

GUIDO SPECK UND MIRJAM HUBER STELLEN DAS NEUE TRAM DER LINDENHOFGRUPPE VOR

# «Mit dem Vertrauen unserer Patientinnen und Patienten gehen wir verantwortungsvoll um»

**Im neuen Tram der Lindenhofgruppe werden die Fahrgäste zu einer Wissensreise durch den menschlichen Körper eingeladen. Der CEO Guido Speck und die Bereichsleiterin Unternehmenskommunikation & Marketing, Mirjam Huber, erklären die Beweggründe und Ziele der Kampagne.**

Ein Interviewtermin im Tram? Für diesen Bericht ist dies die beste Lösung: Denn Guido Speck und Mirjam Huber können im Tram der Lindenhofgruppe – es ist seit zwei Wochen in Bern auf den Linien 8 und 9 unterwegs – die neue Kampagne und deren Ziele am besten erläutern. Sie zeigen auf, weshalb und wie es gelingt, medizinische und pflegerische Kernkompetenzen der Spitalgruppe an die tramfahrenden Bernerinnen und Berner zu vermitteln.

Mirjam Huber und Guido Speck begrüßen uns im Tramdepot Eigerplatz von BERNMOBIL und nehmen uns mit auf eine Wissensreise, die in Bern seit 15 Tagen für Aufsehen sorgt.

**Illustrierte Darstellungen und Erläuterungen zum menschlichen Körper prägen das «Organ-Tram» und animieren zum Beobachten und Lesen. Warum hat die Lindenhofgruppe das Tram auf die tägliche Reise durch Bern geschickt?**

**Guido Speck:** Nach der Fusion zur Lindenhofgruppe 2012 standen die Bekanntmachung der Lindenhofgruppe auf dem Platz Bern und unseres kulturellen Fundaments, das starke interdisziplinäre und standortübergreifende Miteinander, im Fokus. In Verbindung mit unserer medizinischen Partnerschaft haben wir dies mit unserer vorherigen Kampagne realisiert. Die Bernerinnen und

Berner haben unsere Botschaften bestens verstanden. Mit der neuen Kampagne richten wir den Fokus nun auf unsere medizinischen und pflegerischen Besonderheiten und das Leistungsangebot der Lindenhofgruppe.

**Mirjam Huber:** Mit dem neuen Tram und seinen darin enthaltenen Informationen und Botschaften laden wir die Bernerinnen und Berner zu einer ästhetischen und multimedialen Wissensreise durch den menschlichen Körper ein. Das Tram ist ein zentraler Ausgangspunkt für unsere neue Kampagne. Die Leitidee, verantwortungsvolle Medizin und Pflege, wurde mittels Marktforschung intern und bei der Berner Bevölkerung abgefragt. Dafür steht die Lindenhofgruppe. Es macht uns stolz, Kernkompetenzen der Spitalgruppe an die tramfahrenden Bernerinnen und Berner zu vermitteln.

**«Verantwortungsvolle Medizin und Pflege» ist ein grosses Thema. Was steckt dahinter, wie ist das zu verstehen?**

**Guido Speck:** Die Gesundheitsbranche befindet sich in einem dynamischen Veränderungsprozess. Der Preisdruck auf die Spitäler nimmt zu. Wir möchten aufzeigen, was unsere Ansprüche sind und wie wir Qualität aufbauen und in den Alltag an unseren Standorten transferieren. Das Wohl unserer Patientinnen und Patienten – der Mensch als solches – steht für uns im Zentrum. Daraus entsteht unser Antrieb für unsere medizinische und pflegerische Qualitätsarbeit. Ein Teil dieser Qualitätsarbeit sind unsere DKG-zertifizierten Onkologie- und Organzentren. Sie erfüllen die strengen Richtlinien und die hohen Anforderungen der Deutschen Krebsgesellschaft. Auch die anspruchsvollen ISO-Normen und

viele weitere Qualitätsvorgaben im medizinischen und pflegerischen Bereich sind bei der Lindenhofgruppe etabliert. Wir gehen mit dem Vertrauen unserer Patientinnen und Patienten verantwortungsvoll um. Das ist die Messlatte, die wir uns selber setzen. Preisdruck hin oder her. Die Lindenhofgruppe gehört einer privaten Trägerschaft, die genauso denkt und handelt. Daraus ergeben sich für uns andere Handlungsspielräume.

