


21. Oktober 2017



Nächstenliebe 4.0: Werbepsychologie trifft Digitalisierung am Beispiel der BBT-Gruppe

EUKO 2017 – Kommunikation
und Digitalisierung

- 1 – **Die Herausforderung:** Strategische Überlegungen
- 2 – **Der Auftrag:** Grundlagen erfolgreicher Implementierung
- 3 – **Der Prototyp:** Dialog-, Komfort- und Informationstools

Die Herausforderung

Strategische Überlegungen

Die Herausforderung

Strategische Überlegungen

BBT-GRUPPE IM ÜBERBLICK

- + 80 Einrichtungen des Gesundheits- und Sozialwesens
- 5 Regionen in Deutschland
- ca. 10.000 Mitarbeiter/innen und ca. 800 Auszubildende
- + 114.000 Patienten/innen stationär und 314.000 ambulant
- + 1.800 verschiedene Pflege- und Betreuungsplätze

„Einer der großen christlichen Träger von Krankenhäusern und Sozialeinrichtungen in Deutschland.“

 Quelle: www.bbtgruppe.de/zentrale/index.php

ZIELE IM FOKUS

- 1 Gewinnung neuer Patienten/innen und Klienten/innen**
- 2 Strategische Positionierung: Gesundheitsanbieter mit christlichen Werten**
- 3 Fachliche und inhaltliche Positionierung**
- 4 Gewinnung von Multiplikatoren**

Die Herausforderung

Strategische Überlegungen

NUTZER IM FOKUS

UNDERSTAND

Aufgaben
beschreiben &
Probleme
definieren.

PROBLEME / AUFGABEN

Kein akutes,
übergeordnetes
(Kommunikations-)
Problem

Aufgabe:

**Christliche Werte
als Auftrag
weitergeben!**

Die Herausforderung

Strategische Überlegungen

NUTZER IM FOKUS

UNDERSTAND

Aufgaben beschreiben & Probleme definieren.

PROBLEME / AUFGABEN

Kein akutes, übergeordnetes (Kommunikations-) Problem

Aufgabe:
Christliche Werte als Auftrag weitergeben!

OBSERVE

Zielgruppen & deren mentale Modelle verstehen.

ANSPRÜCHE / WERTE

Eindeutige Zielgruppendefinition aufgrund des großen Leistungsspektrums nicht möglich.

Generelle Identität:
Werteorientierung

Die Herausforderung

Strategische Überlegungen

NUTZER IM FOKUS

UNDERSTAND

Aufgaben beschreiben & Probleme definieren.

PROBLEME / AUFGABEN

Kein akutes, übergeordnetes (Kommunikations-) Problem

Aufgabe:
Christliche Werte als Auftrag weitergeben!

OBSERVE

Zielgruppen & deren mentale Modelle verstehen.

ANSPRÜCHE / WERTE

Eindeutige Zielgruppendefinition aufgrund des großen Leistungsspektrums nicht möglich.

Generelle Identität: **Werteorientierung**

POINT OF VIEW

Wissensbasis schaffen, Erkenntnisse generieren.

WERTE-REDUKTION

Essenz aus allen Werten: Begriff der „Nächstenliebe“

Herausforderung: digitale Realisierung einer **Nächstenliebe 4.0**

FRAGESTELLUNGEN ZUR NÄCHSTENLIEBE 4.0

- Wie können Glaube und Spiritualität durch virtuelle Erlebniswelten substituiert werden?
- Setzen die Markenitems von Zuwendung, Nähe, Vertrauen, Unterstützung nicht die personale Präsenz voraus?
→ „Gottesebenbildlichkeit des Nächsten“ (Lk 10, 25-37)
- **Theologisch gesehen ist Nächstenliebe also sowas von 1.0!** Bei aller Liebe zur Transzendenz scheint eine digitale Transformation ausgeschlossen.
- Wie können wir das, wofür wir mit unserer Marke stehen, im Internet als Erlebnis positionieren?

Die Herausforderung

Strategische Überlegungen

NUTZER IM FOKUS

UNDERSTAND

Aufgaben beschreiben & Probleme definieren.

