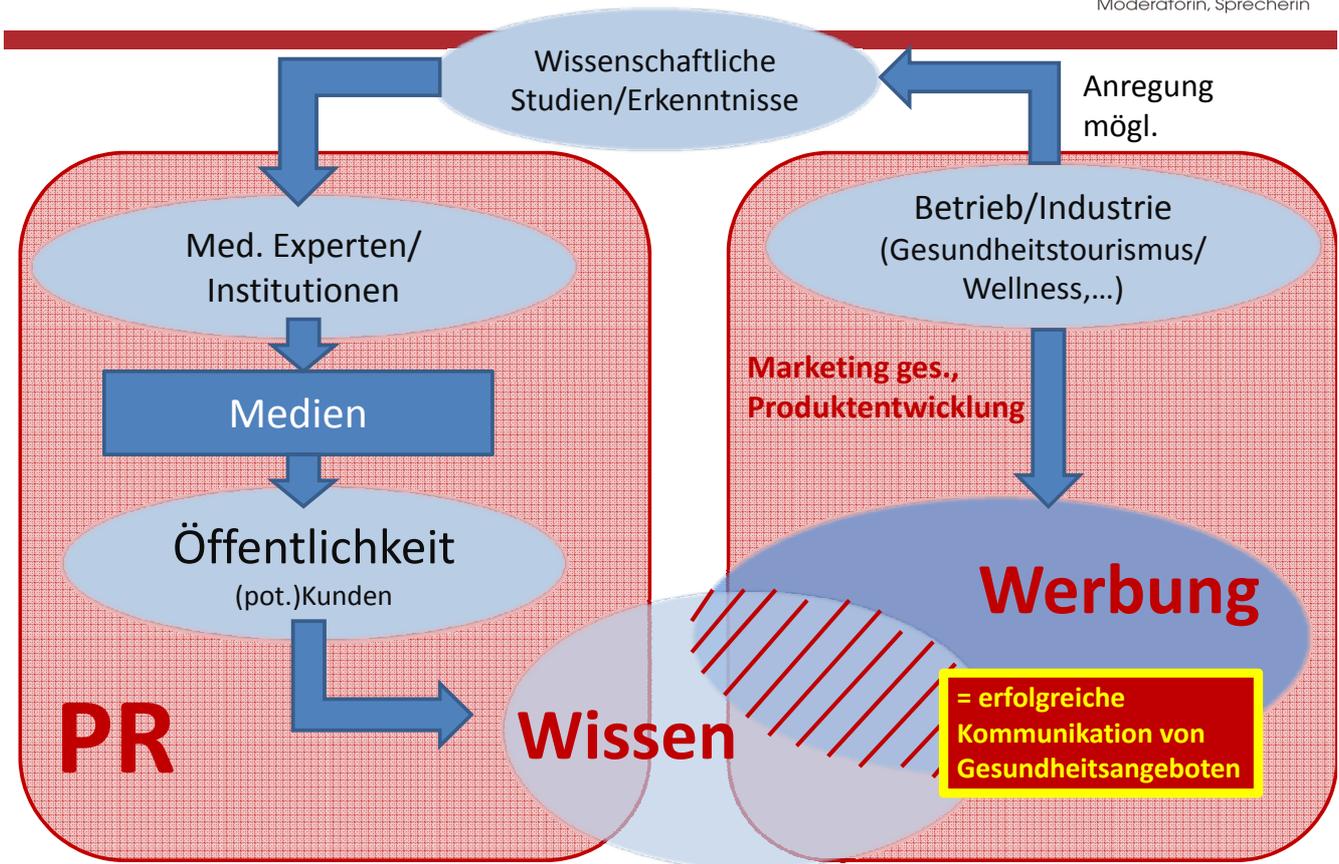


## Step 3 – Kommunikation mit Sinn und Inhalt!

- **Sinnvolles Kommunizieren: keine „leeren Floskeln“**
- **Texte mit Inhalt und konkretem Nutzen und/oder Neuigkeitswert**  
(für alle Teilöffentlichkeiten: Journalisten, Leser/Hörer/Seher, Kunden/Gäste)
- **„Feine Klinge“** statt Holzhammermethode



**Die Rollen von Werbung & PR**  
Produktbotschaft vs. Glaubwürdigkeit.



- Welche Leistung kann ich als Unternehmen anbieten/bringen/entwickeln?
- Was ist meine Botschaft/mein Angebot im Bereich Gesundheit an den Kunden?
- WAS müssen potenzielle Kunden wissen, um das zu glauben und mein Angebot gerne anzunehmen?
- WEM würde man diese Botschaft wirklich glauben?

