

Bewerbung um den Medizin-Management-Preis 2012

in den Segmenten Informationstechnologie / Kommunikation

(ACHTUNG: übergreifendes Projekt bitte daher Zuordnung aus Sicht der Jury selbst vornehmen)

Träger / Initiatorin des Projektes

Universitätsmedizin Mainz
Caroline Bahnemann
Stv. Leiterin Stb. Kommunikation und Presse
Langenbeckstr. 1
55131 Mainz
Tel. 06131 17-7426
Fax 06131 17-3496
e-Mail: caroline.bahnemann@unimedizin-mainz.de
www.unimedizin-mainz.de

Executive Summary

Die Problematik: Seit der Einführung eines Corporate Designs (CD) im Jahr 2009 hat sich gezeigt, dass viele Beschäftigte gerne zur Positionierung der Marke Universitätsmedizin Mainz beitragen möchten. Das Wissen, das Können, die Zeit und die finanziellen Mittel für eine professionelle Gestaltung von Printmedien, wie bspw. Flyern als Information ist allerdings nur bedingt/begrenzt vorhanden, so dass dennoch oft der eigenen Kreativität Raum gelassen wurde, was wiederum die Überbeanspruchung dieser Ressourcen zur Folge hatte. Wichtigere Tätigkeiten blieben kurzfristig liegen.

Die Ziele: Der Markenaufbau und die -pflege sollte durch die Bereitstellung von CD-konformen Templates unterstützt und aktiv weiterverfolgt werden. Betroffene sollten hierbei zu Beteiligten gemacht werden, um einen effizienten Workflow mit klarerer Rollen- und Aufgabenverteilung bei gleichzeitiger Einsparung von finanziellen, personellen sowie zeitlichen Ressourcen zu schaffen.

Die Lösung: Das Angebot einer serverbasierten Web-to-Print-Lösung im Intranet, genannt „Vorlagen-Tool“. Innerhalb eines automatisierten Workflows ist es in nur drei Schritten möglich Printmedien dynamisch zu erstellen und einen Druckauftrag auszulösen. Eine einfache Bedienbarkeit mit klaren Vorgaben des CD's sorgt für die Wiedererkennbarkeit der Marke. Ein Einfügen von Textbausteinen, Bildern und Grafiken bietet dennoch Raum zur Personalisierung und Individualisierung.

Innovationscharakter

Bei dem Vorlagen-Tool handelt es sich um eine für Kliniken neue, innovative und erweiterbare IT- bzw. Kommunikations-Lösung, die nachhaltig die Markenpräsenz erhöht, die Rolle der Beschäftigten als Markenbotschafter stärkt und gleichzeitig sowohl finanzielle, zeitliche als auch personelle Ressourcen schont.

Das Wesen der Ergebnisverbesserung

Wurden die Printprodukte bis zur Einführung in Eigenkreativität der Beschäftigten und seit der Einführung des CD mit Hilfe der Stabsstelle Kommunikation und Presse zusammen mit einer Agentur gestaltet und produziert, so zeigte sich nach der Einführung des Vorlagen-Tools schnell, dass es stetig

mehr und mehr genutzt wird. Heute werden im Schnitt rund 20 Visitenkarten, 5 Flyer und ebenso viele Poster pro Woche gestaltet. Hauptgründe sind, dass das Tool über das Intranet für alle Beschäftigten überall, leicht und 24-Stunden am Tag zugänglich ist, einfach zu bedienen ist, eine Vorschau live den aktuellen Bearbeitungsstand aufzeigt, aber vor allem, dass außer den Druckkosten keine zusätzlichen Kosten entstehen. Das Einsparpotenzial kann allein für das erste Nutzungsjahr auf über 100.000 Euro für Gestaltungskosten und rund 500 Arbeitsstunden beziffert werden.

Als Grundlage für den Erfolg sehen wir die Prozessbeobachtung und Kommunikation mit den potenziellen Nutzern im Vorfeld sowie die detaillierte Prozessplanung und -beschreibung in einem Lasten- und Pflichtenheft. Dies erfolgte in Kombination mit einem engen Abstimmungsprozess innerhalb der Projektphasen zwischen den Projektverantwortlichen der IT und den potenziellen Nutzern. Testläufe vor der offiziellen Inbetriebnahme rundeten die Maßnahmen ab.

Die Nutzer zeigen sich überaus zufrieden, wie beispielsweise Dr. Heid aus der Anästhesie: „Dass ich als stark eingebundener und zeitlich oftmals fremdbestimmter Arzt nun unabhängig und eigenständig Printmedien selbst professionell gestalten kann macht freut mich sehr. Denn nur eine hochwertige visuelle Darstellung von Informationen spiegelt auch den Anspruch von hoher Qualität und Professionalität unserer medizinischen Leistungen adäquat wider.“