PROBLEME / AUFGABEN

Kein akutes, übergeordnetes (Kommunikations-) Problem

Aufgabe:
Christliche Werte als Auftrag weitergeben!

OBSERVE

Zielgruppen & deren mentale Modelle verstehen.

ANSPRÜCHE / WERTE

Eindeutige Zielgruppendefinition aufgrund des großen Leistungsspektrums nicht möglich.

Generelle Identität: **Werteorientierung**

POINT OF VIEW

Wissensbasis schaffen, Erkenntnisse generieren.

WERTE-REDUKTION

Essenz aus allen Werten: Begriff der „Nächstenliebe“

Herausforderung: digitale Realisierung einer **Nächstenliebe 4.0**

IDEATE

Ideen entwickeln, dokumentieren und Vielfalt zulassen.

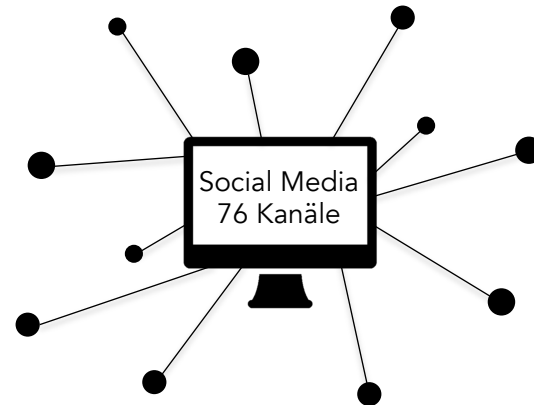
PROTO-TYPE

Entwurf eines plastischen Bildes.

TEST

Idee an der Zielgruppe testen & optimieren.

DAS DIGITALE NETZWERK

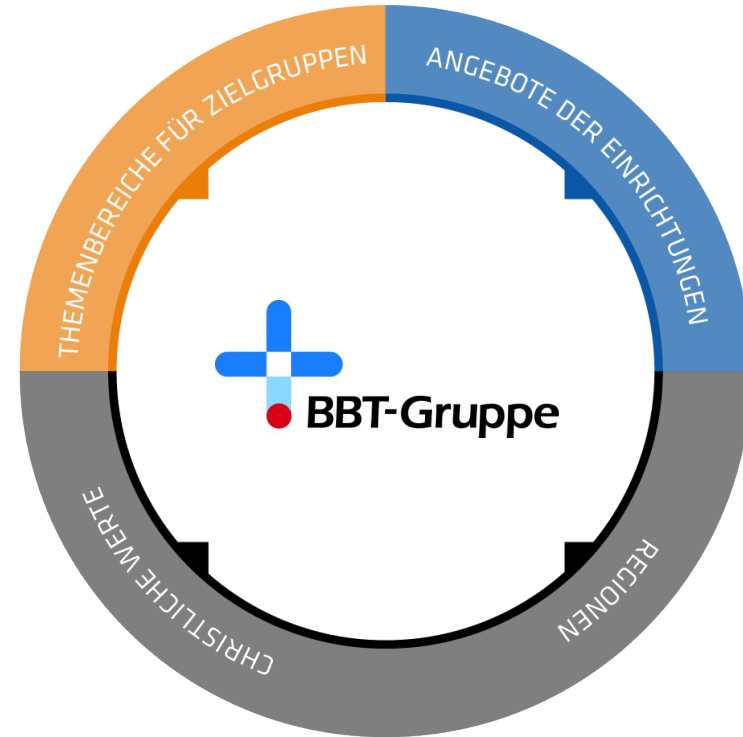


Die Herausforderung

Strategische Überlegungen

BASIS DES DIGITALEN NETZWERKES

Ein digitales Netzwerk muss alle **Einrichtungen** der BBT-Gruppe berücksichtigen, das Informationsbedürfnis aller **Anspruchsgruppen regional** befriedigen und die **christlichen Werte** als Markenzeichen und Auftrag der BBT-Gruppe akzentuieren.