**Die Wissensreise durch den menschlichen Körper ist eine kreative Lösung. Weshalb haben Sie sich für diese entschieden?**

**Mirjam Huber:** Der legendäre Science-Fiction-Film «Die phantastische Reise» handelt von einer Gruppe Menschen, die sich samt einem U-Boot verkleinern und in einen verletzten Wissenschaftler injizieren lassen, um so eine komplizierte Gehirnoperation vornehmen zu können, die ihm das Leben rettet. Der Kerngedanke, den menschlichen Körper von innen zu entdecken, hat uns inspiriert und fasziniert. Das ist einer der Gründe, der uns zu der Idee geführt hat, die Kampagne in dieser Form umzusetzen. Die Reise in das Körperinnere haben wir mit einer Wissensreise kombiniert, die uns kommunikativ viele Möglichkeiten bietet und den Betrachtenden viele Einstiegspunkte in multimediale Inhalte anbietet.

**Könnte diese geballte Ladung Informationen den Fahrgästen allenfalls auch missfallen?**

**Guido Speck:** Die Wissensvermittlung und die Schärfung der medizinischen und pflegerischen Leistungen stehen für uns im Vordergrund. Das Tram ist für uns ein zentraler Kanal und im wahrsten Sinne das «Transportmittel» dafür. Wir dürfen nicht vergessen: Gesundheit geht uns alle an. Die Corona-Pandemie führt uns, das seit zwei Jahren schonungslos vor Augen.

**Mirjam Huber:** Wir sind mit unserem Tram bewusst auffällig unterwegs. Uns ist klar, dass die Aufmerksamkeit polarisieren kann. Aber wir möchten einen Mix aus Kreativität, ja fast Kunst, und Seriosität erreichen. Dafür muss man etwas wagen

und bereit sein, neue Wege zu gehen. Wir sind überzeugt, dass wir so auch die jüngeren Bernerinnen und Berner erreichen und für das Thema Medizin interessieren können. Die Botschaften kommen smart daher und werden multimedial, via QR-

Codes, die auf eine Website führen, vermittelt. Viele Patientinnen und Patienten haben heute bereits ein gutes Grundverständnis von Medizin und der Pflege. Darauf bauen wir auf und bieten eine spannende und gleichzeitig fundierte Wissensreise.

**Was macht die Kampagne, abgesehen vom Tram, besonders?**

**Mirjam Huber:** Zentral sind die fundierten und recherchierten Inhalte zu den einzelnen Themen. Das gilt übrigens auch für die Tramhülle, denn alle gezeigten Themen korre-

spondieren mit unseren medizinischen und pflegerischen Kernkompetenzen.

Neben der ästhetischen Visualisierung dienen die typografisch gestalteten Hängekartons im Fahrgastraum als sympathisch formulierte Botschafter. Wenn wir das Interesse der Fahrgäste geweckt haben, animieren QR-Codes zum nächsten Schritt in der Wissensreise. Das ist dann in vielen Fällen die eigens dafür konzipierte Website der Kampagne, die besonders auf den mobile Use ausgerichtet ist. Weitere Massnahmen im Fahrgastraum wie Fenster-, Tisch- und Bodenkleber machen eher bildlich auf sich aufmerksam – es ist eine multimediale Wissensreise.

**Guido Speck:** Die Lindenhofgruppe hat in den letzten Jahren viel geleistet und zertifizierte medizinische und pflegerische Leistungszentren aufgebaut. Dazu waren Teilschritte notwendig wie beispielsweise die Schärfung der Standortprofile und des Leistungsangebotes unserer Spitäler Engeried, Lindenhof und Sonnenhof. Die Zentren stehen für unsere Kernkompetenzen, also für Fachbereiche und -disziplinen, in denen wir uns von anderen Spitälern unterscheiden. Der Aufbau dieser Leistungszentren ist weit fortgeschritten. Nun ist es an der Zeit, dass wir bekannt machen, in welchen Bereichen wir qualitativ, medizinisch und pflegerisch besonders gut sind. Die Kampagne unterstützt uns bei dem Vorhaben, dies an Patientinnen, Patienten, die Berner Bevölkerung und auch an zuweisende Ärztinnen und Ärzte zu kommunizieren.

**«Die neue Kampagne ist eine multimediale Wissensreise.»**

Mirjam Huber

Gesundheitswesens, entsprechende Aufmerksamkeit verschaffen. Bei bestimmten Themen geht es auch darum, Hemmschwellen zu senken, Tabus aufzuweichen und dadurch Prävention möglich zu machen.