**Wellnessangebote**  
 (Sauna, Infrarot, Massage,...)



**Natur** (Berge, Luft,  
 Wasser, Höhenklima (!) ,...)



**„Healing Environment“** (Licht,  
 Musik, Farben, Innenausstattung,  
 Materialien,...)



**Psychische Gesundheit**  
 Stressreduktion/Lebensbalance  
 (für spez. Teilzielgruppen)

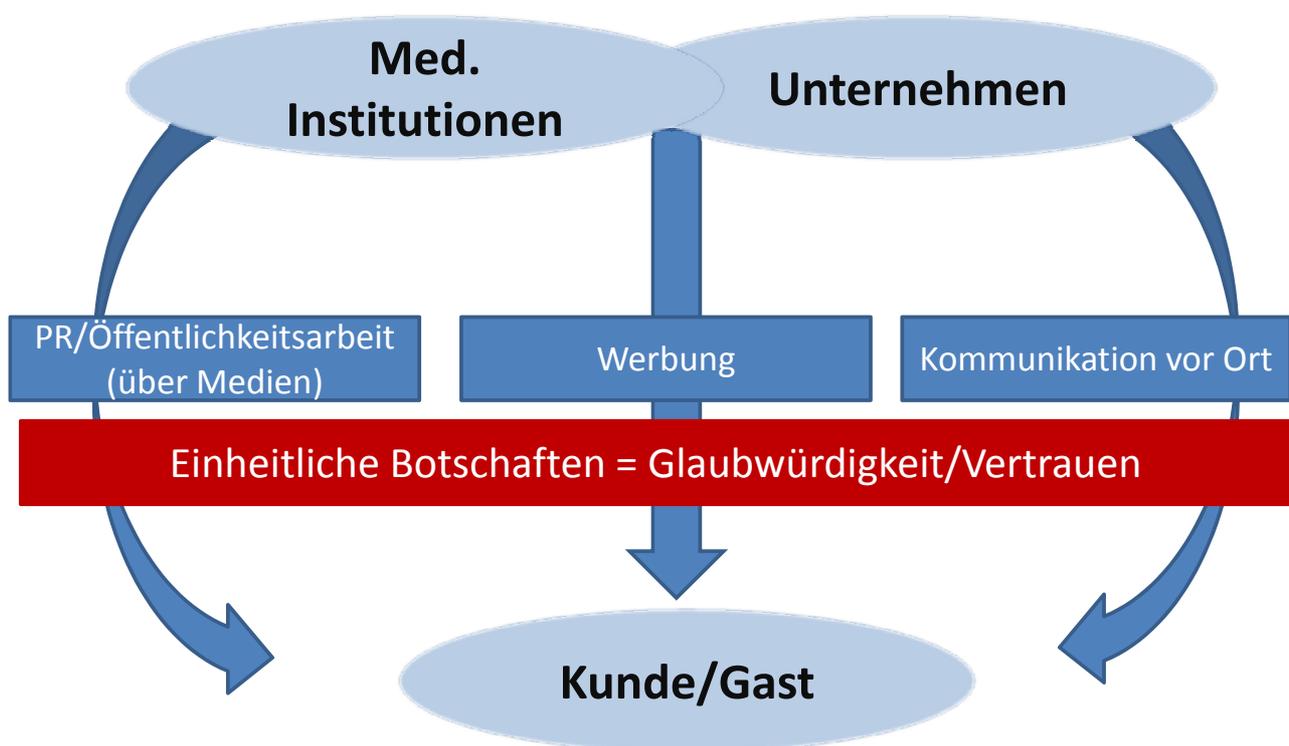


**Sport/Bewegung**



**Medizinische Indikationen** (Adipositas,  
 Bluthochdruck, chron. Erkrankungen,  
 Allergie/Asthma, Bewegungsapparat,...)

