

Eine Politik der kleinen Schritte ...



Gudrun Schaich-Walch

... verfolgt die Regierung mit dem Arbeitsentwurf für ein Gesetz zur Einführung des DRG-Systems in den deutschen Krankenhäusern. Vorgesehen ist ein Übergangsgesetz, das bis 2006 gilt und eine baukastenartige ordnungspolitische Entwicklung des Systems ermöglichen soll. Ziel ist ein lernendes System mit Anpassungsmöglichkeiten und Ausgleichsmechanismen. „Das System soll behutsam starten – Interview mit Gudrun Schaich-Walch“

533

INHALT

AKTUELL

524

POLITIK

Das System soll behutsam starten

533

Interview mit Gudrun Schaich-Walch zum Arbeitsentwurf für ein Gesetz zur Einführung des DRG-Systems

Angelika Beyer-Rehfeld

MARKETING

Wahlleistungen: Was wollen Patienten?

537

BGH-Urteil: Der BQ-Benchmark-Club Patienten-Monitor* hilft, Verbesserungspotenziale zu erkennen

Helmut Hildebrandt, Christian Leber, Bernd Weilandt

„Probeschlafen mit Schlemmermenü“

542

Was ein pffiffiges Kommunikationskonzept für eine Klinik leisten kann

Danuta Kottusch

Wenn der Patient zum Gast wird

553

Kliniken gehen außergewöhnliche Service-Wege

Sabine Hübner

Operation gelungen – Klinik tot?

556

Imagefilme helfen Krankenhäusern, sich aus der Masse hervorzuheben

Iris Uhlenbrock

Fit für die Börse

560

Kommunikationsstrategien für Krankenhäuser

Sabine Kuhnert, Klaus Weise

Schwellenangst abbauen

563

Künftige Patienten können Klinikvideos ausleihen

Sigrid Warner

Leitlinien für die Pressearbeit?

564

Die Lahn-Dill-Kliniken legen sich auf Offenheit, Klarheit, Unparteilichkeit fest

Gerd Werner

Nicht Beiwerk, sondern ästhetisches Konzept

566

Wie Kunst den Alltag von Patienten und Klinikmitarbeitern prägt

Angelika Beyer-Rehfeld

Der erste Eindruck zählt

568

Schickes Aushängeschild für die Pforten und die Patientenaufnahme am Uniklinikum Tübingen

Claudia Löwe

PATIENTEN-MONITOR

Der erste Eindruck zählt ...

... zum Beispiel beim Betreten eines Krankenhauses. Doch gerade Aufnahme und Empfang sind in vielen Krankenhäusern Schwachpunkte – das jedenfalls zeigen die Ergebnisse des BQ-Benchmark-Clubs Patienten-Monitor. Unter anderem wurden 2700 Wahlleistungspatienten nach ihren Wünschen und ihrem Urteil befragt. Die so gewonnenen Daten sind wichtige Orientierungspunkte für alle Krankenhäuser, die nach dem BGH-Urteil zur Angemessenheit von Wahlleistungen verunsichert sind und ihr Angebot überprüfen möchten. „Wahlleistungen: Was wollen Patienten?“

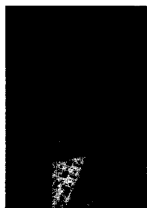


Foto: h+m

537

MARKETING

Der Bürgermeister im Pyjama ...

... als Marketing-Gag? Eine Rehabilitationsklinik, die anlässlich der Einweihung ihres Neubaus zum „Probeschlafen“ eingeladen hatte, konnte mit dieser ungewöhnlichen Aktion jedenfalls Sympathien und das Interesse der Öffentlichkeit gewinnen. Wer sich heute angesichts des wachsenden Konkurrenzdruckes Vorteile verschaffen will, muss wirksame Marketing-Konzepte entwickeln und Strategien für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit festlegen. Wir zeigen Beispiele.

• „Probeschlafen mit Schlemmermenü“; Was ein pffiffiges Kommunikationskonzept für eine Klinik leisten kann **542**

• Wenn der Patient zum Gast wird; Kliniken gehen außergewöhnliche Service-Wege **553**

• Operation gelungen – Klinik tot; Imagefilme helfen Krankenhäusern, sich aus der Masse hervorzuheben **556**

• Fit für die Börse; Kommunikationsstrategien für Krankenhäuser **560**

• Leitlinien für die Pressearbeit? Die Lahn-Dill-Kliniken legen sich auf Offenheit, Klarheit, Unparteilichkeit fest **564**

• Nicht Beiwerk sondern ästhetisches Konzept; Wie Kunst den Alltag von Patienten und Klinikmitarbeitern prägt **566**

Dreharbeiten im Krankenhaus.

Foto: telepublic