Der Auftrag

Grundlagen erfolgreicher Implementierung

Der Auftrag

Grundlagen erfolgreicher Implementierung

INHALTLICHE VORGEHENSWEISE

Was bedeutet Nächstenliebe 4.0?

Die Essenz aus allen Werten der BBT-Gruppe sowie der aktuellen strategischen Positionierung der Unternehmenskommunikation ist im Begriff der „Nächstenliebe“ verortet:

**BEDINGUNGSLOSE BEREITSCHAFT FÜR
MITMENSCHEN DA ZU SEIN – UNABHÄNGIG
VON SITUATION UND VERFASSUNG**

Der Auftrag

Grundlagen erfolgreicher Implementierung

INHALTLICHE VORGEHENSWEISE

Was bedeutet Nächstenliebe 4.0?

Die Essenz aus allen Werten der BBT-Gruppe sowie der aktuellen strategischen Positionierung der Unternehmenskommunikation ist im Begriff der „Nächstenliebe“ verortet:

**BEDINGUNGSLOSE BEREITSCHAFT FÜR
MITMENSCHEN DA ZU SEIN – UNABHÄNGIG
VON SITUATION UND VERFASSUNG**

Aufgabe

- Umsetzen der Bereitschaft für Mitmenschen da zu sein – auf Basis des Web-4.0-Gedankens.
- Inhaltliche Fundierung „Web 4.0“: neue Qualität von Informationen – durch Vernetzung von Realität und intelligenten automatisierten digitalen Tools.

