

HappyMed Videobrille garantiert Marketingerfolge und schafft hohe Aufmerksamkeit für Ihre Pressearbeit!

In der Unternehmenskommunikation geht es oft darum, gute Geschichten zu erzählen. Ganz besonders wichtig sind dabei die Erfolgsgeschichten der Patienten, die in Ihrer Klinik bestens betreut werden. Mit HappyMed können Sie Ihre Kommunikationsthemen auf lange Sicht bereichern. Denn begeisterte Patienten gehören nun zur Tagesordnung!

Die Medien werden Sie lieben

Neue Technik ist "cool" und der patientenorientierter Ansatz einer Videobrille unterstreicht den elementaren Slogan 'im Mittelpunkt steht der Patient'. Die Erfolgsgeschichten unserer Kunden in ganz Europa haben eines immer wieder gezeigt: Die Videobrille ist fotogen und die Erlebnisse der Anwender enthalten sowohl für Patienten als auch für Medien positive und vor allem überzeugende Stories.

Es geht um Sie und Ihr Angebot für Patienten und Zuweiser

Mit der HappyMed Videobrille unterstreichen Sie die innovative Positionierung Ihrer Klinik. Die Digitalisierung schreitet in großen Schritten voran. Nutzen Sie die individuellen Möglichkeiten der Videobrille, die Kompetenz und menschliche Fürsorge des medizinischen Personals klar vermittelt. Es geht um Ihr Angebot und den Mehrwert, den Ihre Klinik bietet - fortschrittlich, patientenfreundlich und modern - stellen Sie das bildhaft zur Schau. Und kommunizieren Sie das neue Angebot auch an Ihre Zuweiser!

Werden Sie zur Klinik der ersten Wahl und überholen Sie Ihre Mitbewerber

Alle Kunden bzw. Patienten stehen vor der Wahl! Entscheiden sie sich für Sie oder für Ihre Konkurrenz? Wecken Sie das Interesse von Patienten und bleiben Sie ihnen mit positiver Berichterstattung über Fortschritt und Engagement im Bereich der Patientenversorgung im Gedächtnis. Damit steigern Sie die Attraktivität Ihres Standortes langfristig!

Sie sind das Krankenhaus von Heute mit technischen Lösungen von Morgen

Es ist wissenschaftlich belegt, dass präoperative Ängste und übermäßige Sedierung zu Gesundheitsrisiken für Patienten führen können – die Videobrille ist eine wirksame und abei schonende, non medikamentöse Methode zur Beruhigung, Ablenkung und Schmerzlinderung. Ihr Team wird außerdem entlastet, denn HappyMed sorgt nicht nur für gut beruhigte Patienten sondern auch für neue Freude in der Betreuung.

Storytelling & Sharing mit der HappyMed Videobrille

Teilen Sie gute Nachrichten

Die gute Nachricht kommt zuerst! Berichten Sie über Ihre Neuigkeit in den klassischen Medien und teilen Sie ihre Erfolgsgeschichten auch in Ihren sozialen Medien, in Ihren eigenen Klinik-Magazinen und internen News-Kanälen.

Dieses HappyMed Media Kit enthält TIPPS wie Sie Ihre eigenen Kanäle verwenden können, um Ihr Publikum zu informieren und eine CHECKLISTE für Ihre persönliche Medienpräsenz.

Sollten Sie weitere Hilfe benötigen oder Fragen haben, stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung unter pr@happymed.org oder +49 89 124 1390 60.

TIPPS zur Nutzung Ihrer Kommunikationskanäle

❑ **Präsentieren Sie die Neuigkeit auf Ihrer Website, z.B. unter "News", "Patienten", "Technologie", "Anästhesie" (andere Fachrichtungen) oder im allgemeinen Pressebereich.**

Tipp: Sie können Fotos verwenden, die Sie selbst in Ihrer Klinik/Praxis aufgenommen haben oder Fotos von HappyMed verwenden. Besuchen Sie dazu den Pressebereich.

[Website HappyMed Pressebereich](#)

Beispiel: [Marienstift Arnstadt](#)



MIT VIDEOBRILLE BERUHIGT IN DEN OP

26.04.2021

Neue Technik gegen Aufregung im OP: Videobrille reduziert Stresslevel und Medikamentengabe

Ein klassisches Konzert, ein Hollywood-Film oder doch lieber die Reise durchs Korallenriff? Patienten, für die bei ihrer Operation der Einsatz von Regionalanästhesie infrage kommt, können im Marienstift Arnstadt jetzt auf Videobrillen zurückgreifen und während des Eingriffs im OP-Saal Filme schauen. Diese Neuerung bietet neben dem Unterhaltungswert vor allem medizinische Vorteile für die Patienten.

