

Gesund statt krank

Umbenennung: Aus dem Wiener Krankenanstaltenverbund wird der Gesundheitsverbund; Prozess ist breit aufgesetzt.



Wiener Gesundheitseinrichtungen werden modernisiert und zeigen das auch mit einem neuen Corporate Design.

... Von Martin Rümmele

WIEN. 30.000 Beschäftigte, acht Kliniken und neun Pflegehäuser, 150.000 Operationen pro Jahr sowie 2,8 Mio. Ambulanzbesuche: Die Spitalsgruppe der Stadt Wien ist Österreichs größter Krankenhausträger. Jetzt wurde der bisherige Krankenanstaltenverbund in Wiener Gesundheitsverbund umbenannt. Hinter der Namensänderung steht ein umfassender Reformprozess, zu dem neben der Sanierung der Spitäler auch eine neue innere Struktur und eine geänderte Rechtsform zählen. Während viele dieser Schritte im Hintergrund vorbereitet und geplant werden, ist die Namensänderung ein nach außen sichtbares Zeichen, sagt Gesundheitsstadtrat Peter Hacker (SPÖ). Dazu kommt ein neues Design.

Die Spitäler und Pflegewohnhäuser des Wiener Gesundheitsverbunds sind künftig nach ihrer Lage im Bezirk oder Grätzl benannt; dadurch soll man sofort wissen, wo die jeweilige Einrichtung liegt. „Wir möchten, dass die Menschen leichter zu uns

finden. Bisher hatten viele unserer Spitäler lange, historisch gewachsene und teils schwer verständliche Namen. Bitten Sie einmal einen Taxifahrer, Sie ins Sozialmedizinische Zentrum Süd

„

Die Spitäler hatten lange, historisch gewachsene und teils schwer verständliche Namen.

Nina Brenner-Küng
Kommunikation
Gesundheitsverbund

“

– Kaiser-Franz-Josef-Spital mit Gottfried von Preyer'schem Kinderspital zu bringen, und dann versuchen sie es noch einmal mit Klinik Favoriten“, sagt die Kommunikationsverantwortliche des Wiener Gesundheitsver-

bunds, Nina Brenner-Küng. Die Begriffe „Kranken“ und „Anstalt“ seien zudem nicht wirklich positiv besetzt, weshalb man Gesundheit betone – zumal es in den Einrichtungen nicht nur um Reparatur, sondern auch Gesunderhaltung, Ernährung und vieles mehr gehe.

Patienten einbezogen

Bei der Kommunikation des neuen Namens und Logos, das mit 140 Patienten entwickelt worden ist, setzt man stark auf die eigenen Kanäle und einen spielerischen Einsatz des Logos, um einen Wiedererkennungswert zu erzeugen.

Neben den Medien der Stadt setzt man auf die millionenfachen Patientenkontakte, die es in den Häusern gebe. Im Juli sollen zudem Radiospots und Plakate folgen. Das neue Design stammt von der Agentur Saffron, die schon den neuen Auftritt der Stadt gemacht hat. Die Ausrol- lung laufe stark im Haus sowie mit Unique Public Relations als externem Partner, sagt Brenner-Küng.

MEDIKAMENTE

Pfizer startet neue Kampagne

WIEN. Die österreichische Bevölkerung hält sich für gut informiert, was ihren Umgang mit Medikamenten betrifft. Das zeigt eine neue Umfrage, die das Pharmaunternehmen Pfizer durchführen ließ. Fragt man genauer nach, stellt sich heraus, dass es durchaus Aufklärungsbedarf gibt, wie Arzneimittel richtig beschafft, gelagert, eingenommen und entsorgt werden.

Wissen hilft

Pfizer will sich deshalb in den nächsten Monaten diesen Themen verstärkt widmen und startet die Initiative „Meine Medizin. Mein Beitrag.“ Über die Sozialen Medien des Unternehmens soll der verantwortungsvolle Umgang mit Arzneimitteln von der Beschaffung bis hin zur sachgerechten Entsorgung gefördert werden. „Die Kampagne spricht an, was man selbst tun kann, um wirksame Medikamente zu haben und wie jeder einzelne einen Beitrag leisten kann“, sagt Robin Rumler, Geschäftsführer von Pfizer Österreich: „Dafür ist es wichtig, dass verstanden wird, wie das funktioniert.“ (red)



Aufklärung

Das Pharmaunternehmen will über den richtigen Umgang mit Medikamenten informieren.