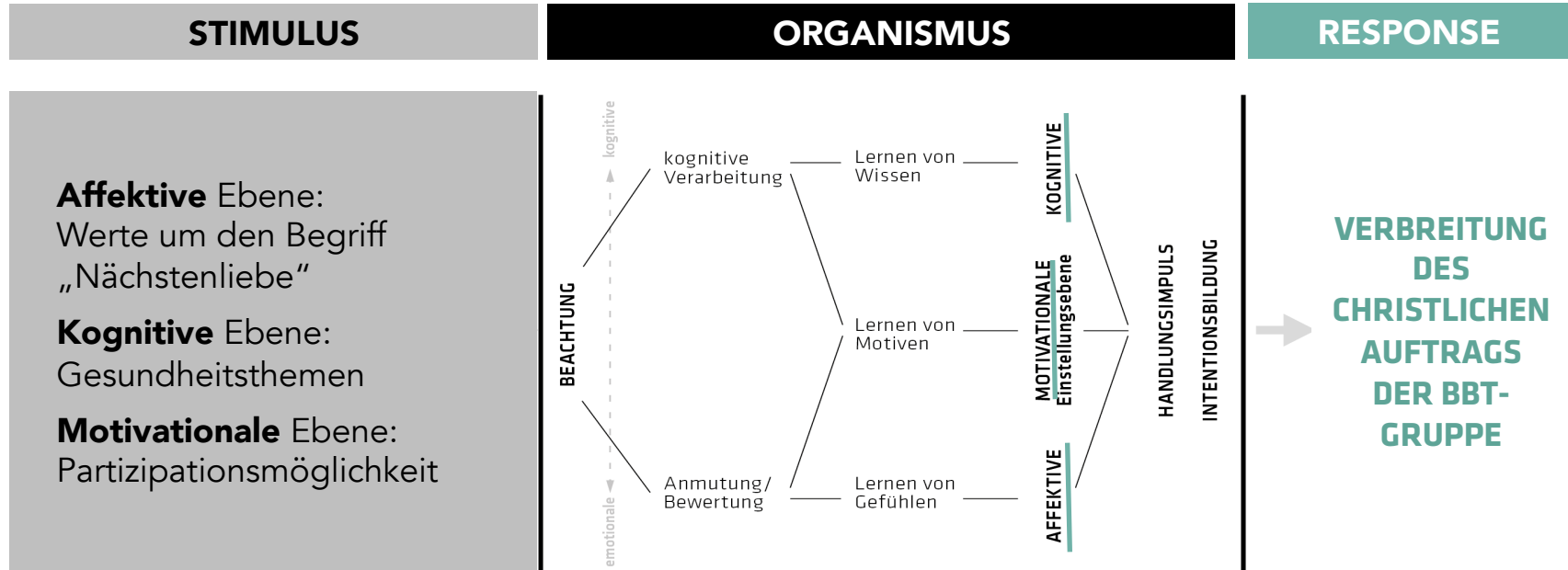
Lösung

- Bereitstellen von **personalisierten Informationen und Botschaften** über unterschiedliche Medienformate oder Kampagnen.
- **Dialog-, Komfort- und Informationstools**, die die Besucher der Plattform aktiv unterstützen und die Botschaften der BBT-Gruppe kommunizieren.

Der Auftrag

Grundlagen erfolgreicher Implementierung

ERFOLGSKRITERIEN: PSYCHOLOGISCHE DIMENSION



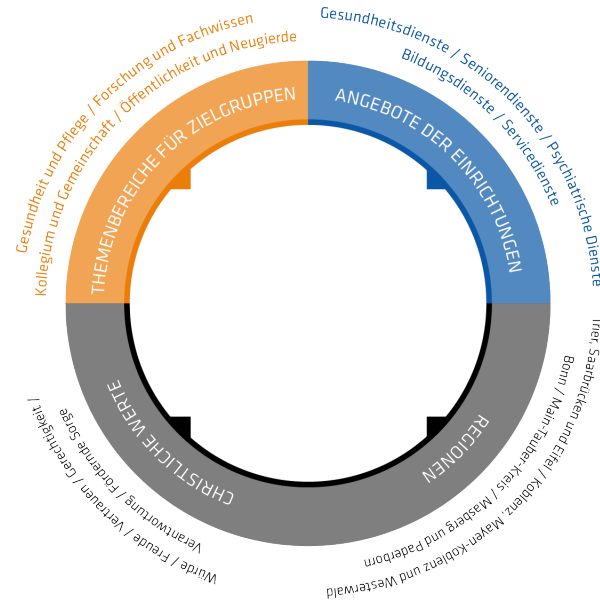
i Quelle: In Anlehnung an Neumann (2013).

Der Auftrag

Grundlagen erfolgreicher Implementierung

ERFOLGSKRITERIEN: IDEE DES MATCHINGS

User müssen die gewünschten Informationen sofort erhalten.



Der Auftrag

Grundlagen erfolgreicher Implementierung

ERFOLGSKRITERIEN: IDEE DES MATCHINGS

User müssen die gewünschten Informationen sofort erhalten.

ZIELGRUPPEN

GESUNDHEIT UND PFLEGE

FORSCHUNG UND FACHWISSEN

KOLLEGIUM UND GEMEINSCHAFT

ÖFFENTLICHKEIT UND NEUGIERDE

ANGEBOT

GESUNDHEITSDIENSTE

SENIORENDIENSTE

PSYCHATR. DIENSTE

BILDUNGSDIENSTE

SERVICEDIENSTE

Der Auftrag

Grundlagen erfolgreicher Implementierung

ERFOLGSKRITERIEN: IDEE DES MATCHINGS

User müssen die gewünschten Informationen sofort erhalten.

ZIELGRUPPEN

GESUNDHEIT UND PFLEGE

FORSCHUNG UND FACHWISSEN

KOLLEGIUM UND GEMEINSCHAFT

ÖFFENTLICHKEIT UND NEUGIERDE

REGION

Primärer Empfänger: Angehörige

Primärer Empfänger: potentielle Ärzte

Primärer Empfänger:
potentielle Mitarbeitende

Autor: Chefarzt

Autor: Pflegepersonal

Autor: Ausbildungsleiterin

ANGEBOT

GESUNDHEITSDIENSTE

SENIORENDIENSTE

PSYCHATR. DIENSTE

BILDUNGSDIENSTE

SERVICEDIENSTE

BOTSCHAFT

Der Auftrag

Grundlagen erfolgreicher Implementierung

ERFOLGSKRITERIEN: AUF EINEN BLICK

KUNDENORIENTIERUNG

- Wahrnehmen und Erfüllen von Kundenbedürfnissen: zielgruppenrelevante barrierefreie Inhalte, persönliche Ansprache, gut verknüpfte, individuelle Kommunikation

FLEXIBILITÄT

- Die BBT-Gruppe muss in der Lage sein, schnell und professionell auf Änderungen zu reagieren.

