

Klinikum Dortmund



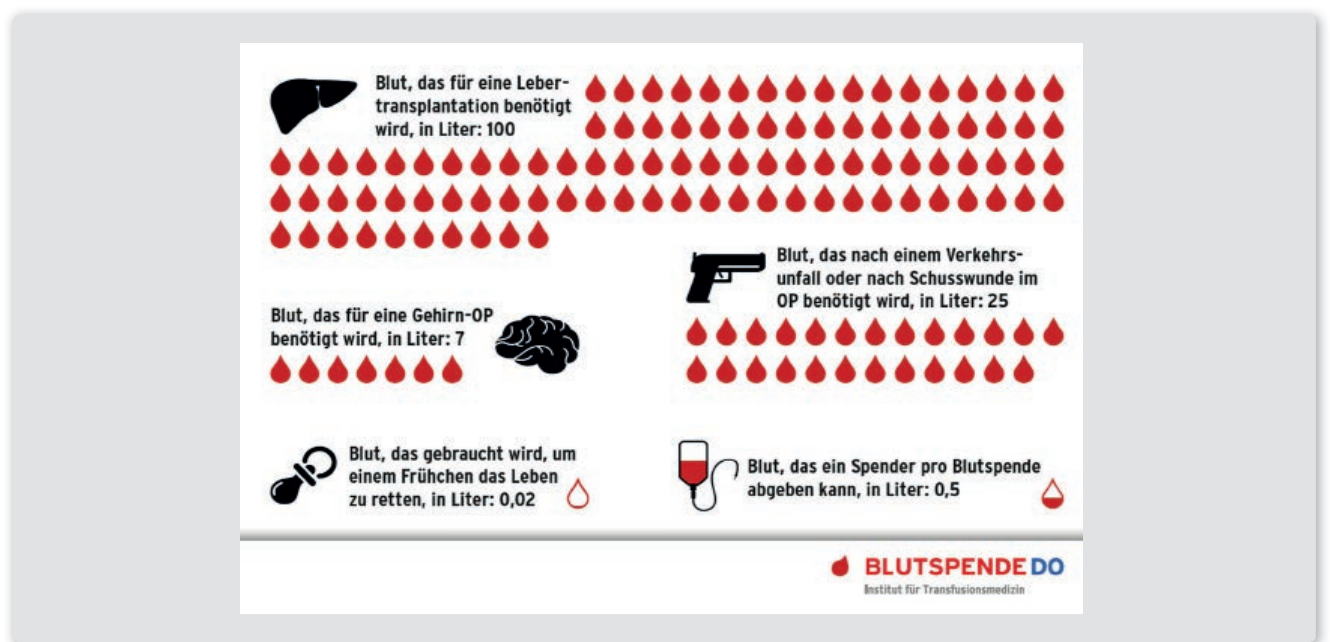
Dank Social-Media: BlutspendeDO trotz bundesweit dramatischem Einbruch der Blutspendezahlen – und legt sogar spürbar zu

Während bundesweit ein dramatischer Rückgang an Blutspenden in den letzten Jahren zu verzeichnen ist, hat die BlutspendeDO des Klinikums über eine aktive Social-Media-Arbeit sogar Blutspenden hinzugewinnen können. Per Saldo sind es heute 12 Prozent mehr als der Bundestrend. Eine Ausnahme-Erscheinung in der Blutspende-Landschaft!

Ob eigene Blutspende-Homepage, eigener Blutspende-Sommer-Cocktail-2015-Contest über Social-Media, die „Mensch, Spender“-Reihe auf Facebook, Youtube-Podcast, spezieller Facebook-App, Blutspendeausweis-App für das Smartphone: Der kurze Draht zum Spender entstand auf vielen Kanälen der sozialen Medienwelt, schaffte ein positives „Marketing-Grundrauschen“ bei den Empfängern und sorgte für ein „WIR“-Gefühl. Die Marke „BlutspendeDO“ gewann spürbar an Reichweite. Sogar der BVB unterstützte die Blutspende.



Oben: Der Vorentscheid zum „BlutspendeDO-Sommer-Cocktail 2015“ lief komplett über Social Media
 Unten: Die „Herzlichen Dank“-Aktion über Social-Media: Ärzte, Pflegekräfte etc. bedankten sich mit persönlich signierter Karte bei den Blutspendern.



Oben: Social-Media senkt die Hemmschwelle: Per Podcast können sich mögliche Spender vorab über Blutspende informieren. Unten: Für die Social-Media-Kanäle entwickelt die BlutspendeDO immer wieder Motivkarten, die plakativ auf das Thema Blutspende aufmerksam machen – hier ein Beispiel.

Nominiert

Name	Aktiv gegen Blutspenden-Schwund
Institution	BlutspendeDO des Klinikums Dortmund
Internet	www.klinikumdo.de
Anzahl Patienten	Stationär: 59.500/mit ambulant: 222.000 (2014)
Mitarbeiter	3.860 (2014)
Umsatz 2014	326 Mio. Euro
Ziele	Recruiting neuer Blutspender, verbesserte Kommunikation mit Dauerblutspendern, Ausweitung der Marken-Bekanntheit
Aktivitäten	Ein auf Social Media übertragenes „BVB - Schalke“-Fan-Kicker-Turnier. Eine in die Facebook-Seite der BlutspendeDO integrierte App, eine Blutspendeausweis-App für das Smartphone, die Spender-Vorstell-Reihe „Mensch, Spender!“, zahlreiche Spende-Aufrufe, Youtube-Film, Blutspende-Sommer-Cocktail-2015-Contest etc.
Anzahl aktiver User	Rund 5.700
Start	2013/2014 bis heute
Resultate	Anstieg der Social-Media-Follower um rund 300 % auf über 5500. Rund 0,6 Mio. Euro Einsparungen durch weniger Blutzukäufe, weniger CLP/Anzeigen etc.

Verantwortlich

- 

in PR/Marketing:
 Marc Raschke
 Leiter Unternehmenskommunikation
 Klinikum Dortmund
- 

in der Geschäftsführung:
 Rudolf Mintrop
 Vorsitzender der Geschäftsführung
 Klinikum Dortmund

Mehr Informationen www.blutspendedo.de

Nominiert für den KlinikAward „Bester Social-Media-Auftritt“ 2015