

Unwillen ausgelöst ...



Reinhard Nieper

... hat zunächst der Einsatz von Produktmanagern bei einigen Chefärzten in den Krankenhäusern der Alexianerbrüder. Doch inzwischen schätzen sie, dass die Produktpolitik nicht mehr von Zufälligkeiten abhängt, sondern koordiniert und systematisch erfolgt. In den Gesellschaften der Alexianerbrüder wurde ein Führungskonzept entwickelt, das den einzelnen Einrichtungen große Autonomie und unternehmerische Freiheit lässt. Die Geschäftsführung sieht sich als Dienstleister und Moderator. „Produktmanager steuern die Leistungen – Kompetenzen wurden nach unten abgegeben.“

608

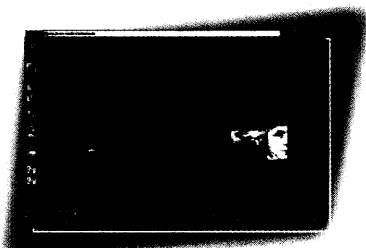
MARKETING

Wer Wettbewerb will ...

... muss Marketing mögen. Die wenigsten Krankenhäuser sind bisher darauf eingestellt. Professionelles Marketing ist selten, wird aber für die Positionierung im Markt immer wichtiger. Markenbildung ist auch ein Thema für Krankenhäuser. Wie wichtig schon der telefonische Erstkontakt mit Patienten ist, hat das Uniklinikum Aachen erkannt und ein eigenes Call & Service Center eingerichtet. Dort sind Profis am Werk, und das zahlt sich aus. Auch die



qualifizierte Präsenz im Internet gewinnt immer mehr an Bedeutung. Studenten der Fachhochschule Münster haben die Internetauftritte von 222 deutschen Krankenhäusern untersucht und festgestellt: Es gibt noch viel zu tun. Die gesetzlichen Regelungen sind dafür, wie für Werbung überhaupt im Gesundheitsbereich, stringent. Was darf man im Internet, was nicht? Darüber sollte man sich genau informieren, bevor man teure Fehler macht. Lesen Sie zum Thema Marketing u. a.:



- „Vertrauensmarke Krankenhaus – Ja zum Wettbewerb heißt auch ja zum Marketing“ **610**
- „Der wichtige telefonische Erstkontakt. Das Universitätsklinikum Aachen betreibt seit einem Jahr ein eigenes Call & Service Center“ **611**
- „Im Internet noch schlecht präsentiert. Studie aus Münster zeigt Defizite der Klinik-Websites“ **616**
- „Die emotionale Kraft der Marke. Eine neue Methode, Emotionen zu messen – und welche Gefühle löst Ihr Krankenhaus aus?“ **622**

Problemlösungen ...

... werden von Unternehmen gefordert, die im Krankenhausmarkt Geschäfte machen wollen. Ohne moderne Medizintechnik werden es Kliniken künftig schwer haben, wettbewerbsfähig zu sein. Besonders wichtig, aber auch besonders kostspielig, sind Investitionen in der Radiologie. Produzenten und Nutzer entwickeln daher alternative Finanzierungslösungen.

INHALT

AKTUELL

604

FACHGESPRÄCH

Produktmanager steuern die Leistungen

608

Kompetenzen wurden nach unten abgegeben
Interview mit Reinhard Nieper; Angelika Beyer-Rehfeld

MARKETING

Vertrauensmarke Krankenhaus

610

Ja zum Wettbewerb heißt auch ja zum Marketing
Angelika Beyer-Rehfeld

Der wichtige telefonische Erstkontakt

611

Das Universitätsklinikum Aachen betreibt seit einem Jahr ein eigenes Call & Service Center
Ulrich Fleitmann

Im Internet noch schlecht präsentiert

616

Studie aus Münster zeigt Defizite der Klinik-Websites
Prof. Dr. Detlef Steinhausen

Das Krankenhaus im Internet

618

Rechtliche Grundlagen und Grenzen
Rechtsanwalt Matthias Wallhäuser

Die emotionale Kraft der Marke

622

Eine neue Methode, Gefühle zu messen – und welche Gefühle löst Ihr Krankenhaus aus?
Ulrich Sass

Patientenbefragung:

Zufriedenheit ist relativ

631

Unterschiede der Stichproben müssen neutralisiert werden
Dr. Frank-Peter Hopp

SYSTEMPARTNER

Radiologie fit für die DRGs

640

Alternative Finanzierung: Nutzungsüberlassung Radiologischer Systeme
Dipl.-Ing. Wolfgang von Schretter, Dipl.-Ing. Harald Linke