LERNBEREITSCHAFT

- Erkennen von Schwächen in der Leistungserbringung (z. B. durch Kommentare)
- Weiterbilden von Mitarbeitenden (Social-Media-Guidelines, Produzieren von Inhalten während der Arbeitszeit)
- Angst vor Veränderungen überwinden:
 - Kontinuierlichen Change-Prozess implementieren
 - Kritik und Fehler als Teil dieses Prozesses akzeptieren
 - Mitarbeitende ermutigen, Fehler zu melden & einzugestehen

Der Prototyp

Dialog-, Komfort- und Informationstools

Der Prototyp

Dialog-, Komfort- und Informationstools

TOOLS UND ANFORDERUNGEN

Die Tools unterstützen den User bei der Entscheidungsfindung (SOR) auf unterschiedliche Weise.

DIALOGTOOLS

Erleichtern die Kontaktaufnahme und den Austausch des Users mit einem Mitarbeitenden der BBT-Gruppe.

Zudem helfen sie, Inhalte an die Bedürfnisse der Besucher anzupassen.

INFORMATIONSTOOLS

Informationstools ermöglichen die Bereitstellung von Informationen.

Sie binden unterschiedliche Medienformate ein und verknüpfen diese mit anderen Kommunikationskanälen.

KOMFORTTOOLS

Komfort- und Empfehlungstools erleichtern die Informationserfassung, -verbreitung und -speicherung.

Der Prototyp

Dialog-, Komfort- und Informationstools

TOOLS UND ANFORDERUNGEN

Die Tools unterstützen den User bei der Entscheidungsfindung (SOR) auf unterschiedliche Weise.

DIALOGTOOLS

- Terminanfrage
- Umfragetool
- Callback
- Digitale Grußkarte
- Live-Chat
- Video-Chats
- Feedback
- Wunschliste
- Chatbot
- Ärztekontakt
- Kommentar
- Forum

INFORMATIONSTOOLS

- Infostream
- Scrollguide
- Yellow Pages
- 360°-Rundgänge
- Wissenstest
- Fragen & Antworten
- Glossar
- Podcasts
- Charity-Funktion
- Livestreams
- Interaktive Galerie

KOMFORTTOOLS

- Intelligente Suche
- Inhaltsfilterung
- Bewertungsfunktion
- Merkzettel
- Abo-Funktion

Neue Beiträge

Inhalte eingrenzen:

Alle Standorte



Alle Themenschwerpunkte



Suche



vor 4 Stunden • VIA FACEBOOK ⓘ

Barmherzige Brüder Trier (BBT-Gruppe) hat Barmherzige Brüder Saffigs Foto geteilt

SWR-Radio-Feature zum Thema "Legal Highs".
Redakteurin Selina Marx im Interview mit Dr. Bernd Balzer, Ärztlicher Direktor unserer Fachklinik für Psychiatrie und Psychotherapie (...)

#Nächstenliebe4.0 #Psychotherapie



👍 12 💬 4 ➡ 1

Heute • Bericht

📍 [KRANKENHAUS DER BARMHERZIGEN BRÜDER TRIER](#) ★ [KARRIERE](#)



Gute Mitarbeiter sind die beste Medizin

Anspruchsvolles Arbeiten bei flexibler Arbeitszeit und umfassenden freiwilligen Leistungen - das ist Arbeiten im Brüderkrankenhaus Trier.

👍 😊 🍷 56 💬 15 ➡ 4



Standorte

Standort wählen

56073 Koblenz



📍 meinen aktuellen Standort verwenden



Ihr Ansprechpartner:



Max Mustermann
BBT-Gruppe

"Hallo! Darf ich Ihnen helfen?"

