

## GKV

### **Bei Kostenablehnung Patienten informieren** 952

Die verblüffende „psychologische Wirkung“ auf das Kassenmisstrauen  
*Peter Tischmann*

## RECHT

### **Grobe Schätzungen genügen nicht** 956

Wie weit reicht der Rechtsschutz gegen Budgetfestsetzungen der Schiedsstelle?  
*Rechtsanwalt Dr. Uwe Thier*

## MARKETING

### **Ringens um Vertrauen und Sympathie** 961

Erfolgsfaktoren zur Entwicklung eines Markenstatus für Krankenhäuser  
*Prof. Dr. Dr. Wilfried von Eiff*

## AUSLAND

### **Chance auf eine bessere Zukunft** 966

Da wird nicht lange gefackelt und verwaltet – sondern geholfen  
*Jutta Lange*

## LITERATUR

968

## FÜHRUNGSSTRUKTUREN

### **Mut zu neuen Konzepten** 975

Die DRGs erfordern neue Führungsstrukturen für das Krankenhaus der Zukunft  
*Prof. Dr. Roland Trill*

## DRG

### **Implantate gesteuerte DRG** 979

Modell zur Finanzierung spezifischer Verfahren im G-DRG-System  
*Gunter Gotal, Gunther Gyarmathy, Olaf Michaelsen, Lydia Vander*

## VKD

982

## DGÄK

985

## KRANKENHAUSNACHRICHTEN

986

## MARKTINFO

990

## TERMINE

993

## BERUF UND KARRIERE

994

## STELLENMARKT

995

## IMPRESSUM

1004

## DRG

### **Eine entscheidende Rolle...**

...spielt die Kostenseite sowohl bei der Festlegung der Bewertungsrelationen als auch für die individuelle Steuerung der Krankenhäuser. Dennoch wird dieser Aspekt bei der Einführung der G-DRGs in der gegenwärtigen Diskussion vernachlässigt. In der September-**[30]** wurden die Kosten- und Leistungsdaten in den Krankenhäusern aus mikroökonomischer Sicht kritisch gewürdigt. Im zweiten Teil geht es um die makroökonomische Sicht. „Standbein des G-DRG-Systems stärken! Qualität der Kosten- und Leistungsdaten – Ursachen und Verbesserungspotenziale“.

938



Fotomontage: Goletz

## GKV

### **Argwöhnische Blicke...**

...werfen die Krankenkassen auf jeden Klinikaufenthalt ihrer Versicherten. Sie verlangen in bürokratischen Kämpfen umfangreiche Begründungen für jeden Tag. Hier entfaltet die informative Einbeziehung der Patienten eine durchaus positive Wirkung. „Bei Kostenablehnung Patienten informieren. Die verblüffende ‚psychologische Wirkung‘ auf das überbordende Kassenmisstrauen“.

952

## RECHT

### **Wer kontrolliert...**

...die Grundsätze und Maßstäbe, nach denen Schiedsstellen Budgets festsetzen? Häufig bestehen die Begründungen nur in allgemeinen Erwägungen. Die Genehmigungsbehörde wieder begnügt sich bei Ablehnung eines Antrags mit einem Hinweis auf die Schiedsstelle und deren Beurteilungsspielraum. Muss sich ein Krankenhaus damit zufrieden geben? „Grobe Schätzungen reichen nicht. Wie weit reicht der Rechtsschutz gegen Budgetfestsetzungen der Schiedsstelle?“

956



Foto: Lange

## MARKETING

### **Wie entsteht eine Marke...**

... und welche Unterschiede gibt es in der Markenstrategie zwischen Industrie und Krankenhaus? Ein Markenstatus hat direkte Auswirkungen auf die Auswahlentscheidung für oder gegen eine Klinik. Es stellt sich daher die Frage nach den Marken bildenden Erfolgsfaktoren. „Ringens um Vertrauen und Sympathie. Erfolgsfaktoren zur Entwicklung eines Markenstatus für Krankenhäuser.“

961

*Titel: Die Optimierung der Patientensteuerung erfolgt im Klinikum Bamberg mit dem System medicolls von Siemens. Mehr dazu ab Seite 898.*

*Fotos: rei/Siemens*