[Weiterlesen ...](#)

☐ **Veröffentlichen Sie einen Post auf Ihren Social Media Kanälen:**

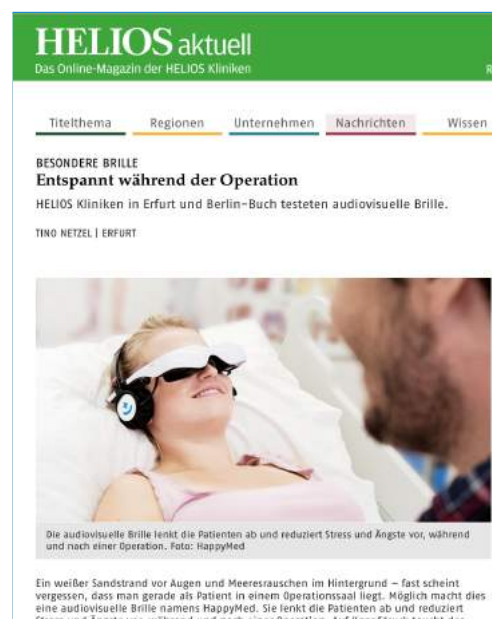
Beispiel: Sana Kliniken



☐ **Haben Sie ein Krankenhaus Magazin (Digital or Print)?**

Schreiben und publizieren Sie die Erlebnisse Ihrer Patienten mit HappyMed.

Beispiel: Helios Aktuell



☐ **Haben sie einen FAQ Bereich oder einen Bereich für Anästhesie Vorbereitung und Aufklärung?**

Nutzen Sie diesen Bereich um Ihren Patienten von HappyMed zu berichten.

Beispiel: [Helios Klinik Schleswig](#)



❑ **Inkludieren Sie die Information in Ihren Newsletter**

oder ähnliche Kommunikationskanäle um Ihre Ärzte und/oder Partnerkliniken zu informieren

❑ **Hängen Sie HappyMed Poster oder Aushänge auf, wo Ihre Patienten sie sehen können!**

Zum Beispiel in Patienten-Aufenthaltsräumen, auf den Stationen, vor dem Anästhesie-Bereich oder auch in der Cafeteria.

Schreiben Sie uns eine Email (office@happymed.org) und bestellen Sie HappyMed Poster im Format A3 oder einfache Aushänge im Format A4.

JETZT NEU! QR Code zur Ansicht und Download des Filmprogramms! Oder unter <https://www.happymed.org/filme/>

**ANGST & STRESS
VOR BEHANDLUNG ODER OP?**

Mit der HappyMed Videobrille

- 😊 die Umgebung besser ausblenden
- 😊 entspannt zur Ruhe kommen
- 😊 die Zeit verkürzt wahrnehmen

Fragen Sie unsere Mitarbeiter zu den gesundheitlichen Vorteilen.

Über 90% der HappyMed-Anwender würden die Videobrille wieder verwenden!

Welche Filme gibt es?
Einfach QR Code scannen oder informieren auf:
www.happymed.org/filme

H+PPYMED
AUDIOVISUAL SEDATION

The poster includes a QR code and four small images representing different movie genres: a historical site, a ballerina, a tropical beach, and a cartoon character.

❑ **Legen Sie Patienten Flyer auf**

Idealerweise können Patienten den HappyMed Flyer bereits vor der OP-Aufklärung oder der jeweiligen Behandlung lesen. Stellen Sie sicher, dass genügend Broschüren auf den verschiedenen Stationen, den Warteräumen und direkt bei den Ärzten und Pflägern aufliegen. Schreiben Sie uns eine Email (office@happymed.org) und bestellen Sie Patienten Broschüren.



Tip: Ihre Patienten möchten die Patienten Broschüren vielleicht auch gerne mit nach Hause nehmen und sie Freunden und Familie zeigen (= Werbeeffect für Sie). Stellen Sie deshalb sicher, dass genügend davon verfügbar sind und versehen Sie die Broschüren auf der Rückseite mit Ihren Krankenhaus-Stempel.

