

## **Klinikmagazin „Hellersen Insight“ für KU Award 2025 nominiert**

### **Sportklinik Hellersen setzt mit digitalem Format neue Maßstäbe**

Die Sportklinik Hellersen zählt erneut zu den besten Klinikkommunikatoren Deutschlands. Mit ihrem Projekt „Hellersen Insight 2.0 – Vom Klinikmagazin zur Medienplattform“ ist die Spezialklinik für den KU Award 2025 in der Kategorie Klinikmagazin nominiert. Die Auszeichnung wird jährlich vom Fachmagazin KU Gesundheitsmanagement vergeben und würdigt innovative Kommunikationsprojekte im Gesundheitswesen.

#### **Ein Magazin, das mehr kann**

Seit 2021 informiert „Hellersen Insight“ über medizinische Themen, gibt persönliche Einblicke und greift Entwicklungen im Gesundheitswesen auf. Was als Printmagazin begann, ist heute Teil einer medienübergreifenden Kommunikationsstrategie. Inhalte werden zielgerichtet aufbereitet, verständlich vermittelt und über verschiedene Kanäle veröffentlicht.

„Klinikkommunikation muss Vertrauen schaffen und komplexe Inhalte klar erklären“, sagt Sarah Burghaus, Head of Marketing, PR & Customer Service der Sportklinik Hellersen. „Ich freue mich sehr, dass wir erneut für den KU Award nominiert sind. Das zeigt, dass unsere Kommunikationsstrategie nicht nur ankommt, sondern auch neue Maßstäbe setzt – für eine moderne, verständliche und zielgerichtete Ansprache im Gesundheitswesen.“

#### **Digital, interaktiv und international**

Mit der aktuellen Ausgabe wurde das Magazin vollständig neu gedacht: Ergänzend zur Printversion gibt es eine digitale Ausgabe unter [www.hellersen-insight.de](http://www.hellersen-insight.de), die Videos, Animationen, Bildergalerien und Voice-over-Beiträge integriert. Das Onlinemagazin ist mobil optimiert, zweisprachig verfügbar und richtet sich auch an ein internationales Publikum. Damit passt es zur internationalen Ausrichtung der Spezialklinik, die mit dem Hellersen Hospital weltweit medizinische Zusammenarbeit und Wissensaustausch fördert.

„Das ‚Hellersen Insight 2.0‘ im Finale der KU Awards steht, freut mich sehr – und vor allem, was dahintersteht: ein komplett neu gedachtes Klinikmagazin, das nicht nur informiert, sondern berührt, bewegt und verbindet“, sagt Dirk Burghaus, Vorstandsvorsitzender der Sportklinik Hellersen.

Ein wichtiges Ziel war es, sich an die veränderten Informationsgewohnheiten anzupassen. „Unsere Patienten und Interessierten konsumieren Inhalte heute über ganz unterschiedliche Wege. Mit dem Onlinemagazin begegnen wir diesen Bedürfnissen und bieten ein modernes, kanalübergreifendes Erlebnis“, erklärt Sarah Burghaus. Gemeinsam mit ihrem Team hat sie die Marke weiter geschärft, Geschichten sichtbar gemacht und das Magazin in ein modernes, medienübergreifendes Format überführt.

## **Vom Interview zum multimedialen Erlebnis**

Die Inhalte des Magazins entstehen in einem redaktionellen Prozess, der alle Kommunikationskanäle mitdenkt. Interviews werden nicht nur für die Printausgabe aufbereitet, sondern liefern gleichzeitig Videoclips, Social-Media-Beiträge und weiterführende Inhalte für die Onlineversion. So entstehen medienübergreifende Formate, die flexibel an verschiedene Zielgruppen angepasst werden können.

## **Bisherige Erfolge bei den KU Awards**

Die Sportklinik Hellersen hat bereits mehrfach bei den KU Awards mit ihrer klaren und wirkungsvollen Kommunikationsstrategie überzeugt. Im Jahr 2022 wurde das Klinikmagazin Hellersen Insight bereits in der Kategorie „Bestes Klinikmagazin“ prämiert und erreichte den zweiten Platz. Ein Jahr später wurde die Spezialklinik in der Kategorie Onlinemarketing mit dem ersten Platz ausgezeichnet. Gewürdigt wurde insbesondere die gelungene Kombination von Online- und Offline-Medien zu einem ganzheitlichen, kanalübergreifenden Markenauftritt, der konsequent auf die Bedürfnisse von Patientinnen, Patienten und Interessierten ausgerichtet ist. Die moderne Website, die nutzerfreundliche Chatfunktion, ein präsender und zielgruppenorientierter Auftritt in den sozialen Medien sowie die neu entwickelte Markenarchitektur mit einheitlichem Erscheinungsbild wurden dabei als herausragendes Konzept der digitalen Kommunikation im Gesundheitswesen bewertet.

## **Die KU Awards als besondere Auszeichnung für gelungenes Krankenhausmarketing**

Der KU Award wird am 16. Oktober 2025 im Rahmen des KU Managementkongresses in Berlin verliehen. Bereits zum zehnten Mal zeichnet das Fachmagazin KU Gesundheitsmanagement herausragende Projekte im Krankenhausmarketing aus, die mit innovativen Konzepten auf die aktuellen Herausforderungen im Gesundheitswesen reagieren. Ausgezeichnet werden wirkungsvolle Kommunikationsstrategien in den Kategorien Klinikmarketing, Patientenkommunikation, Employer Marketing, Onlinemarketing und Klinikmagazin.

---

## **Über die Sportklinik Hellersen**

Die Sportklinik Hellersen ist eine hochspezialisierte Klinik für Orthopädie, Unfallchirurgie, Sportmedizin und Endoprothetik in Lüdenscheid. Jährlich behandeln unsere Ärzteteams rund 50.000 Patientinnen und Patienten – von Nicht-Sportlern über Freizeitsportler bis hin zu Spitzensportlern. Besondere Schwerpunkte bilden das Deutsche Wirbelsäulen- und Skoliosezentrum, das Zentrum für künstlichen Gelenkersatz, die Spezielle Schmerzmedizin sowie die sportmedizinische Betreuung im Auftrag von LSB und DOSB. Ergänzt wird das Angebot durch plastisch-ästhetische Eingriffe und ein eng angebundenes MVZ mit sieben Standorten.

Unter der Trägerschaft des Sporthilfe NRW e.V. steht die Klinik seit über 75 Jahren für interdisziplinäre Versorgung auf höchstem Niveau. Seit 2023 treibt sie mit dem Hellersen Hospital gezielt die internationale Vernetzung und den globalen Wissenstransfer voran.

---

Pressekontakt: Sportklinik Hellersen

Marketing und PR, [marketing@hellersen.de](mailto:marketing@hellersen.de)

Sarah Burghaus, Pressesprecherin, Head of Marketing, PR & Customer Service

[Sarah.Burghaus@hellersen.de](mailto:Sarah.Burghaus@hellersen.de)