**Mirjam Huber:** Dazu kommt, dass die Kampagne nicht nur wenige Monate verwendet wird. Wir haben das Konzept so aufgebaut, dass wir – ohne das äussere Erscheinungsbild ändern zu müssen – immer wieder neue und aktuelle Themen ausrol-

**WILLKOMMEN AUF UNSERER WISSENSREISE**

Wenn Sie das Tram der Lindenhofgruppe auf den Linien 8 und 9 von BERNMOBIL bisher verpasst haben und dennoch mit der Wissensreise durch den menschlichen Körper gleich jetzt beginnen möchten, scannen Sie den QR-Code, der Sie direkt auf die neu konzipierte Website der Kampagne führt. Erfahren Sie mehr über die medizinischen und pflegerischen Kernkompetenzen der Lindenhofgruppe, informieren Sie sich über offene Stellen und Karrieremöglichkeiten und nehmen Sie an spannenden Wettbewerben teil, bei denen Sie beispielsweise Physiotherapie-Gutscheine oder Tickets für ein SCB-Heimspiel in der PostFinance-Arena mit Nachtesen gewinnen können: [miteinanderstark.ch](https://miteinanderstark.ch)



**Guido Speck:** Solide erarbeitete Wissensvermittlung ist im Gesundheitsbereich wichtiger denn je. In Zeiten von Fake News sowieso, denn immer mehr Patientinnen und Patienten informieren sich über Gesundheitsthemen und nutzen dafür digitale Kanäle. Unsere richtet sich insofern nicht nur an Patientinnen und Patienten der Lindenhofgruppe. Wir möchten das Wissen generell zugänglich machen und uns, als wichtiger Akteur im Gesundheitswesen, entsprechende Aufmerksamkeit verschaffen. Bei bestimmten Themen geht es auch darum, Hemmschwellen zu senken, Tabus aufzuweichen und dadurch Prävention möglich zu machen.

**Wie geht die Reise der Lindenhofgruppe weiter?**  
**Guido Speck:** Trotz der andauernden Corona-Pandemie haben sich unsere Ziele nicht geändert. Beispielsweise ist die Digitalisierung einer unserer Schwerpunkte, die wir in allen Bereichen weiter ausbauen. Zudem hat die Lindenhofgruppe eine weitreichende Kooperation mit dem Ärztenetz mediX bern abgeschlossen, die der Förderung der koordinierten und integrierten Versorgung an der Schnittstelle zwischen ambulanten und stationärer Versorgung dient. Damit stellen wir uns in dem immer wichtiger werdenden ambulanten Bereich optimal auf.



Laden zu einer Wissensreise durch den menschlichen Körper ein: **Guido Speck** (CEO Lindenhofgruppe) und **Mirjam Huber** (Bereichsleiterin Unternehmenskommunikation & Marketing). Mit der spannenden und glaubwürdigen Informationsvermittlung im neuen Tram vermittelt die Spitalgruppe medizinisches und pflegerisches Wissen. *Fotos: Ueli Hiltbold*



Mirjam Huber und Guido Speck: «Wir zeigen im Tram auf, wie die Lindenhofgruppe im Alltag Verantwortung übernimmt.»

**BÄUMIGE BLÄSCHEN**

Die Lunge gleicht einem Baum. Ihre «Blätter» sind die rund 300 Millionen Lungenbläschen, die das Blut mit Sauerstoff versorgen und Kohlendioxid in die Ausatemluft abgeben. Bei Lungenkrankheiten bietet Pneumologie der Lindenhofgruppe kompetente Abklärung und Behandlung.

Bewusste Informationsvermittlung: Über QR-Codes gelangt man auf die Website der Kampagne.

**EINSTEIN IM BAUCH**

Der Darm ist unser längstes Organ. Und wurde noch länger unterschätzt. Mit seinen 200 Millionen vernetzten Nervenzellen gilt es heute als unser zweites Gehirn. Bei Tumoren bietet das Darmzentrum Bern minimalinvasive wie auch hochspezialisierte Eingriffe.

Die Wissensreise beginnt direkt im Tram der Lindenhofgruppe.

**DIE LINDENHOFGRUPPE**

Die Lindenhofgruppe zählt landesweit zu den führenden Listenspitälern mit privater Trägerschaft. In ihren drei Spitalern Engeried, Lindenhof und Sonnenhof werden jährlich über 140 000 Patientinnen und Patienten, davon über 27 000 stationär, versorgt. Die Spitalgruppe bietet neben einer umfassenden interdisziplinären Grundversorgung ein Spektrum der spezialisierten und hochspezialisierten Medizin an. Schwerpunkte des Leistungsangebots bilden die Innere Medizin, Onkologie, Frauenmedizin, Orthopädie, Viszeralchirurgie, Urologie, Angiologie/Gefässchirurgie, Neurochirurgie und Notfallmedizin. Die Gruppe beschäftigt rund 2500 Mitarbeitende.

[lindenhofgruppe.ch](https://lindenhofgruppe.ch)