B) Checkliste für Medienpräsenz

❑ **Kontaktieren Sie Journalisten Ihrer lokalen Zeitung oder TV-Kanals** um von Ihrer neuen Innovation für Patienten zu berichten; stellen Sie sich als kompetenter Interviewpartner zur Verfügung und/oder laden Sie direkt in Ihre Klinik/Praxis für Aufnahmen ein.

Tipp: Ihre Geschichte könnte für regionale Zeitungen und TV-Kanäle relevanter sein sowie eine Berichterstattung darin effektiver, um die Aufmerksamkeit potentieller Patienten zu erhalten. Auf der Website der Medien werden häufig die Ansprechpersonen für Gesundheit/Technologie/Medizin oder Chronik angeführt.

❑ **Vorbereitung: Halten Sie sich bereit, um ein optimales Foto zu machen und klären Sie allfällige rechtliche Bestimmungen Ihrer Klinik im Vorfeld ab.**

Tipp: Stimmen Sie den Besuch im Vorfeld auch mit Ihren Patienten im Detail ab.



Beispiele: [Becker Klinik Germany](#) [Asklepios Klinik Langen](#)

❑ **Bieten Sie Journalisten Interviews mit ärztlichem Fachpersonal und Patienten** (Beispiel: Unser Anästhesist (VN NN) berichtet: "Viele Patienten möchten gar nicht so genau wissen was passiert. HappyMed beruhigt die Patienten.")

❑ **Senden Sie Journalisten zusätzliches Material für Ihre Geschichte** wie beispielsweise das Journalisten Presse Kit von HappyMed. Hier finden Journalisten umfangreiche Informationen zur HappyMed Videobrille, zur Studienlage und zu den Anwendungsbereichen. [Journalisten Presse Kit.](#)

Anmerkung: In unserem YouTube Kanal finden Sie einige Beispiele von Video-Berichten - hier geht es zum [HappyMed YouTube Kanal.](#)

□ **Erstellen Sie eine Presseaussendung**, unterfüttern Sie die Mitteilung mit starken Fotos. Nach Möglichkeit bieten Sie die Fotos auf Ihrer Website zum download an (in druckfähiger Auflösung). Versenden Sie die Presseaussendung an lokale Journalisten und bieten Sie die Möglichkeit zum Interview an.

Tipps: Verwenden Sie eine "catchy" Headline (Brille statt Pille), übernehmen Sie diese auch als Betreff Ihrer E-Mail. Für den Lead-in bzw. die Strukturierung des Textes beantworten Sie einfach die klassischen W-Fragen: wer, was, wann, wo, wie und warum?

Beispiel: [Sana Kliniken Lübeck](#)

Sana Kliniken Lübeck   

Kliniken › Lübeck › Gut zu wissen › Presse

< Zurück

23.09.2020

Interventionelle Radiologie der Sana Kliniken Lübeck setzt HappyMed Videobrille ein

FÜR MEHR PATIENTENKOMFORT BEI BEHANDLUNGEN

An den Sana Kliniken Lübeck wird im Bereich der Interventionellen Radiologie deutschlandweit erstmals eine Videobrille namens HappyMed eingesetzt. Patientinnen und Patienten erleben Interventionen und Operationen damit entspannter.

Minimal-invasive Eingriffe, zu denen auch interventionell-radiologische



Das behandelnde Team der Radiologie an den Sana Kliniken Lübeck freut sich gemeinsam mit dem wieder sehr mobilen Patienten Uwe Schläger über den tollen Erfolg des – dank der Videobrille entspannten – Eingriffes: Chefarzt Prof. Jan Peter Goltz, Uwe Schläger, OA Dr. Hendryk Vieweg, MTRA Nicole Nastaly, lfd. MTRA Konrad Sikonczyk (v.l.n.r.) – Foto: Sana Kliniken Lübeck

□ **Weitere Beispiele erfolgreicher Pressearbeit**

Hier sind einige Beispiele erfolgreicher Medienberichte von Kliniken und Praxen. Um weitere Beispiele zu sehen, besuchen Sie bitte [unsere Presse-Seite](#).

Bild STATISTIK NEWS POLITIK REISE UNTERHALTUNG SPORT ESSENZ 2020 LIFESTYLE KALENDER AUTO DIGITAL SPIELE DEALS

BERLINER KLINIK SETZT AUF KINO-HITS STATT TOTAL-BETÄUBUNG

Statt Vollnarkose! Film ab bei der Hüft-OP

Vor dem Eingriff setzt Dr. Heiko Spank Marko Wust die audiovisuelle Brille auf. den Patienten ist das Angebot übrigens kostenlos
 Foto: Stefanie Herbst

TEILEN TWITTERN SENDEN

Von: **BIRGIT BÜRKNER**
 09.07.2020 - 15:31 Uhr

Die Corona-Gefahr reduzieren und das Wohlbefinden der Patienten steigern – mit „Sissi“ oder „Das Leben des Brian“!

