

## Vernetztes Denken und Handeln

THINK WIRED! steht für kompetente Marketing-, Kommunikations- und Sponsoringberatung, die Entwicklung strategischer PR- und Kommunikationskonzepte und deren Koordination bzw. Umsetzung mit den bestehenden Agenturpartnern des Kunden oder mit Unterstützung durch das eigene, internationale Netzwerk. Im Vordergrund unserer Arbeit steht die Bündelung gesammelter Erkenntnisse aus unterschiedlichen Branchen, um unter Einhaltung der spezifisch gesetzlichen sowie ethischen Fakten ergebnisorientierte Strategien und Kommunikationskonzepte zu entwickeln und umzusetzen.

Ziel ist die Schaffung von Synergien und damit die Entwicklung wirkungsvoller Strategien über alle verfügbaren Kommunikationskanäle (integrierte Kommunikation). Die Verdrahtung der Kanäle und die zielgerichtete Nutzung aller vorhandenen Potentiale steht bei unseren Leistungen an erster Stelle.

## Spezialgebiet Gesundheitswesen

Die Komplexität des Gesundheitswesens und die darin eingesetzten Kommunikationskanäle ist nicht mit anderen Branchen vergleichbar und dadurch nicht für alle Dienstleister verständlich bzw. nachvollziehbar.

Wir verstehen die Spielregeln im Gesundheitssystem, wissen dadurch wie kommuniziert werden muss und sind in der Lage, greifende Kommunikationsstrategien und Maßnahmenplanungen für neue Behandlungsmethoden, Produkte, Dienstleistungen, Versorgungsnetze und Krankenhäuser zu entwickeln.

## Leistungsportfolio

Beratung, Projektmanagement, PR- und Öffentlichkeitsarbeit, Digitale Kommunikation, Workshops und Seminare, sowie Sponsoring und Fundraising.

## Referenzen - Kundenliste

Unsere Kundenliste aus dem Bereich Health Care spiegelt einen Teil unserer langjährigen Berufserfahrung in der Kommunikation im Gesundheitswesen wider:

Albertinen Diakoniewerk e.V., Hamburg  
Berlin-Chemie, Berlin

Biotronik, Berlin

EDAP GmbH - The HIFU Company, Flensburg

EDAPTMS S.A., Lyon - Frankreich

Hamburger Onkologienetz, Hamburg

Katholisches Marienkrankenhaus, Hamburg

Medtronic, Düsseldorf

Norddeutsches Herzzentrum, Hamburg

PULSION - Medical Systems AG, München

Rechtsanwälte Reichert & Partner, München

I. und 2. Hamburger Symposium zur Integrierten Versorgung

Gesundheitspolitik Kardiologie Potsdam 2007

## Kontakt Daten

THINK WIRED!

Büro Hamburg  
Palmaille 126  
22767 Hamburg

Nina Baering  
Telefon: +49 40 3808 73-48  
baering@think-wired.de

Markus Liebold  
Telefon: +49 40 3808 73-47  
liebold@think-wired.de

[www.think-wired.de](http://www.think-wired.de)

# Patientenmarketing in der Publikumspress

## Case Study EDAP - The HIFU Company



# Case Study

## EDAP - The HIFU Company

### Ausgangsposition - Mai 2006:

Für die Bekämpfung von Prostatakrebs gibt es seit Jahren eine schonende, von Krankenkassen bezahlte Alternativmethode. Diese Behandlungsmethode findet in der Öffentlichkeit und bei der Presse nur unzureichende Beachtung (geringe Anzahl an Veröffentlichungen in den letzten 3 Jahren). Zudem sind die Besucherzahlen auf der Website zu gering.

### Zielsetzung:

Steigerung der Bekanntheit und dadurch steigende Behandlungszahlen in allen deutschen Krankenhäusern, in denen die Methode Anwendung findet und ein Ausbau der Behandlungsstandorte.

### Zwischenergebnis nach 12 Monaten:

- Signifikante Steigerung in der Nachfrage zum Thema HIFU bei niedergelassenen Ärzten und in Kliniken.
- Steigerung der Behandlungszahlen im I.Quartal 07 z.B. in München-Harlaching um über 150%.
- Veröffentlichungen in der Publikumspresse mit einer Gesamtauflage von über 5,76 Mio. (ca. 20,8 Mio. Leser).
- Steigerung der Besucherzahlen der Website um über 500%.
- Anzeigen mit einer zusätzlichen Auflage von über 4,25 Mio..

### I. Beispiele redaktioneller Veröffentlichungen



Das Goldene Blatt  
Ausgabe 51/2006  
Auflage: 261.000



Freizeit Revue  
Ausgabe 13/2007  
Auflage: 1.308.000



Glücks Revue, Ausgabe 52/2006, Auflage: ca. 233.000



Handelsblatt  
Ausgabe 10.10.2006  
Auflage: 151.000



Rätsel Pause  
Ausgabe 04/2007  
Auflage: ca. 398.000



Seniorenzeitung - Kreis Unna  
Ausgabe 01/2007  
Auflage: ca. 23.000



Die Zwei  
Ausgabe 15/2006  
Auflage: ca. 147.000



Apotheken - Rätsel Pause  
Ausgabe 03/2007  
Auflage: ca. 398.000

### 2. Einbindung von Krankenhäusern durch Patientengeschichten und Innovationsmeldungen



Seniorenzeitung BW  
Ausgabe 11/2006  
Auflage: 66.000



Mittelbayerische Zeitung  
Ausgabe 20.03.2007  
Auflage: 130.000



Siegerer Zeitung vom 11.10.2006, Auflage: 61.000



Freie Presse Chemnitz vom 31.08.2007, Auflage: 328.000

### 3. Anzeigenbeispiel - Publikumspresse

**Hochintensiver fokussierter Ultraschall - HIFU**  
**Totaloperation muss nicht sein**  
**Schall „verbrennt“ Tumor**

Ein lokales Prostatakarzinom kann vorzeitig erkannt und gefahrlos entfernt werden. Der Vorteil an der hochintensiven fokussierten Ultraschallbehandlung (HIFU) liegt in der schonenden Entfernung des Tumors. Die HIFU-Behandlung ist ein nicht-invasives, ambulatorisches Verfahren, bei dem keine Schnitte erforderlich sind. Die HIFU-Behandlung ist ein schonendes, ambulatorisches Verfahren, bei dem keine Schnitte erforderlich sind. Die HIFU-Behandlung ist ein schonendes, ambulatorisches Verfahren, bei dem keine Schnitte erforderlich sind.

**HIFU ist geeignet:**

- 1. Bei kleinen und lokal begrenzten Tumoren, wenn die Totaloperation nicht möglich ist oder nicht gewünscht wird.
- 2. Wenn keine Behandlung (OP, Bestrahlung, Hormon) sinnvoll ist.
- 3. Zum Erhalt der Potenz bei Prostatakrebs.
- 4. Zur lokalen Zerstörung von Metastasen, die nicht mehr auf eine Hormonbehandlung ansprechen oder bei Unmöglichkeit der Hormontherapie.

Kontaktieren Sie Ihren Urologen für eine Beratung zum HIFU-Verfahren!  
0461 - 80 72 590  
www.hifu-planet.de