Chat starten



Neue Beiträge

Inhalte eingrenzen:

Alle Standorte

Alle Themenschwerpunkte

vor 4 Stunden • VIA FACEBOOK

Barmherzige Brüder Trier (BBT-Gruppe) hat Barmherzige Brüder Safliga Foto geteilt

SWR-Radio-Feature zum Thema "Legal Highs". Redakteurin Selina Marx im Interview mit Dr. Bernd Balzer, Ärztlicher Direktor unserer Fachklinik für Psychiatrie und Psychotherapie (...)

#Nächstenliebe4.0 #Psychotherapie

12 4 1

Heute • Bericht

KRANKENHAUS DER BARMHERZIGEN BRÜDER TRIER KARRIERE



Gute Mitarbeiter sind Medizin

Anspruchsvolles Arbeiten bei flexibler Arbeitszeit und freiwilligen Leistungen - das ist Arbeiten im Krankenhaus der Barmherzigen Brüder Trier

56 15 4

Standorte

Standort wählen

56073 Koblenz

meinen aktuellen Standort verwenden

Wir haben "56073 Koblenz" als Ihren aktuellen Standort erkannt. Sie können diesen Standort manuell ändern, Ihren aktuellen Standort per GPS verwenden oder die Karte nutzen.



Ihr Ansprechpartner:

Max Mustermann
BBT-Gruppe

"Hallo! Darf ich Ihnen helfen?"

Chat starten

Standort



Ihr Ansprechpartner:



Tom Neumann

Unternehmenskommunikation & Marketing,
Katholisches Klinikum Koblenz • Montabaur

“Hallö! Darf ich
Ihnen helfen?”

Chat starten



Tel.: 0261-496-0



Katholisches Klinikum Koblenz-Montabaur gGmbH
Kardinal-Krementsz-Str. 1-5
56073 Koblenz

Zur Webseite des Standortes



Standort entdecken • 0:32/2:46 Min.

Katholisches Klinikum Koblenz-Montabaur

Das Katholische Klinikum Koblenz • Montabaur
ermöglicht innovative Versorgungsschwerpunkte,
sichert Entwicklungspotenziale und
Nachhaltigkeit.

Botschafter am Standort



Netzwerk



Gruppen (5)

Mitglieder (367)

Neue Beiträge

Inhalte eingrenzen:

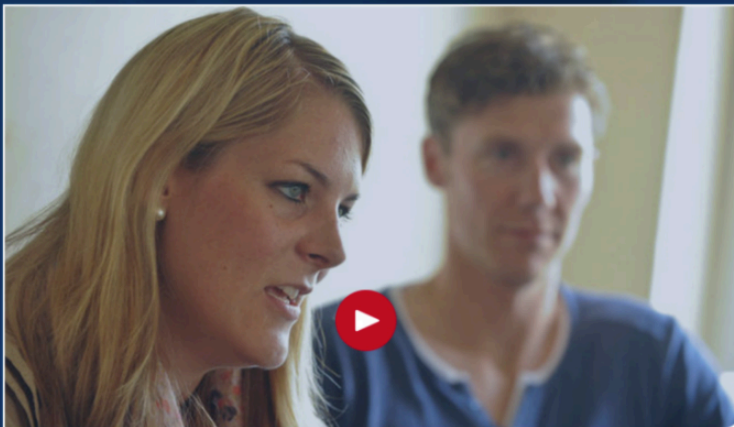
56073 Koblenz



Themenschwerpunkt



Suche



Heute • Reportage

📍 KATHOLISCHES KLINIKUM KOBLENZ • MONTABOUR ★ SCHLAGANFALL

Vom Schlag getroffen

Mit 21 Jahren hatte Britta Lukas einen Schlaganfall. Schnelle Hilfe hat ihr das Leben gerettet, in das sie sich seither zurückkämpft. Sechs Jahre später ist sie ziemlich nah dran.



QUIZ

Risikofaktoren für Schlaganfälle

Welche der folgenden Faktoren sind Risikofaktoren für Schlaganfälle?