**Ernährung**



**Themen der Zeit aufgreifen, die die Menschen betreffen und kompetent auf allen Ebenen verarbeiten! (Kommunikation & konkrete Angebote) z.B.**

- **Adipositas bei Kindern nimmt zu:** Was können wir anbieten? Wie kann man positiv kommunizieren?
- **Schlafprobleme:** Ältere und Übergewichtige schlafen schlechter, Schlafdefizit bei Jungeltern uvm.
- **Stress:** Welchen Beitrag können wir zur Bewältigung leisten?
- **Probleme des Bewegungsapparates**
- **Chronische Erkrankungen:** Welche Rolle können wir übernehmen?
- **Familie/Partnerbeziehung:** Wie wichtig sind gemeinsame Auszeiten als Paar? Wie müssen diese Auszeiten aussehen?
- **24h online:** Auszeit von der „digitalen Tretmühle“
- **Schwangerschaft: Pränataler Einfluss auf die Entwicklung** (wie kann eine Mutter sich und ihrem Kind Gutes tun?)



UND VIELE MÖGLICHKEITEN MEHR!

**Beispiel:  
Erholsamer Schlaf!**



## Erholsamer Schlaf!

### Gemeinsame Public Relations (Ziel: Awarenessbildung!)

#### Umfrage: Schlafprobleme nehmen zu! (Verdeutlicht Relevanz!)

z.B. X% der Österreicher/Deutschen fühlen sich tagsüber müde und ausgelaugt, X% leiden mehrmals wöchentlich unter Einschlaf-, Durchschlafstörungen,...

**Wissenschaftliche Studien: Schlafhygiene** (was kann man erwiesenermaßen für guten Schlaf tun? Welche neuen Erkenntnisse gibt es? Evtl. Links zu Licht/Farbe/Wellnessanwendungen/Bergluft etc. Wie entscheidend ist Schlaf für die Leistungsfähigkeit)

### Experten/Kooperation:

Wiss. Experten im Bereich Schlafforschung (Fachgesellschaft), Output, z.B.

- gemeinsamer Schlafratgeber
- Texte zum Einschlafen nach neurowissenschaftl. Erkenntnissen
- CD
- Pressearbeit



## Erholsamer Schlaf!

### Spezifische Angebote in Tirol (Marketing/Werbung)

- Wochen/Tage/spezielle Packages rund um gesunden Schlaf („Echtes Ausruhen“ auf Basis wiss. Erkenntnis – Nutzen vor Ort & nachhaltige Veränderung zuhause)
- Mögl. Ansatz: „Testwochen“ mit Gästen/Journalisten
- Pressearbeit, uvm.

*Ansatz: Entwicklung eines „Schlaf Gut“-Qualitätszertifikates in Kooperation mit Fachgesellschaft.*

### Kommunikation vor Ort

- Liebevoller & kompetente Umsetzung vor Ort
- auf Basis wiss. Erkenntnisse
- Kommunikation im Detail

## Breite Koop. möglich!



## Take home messages

- **Kern der Gesundheitskommunikation: Glaubwürdigkeit & Kompetenz!**
- **Wahrheit & wissenschaftlicher Beweis** als unbedingte Grundlage.
- **Klare Trennung von Werbung und PR (aber gute Abstimmung!)**  
Nur so ist beides erfolgreich.
- **Kooperation mit Opinion Leadern /med. Institutionen (langfristig!)**
- **Produktentwicklung: Mut zur klaren Positionierung/Nische!**
- **PR: Viele unterschiedliche Geschichten erzählen - immer wieder Grund zur Kommunikation (Storytelling)**
- **Sensibilität in der Kommunikation:** „Holzhammermethode“ funktioniert nicht.
- **„Umwege“: Um die Ecke denken ist nötig!** Oft ist ein direkter Weg zu plump und führt nicht zum Ziel.
- **Sinnvoll: Kooperation/Zusammenarbeit in PR Themen!**  
(je breiter umso besser! Erhöht Glaubwürdigkeit & spart Geld)



**Dr. Andrea Wöber**

Mariahilferstraße 209, 1150 Wien, +43/(0)699 114 612 92, office@andreawoerber.at

Bei Bedarf: Beratung/projektweise Unterstützung im Bereich Gesundheitskommunikation für Agenturen und Unternehmen

- Unterstützung beim Aufbau einer grundsätzlichen Strategie im Bereich Gesundheit
- Welche Möglichkeiten hätte ein Unternehmen/eine Region?
- Welche Kooperationen könnten die Qualität erhöhen und zugleich Kosten sparen?
- Wie kann man bestehende Leistungen im Gesundheitsbereich sinnvoll kommunizieren/vermarkten?
- Welche Angebote/Leistungen könnten mit vertretbaren Mitteln neu geschaffen werden?

Veranstaltungsmoderation mit Fokus im Gesundheitsbereich, professionelle Sprechstimme für Werbespots, Imagefilme u.a.  
www.andreawoerber.at