

Wie erreicht das Gesundheitsmanagement Studierende und Mitarbeitende?

Rückblick auf das Online-Seminar: Gemeinsam gedacht – digital gemacht!

#8 Marketing & Kommunikation

Mit anschaulichen Beispielen und praxisnahen Gedankenanstößen regte von Frau Prof. Dr. Susanne Robra-Bissantz (TU Braunschweig) dazu an, Marketing stärker als Beziehungsarbeit zu verstehen. Sie verdeutlichte, wie aus passiven „Kund:innen“ aktive Partner:innen werden können und warum der wahrgenommene Wert eines Angebots oft darüber entscheidet, ob es wirklich angenommen wird. Damit lieferte Frau Robra Robra-Bissantz einen spannenden Einstieg in unser Online-Seminar am 28. Januar 2026 mit fast 60 Teilnehmenden.

Danach startete die parallele Workshopphase mit drei spannenden Einblicken in die Hochschulpraxis. Sabine Gärtner-Schwadorf (FH Aachen) und René Schulz (Techniker Krankenkasse) stellten das [WorklifePortal](#) für Mitarbeitende vor – eine Plattform, die Gesundheitsangebote und -wissen an einer zentralen Stelle bündelt und so Orientierung im oft unübersichtlichen Angebotsdschungel schafft. Julia Seiffert und Helena Gärtner ([Feel Good Campus der Universität Potsdam](#)) zeigten, wie kreative Kommunikationsformate, eine klare Ansprache und eine gute Kenntnis der studentischen Lebenswelt dazu beitragen, Gesundheitsbefragungen und -angebote sichtbarer zu machen und Studierende tatsächlich zu erreichen. Der dritte Workshop führte nach Würzburg: Karolina Kielin und Sandra Pfaff (Smarte Region Würzburg) gaben Einblicke in die Entwicklung eines hochschulübergreifenden [Beratungswegweiser für Studierende in Würzburg](#). Ihr Projekt zeigt, wie Kooperation zwischen verschiedenen Hochschulen funktionieren kann und wie durch gemeinsame Strukturen Orientierung für Studierende geschaffen wird.

Am Ende des Seminars wurde einmal mehr deutlich: Erfolgreiches Marketing im Gesundheitsmanagement lebt von guten Ideen, authentischer Kommunikation und dem Mut, neue Wege auszuprobieren.