Standort



Katholisches Klinikum
Koblenz • Montabaur



Ihr Ansprechpartner:

Tom Neumann

Unternehmenskommunikation & Marketing,
Katholisches Klinikum Koblenz • Montabaur

“Hallo! Darf ich
Ihnen helfen?”

Chat starten



Tel.: 0261-496-0



Katholisches Klinikum Koblenz-Montabaur gGmbH
Kardinal-Krementz-Str. 1-5
56073 Koblenz

Standort kennenlernen





Neue Beiträge

Inhalte eingrenzen:

56073 Koblenz

Themenschwerpunkt

Suche



Heute • Reportage

📍 KATHOLISCHES KLINIKUM KOBLENZ • MONTABOUR ★ SCHLAGANFALL

Vom Schlag getroffen

Mit 21 Jahren hatte Britta Lukas einen Schlaganfall. Schnelle Hilfe hat ihr das Leben gerettet, in das sie sich seither zurückkämpft. Sechs Jahre später ist sie ziemlich nah dran.

👍 🤔 😊 246 💬 154 ➦ 16

QUIZ

Risikofaktoren für Schlaganfälle

Welche der folgenden Faktoren sind Risikofaktoren für Schlaganfälle?



Standort



Katholisches Klinikum
Koblenz • Montabaur



Ihr Ansprechpartner:

Tom Neumann

Unternehmenskommunikation & Marketing,
Katholisches Klinikum Koblenz • Montabaur

“Hallo! Darf ich
Ihnen helfen?”

Chat starten



Tel.: 0261-496-0



Katholisches Klinikum Koblenz-Montabaur gGmbH
Kardinal-Krementz-Str. 1-5
56073 Koblenz

Standort kennenlernen





Maria
Exempiarfrau



Mein Standort

56073 Koblenz



☒ meinen aktuellen Standort verwenden

Karte anzeigen

★ Meine Themenschwerpunkte



Gespeicherte Beiträge (67)



Meine Engagements (2)



Ausloggen

Neue Beiträge

Inhalte eingesehen

56073 Koblenz



Meine Favoriten



Suche



Gruppen (5)



NACHBARSCHAFTSHILFE METTERNICH



gestern, 14:36 Uhr
"Am Freitag wollen wir
gemeinsam den
Spielplatz frühlingstlit
machen. Wer hilft?"

GRÜNE DAMEN IM KK-KM



gestern, 10:22 Uhr
"Wer hat mit mir am
Wochenende Dienst?
Ich bringe Kuchen mit!"

NACHBARSCHAFTSHILFE METTERNICH



gestern, 08:04 Uhr
"Ich kann an dem
Termin nicht, könnt ihr
auch wann anders?"

NACHBARSCHAFTSHILFE METTERNICH



gestern, 14:36 Uhr
"Ich könnte eine Heck-
enscherre mitbringen.
Brauchen wir noch
etwas? Ich habe auch
noch ein paar weitere
Werkzeuge, ich bringe

Nachrichten



Standort



Katholisches Klinikum
Koblenz • Montabaur



Im Ansprechpartner:

Tom Neumann

Unternehmenskommunikation & Marketing
Katholisches Klinikum Koblenz • Montabaur

"Hallo! Darf ich
Ihnen helfen?"

Chat starten



Tele.: 0261-496-0



Katholisches Klinikum Koblenz-Montabaur gGmbH
Kardinal-Krementz-Str. 1-5
56073 Koblenz

Standort kennenlernen





Maria
Exemplarfrau

< Zurück zur Übersicht



Ute Emig-Lange

Bereichsleiterin Öffentlichkeitsarbeit, Gesundheitsholding Tauberfranken

Zum Standort >

Innovatives Pflege- und Betreuungskonzept im neuen Seniorenzentrum St. Hannah

Auf knapp 2400 Quadratmetern sollen hier 30 stationäre Pflegeplätze und acht betreute Wohnungen bis zu einer Größe von 63 Quadratmetern entstehen – alle ausgestattet mit eigenem Bad sowie eigenem Balkon oder Terrasse.