Berlin – Im Vivantes-Auguste-Viktoria-Klinikum wird jede OP jetzt zum Hollywood-Hit.

"Sissi", "Mr. Bean" und Co.

FILM AB! STATT VOLLNARKOSE IM OP

Stand: 06. August 2020, 15:00 Uhr

TEILEN VIA

Eine Vollnarkose ist immer auch mit Risiken verbunden. Um diese zu reduzieren, setzt man im Auguste-Viktoria-Klinikum in Berlin bei Operationen an Hüfte, Knie, Händen und Füßen auf eine neue schonende Technik. Film ab!

Im Auguste-Viktoria-Klinikum in Berlin wird der OP zum Kinosaal. (Archiv)
 Bildrechte: dpa

23.09.2020

Interventionelle Radiologie der Sana Kliniken Lübeck setzt HappyMed Videobrille ein FÜR MEHR PATIENTENKOMFORT BEI BEHANDLUNGEN

An den Sana Kliniken Lübeck wird im Bereich der Interventionellen Radiologie deutschlandweit erstmals eine Videobrille namens HappyMed eingesetzt. Patientinnen und Patienten erleben Interventionen und Operationen damit entspannter.

Minimal-invasive Eingriffe, zu denen auch interventionell-radiologische Prozeduren zählen, gewinnen seit Jahren weltweit immer mehr an Bedeutung - so auch an den Sana Kliniken Lübeck. Unter der Leitung von Chefarzt Prof. Dr. Jan Peter Goltz werden im

Das behandelnde Team der Radiologie an den Sana Kliniken Lübeck freut sich gemeinsam mit dem wieder sehr mobilen Patienten Uwe Schläger über den tollen Erfolg des – dank der Videobrille entspannten – Eingriffes: Chefarzt Prof. Jan Peter Goltz, Uwe Schläger, OA Dr. Hendryk Vieweg, MTRA Nicole Nastaly, MEd. MTRA Konrad Sikonzczyk (v.l.n.r.) – Foto: Sana Kliniken Lübeck

Beispiele: MDR/Brisant und die Bild Zeitung berichten über HappyMed im Vivantes Auguste Viktoria Klinikum.

Sana Kliniken Lübeck berichten über den Einsatz von HappyMed im Rahmen der interventionellen Radiologie.

Zum Abschluss: Pressearbeit ist keine Eintagsfliege

HappyMed bietet Ihnen die Möglichkeit Stories über einen langen Zeitraum hinweg an relevante Medien zu verteilen.

Unsere Vorschläge:

→ 1 bis 3 Monate nach Einführung von HappyMed in Ihrer Klinik

Erzählen Sie den Beginn Ihrer Geschichte: *“Wir haben gerade ein neues System in unserer Klinik/Praxis eingeführt”, “Treffen Sie den Arzt/die Ärztin, die es eingeführt hat”, “Wir sind zufrieden und haben drei Systeme in folgenden Bereichen ____ im Einsatz”.*

→ ~ 6 bis 9 Monate nach Einführung von HappyMed in Ihrer Klinik

Einige Zeit nach der Einführung der Brille können Sie mit den Erlebnissen Ihres Personals und den Geschichten Ihrer Patienten für Aufmerksamkeit sorgen. *In etwa: “Die Videobrille wird sehr gut angenommen und wir sehen folgende Vorteile: ____ . PatientInnen mögen die Videobrille, da ____ . Wir wissen, dass PatientInnen nach Haus gehen und Freunden von der neuen Videobrille erzählen, die sie bei uns während ihrer Behandlung benutzen konnten. Wir haben auch öfters Patienten, die speziell deswegen unsere Klinik/Praxis besuchen.”*

→ 1 Jahr oder länger, nach Einführung

In späteren Artikeln können Sie auf die besten Geschichten Ihrer Patienten fokussieren und Ihre Expertise einbringen.

Sollten Sie Hilfe benötigen oder Fragen haben, stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung.

PR & Pressekontakt HappyMed:

EMAIL: pr@happymed.org | TELEFON: +49 89 124139060 | WEB: <http://happymed.org/presse>