Noch lassen die Fundamente und die große Grundplatte erst erahnen, was auf dem Areal am Ortseingang von Distelhausen entstehen soll. Doch in den Köpfen der Verantwortlichen der BBT-Gruppe ist das Ziel, das mit dem neuen Bauvorhaben verknüpft ist, schon sehr real: hier sollen ältere und pflegebedürftige Menschen aus Distelhausen und der Region ein familiäres Zuhause finden. In einer Feierstunde wurde am 30. Mai dafür gemeinsam mit rund 100 Anwohnern, geladenen Gäste und Mitarbeitenden aus den Seniorenzentren der Gesundheitsholding Tauberfranken der Grundstein gelegt. [Bildergalerie Grundsteinlegung](#)



Standort



Katholisches Klinikum
Koblenz • Montabaur



Ihr Ansprechpartner:

Tom Neumann

Unternehmenskommunikation & Marketing,
Katholisches Klinikum Koblenz • Montabaur

“Hallo! Darf ich
Ihnen helfen?”

Chat starten



Tel.: 0261-496-0



Katholisches Klinikum Koblenz-Montabaur gGmbH
Kardinal-Krementz-Str. 1-5
56073 Koblenz

Standort kennenlernen



Der Auftrag

Grundlagen erfolgreicher Implementierung

PERSPEKTIVEN UND AUSBLICK IN DER PRAXIS

Der Theologe: Nächstenliebe 4.0 ist die Vereinfachung des Religiösen mit digitalen Mitteln.

Der Marketer: Nächstenliebe 4.0 unterstützt die Distributionspolitik, leitet Kundenströme und erschließt neue Marktsegmente → Eine zielgruppenorientierte Kaltakquise mit geringem Mitteleinsatz.

Der Kommunikationsverantwortliche: Nächstenliebe 4.0 ist die Dialogplattform für Caritas als virtuelle Markenpositionierung im deutschen Internet.

Die Kaufleute: Nächstenliebe 4.0 liefert Kennzahlen mit denen eine Bewertung religiöser Motive für eine Krankenhauswahl möglich ist.

Der Kunde: Nächstenliebe 4.0 ermöglicht den Konsum von relevanten Inhalten und eine Leitung hin zu weiteren Interessen und Themenbereichen.

Der Auftrag

Grundlagen erfolgreicher Implementierung

PERSPEKTIVEN UND AUSBLICK IN DER PRAXIS

Der Theologe: Nächstenliebe 4.0 ist die Vereinfachung des Religiösen mit digitalen Mitteln.

Der Marketer: Nächstenliebe 4.0 unterstützt die Distributionspolitik, leitet Kundenströme und erschließt neue Marktsegmente → Eine zielgruppenorientierte Kaltakquise mit geringem Mitteleinsatz.

Der Kommunikationsverantwortliche: Nächstenliebe 4.0 ist die Dialogplattform für Caritas als virtuelle Markenpositionierung im deutschen Internet.

Die Kaufleute: Nächstenliebe 4.0 liefert Kennzahlen mit denen eine Bewertung religiöser Motive für eine Krankenhauswahl möglich ist.

Der Kunde: Nächstenliebe 4.0 ermöglicht den Konsum von relevanten Inhalten und eine Leitung hin zu weiteren Interessen und Themenbereichen.

ABSCHLUSSTHESEN

- Die Vielfalt der Perspektiven unter einen Hut bringen? Unmöglich.
- Organisationale Akzeptanz ist unbedingte Voraussetzung.
- Transmedialität braucht Kohärenz und Koordination – und eine Struktur, die diese im Alltag sicherstellt.
- Glaub/würdig sein und glaubwürdig bleiben: Ansonsten ist es einfach nur peinlich!

Kontakt

**VIELEN
DANK!**

REALYZE Unternehmensberater, Tewes & Partner

Flügelstraße 118

46049 Oberhausen

T +49 208 8109 4320

E info@realyze.de

Partner: Prof. Dr. Dr. habil. Eric Frère, Prof. Dr. Dr. habil. Clemens Jäger,

Prof. Dr. Stefan Tewes, Dr. Carolin Tewes, Marlon Biller

Registergericht: Amtsgericht Essen, Registernummer: PR 4023