

FACHGESPRÄCH

Abenteuerlich ...

... oder folgerichtig? Krankenhäuser müssen den Schritt in den ambulanten Leistungssektor genau überlegen. Der Gesetzgeber hat ihnen neue Möglichkeiten eröffnet, doch die haben auch ihre Fallstricke. Großes Interesse besteht derzeit zum Beispiel an Medizinischen Versorgungszentren. Doch sind sie für ein Krankenhaus tatsächlich eine lukrative Option? Unser Fachgespräch mit RA Dr. Joachim Kasper. „MVZ – die neue Option. Der Schritt in den ambulanten Sektor und seine Fallstricke“ **274**

MARKETING

Unterschätzt ...

... wird in vielen Krankenhäuser noch immer der Stellenwert professioneller Kommunikation nach innen wie nach außen. Doch nie war es wichtiger als heute, hier planvoll, systematisch und Zielgruppen orientiert vorzugehen. Die **ku**-Redaktion hat dazu eigene Beobachtungen zusammen getragen. „Wir kommunizieren immer. Je schwieriger die Zeiten, desto wichtiger die Kommunikation“ **278**



Foto: Lange

Umsetzung ...

... eines Leitbildes – und natürlich dessen Erarbeitung – ist Voraussetzung für eine glaubwürdige Darstellung des Unternehmens nach außen. Es formuliert die Grundsätze, Visionen und Werte eines Unternehmens, legt damit die Basis für die Corporate Identity und bietet Orientierung für den Umgang miteinander und mit Dritten. „Die Basis der Corporate Identity. Rolle und Wirkung des Leitbildes“ **280**



Foto: Bilderbox

Unprofessionell ...

... formulierte Pressemitteilungen landen schnell im Papierkorb des jeweils zuständigen Redakteurs. Wie sieht eine brauchbare Pressenotiz aus, wenn sie die Chance auf Veröffentlichung haben soll? Handwerk der Pressearbeit kann gelernt werden.

„Nur Maßarbeit hat Aussicht auf Erfolg. Worauf es bei der Pressearbeit ankommt“ **284**

Unverständlich ...

... sind den Patienten häufig die Erklärungen ihrer Ärzte. Das haben Befragungen ergeben. „Verstehen Patienten ihre Ärzte? Kommunikation im medizinischen Alltag“ **288**



Foto: Bilderbox

FACHGESPRÄCH

Medizinisches Versorgungszentrum – die neue Option

274

Der Schritt in den ambulanten Sektor und seine Fallstricke
Interview mit Dr. Joachim Kasper; Angelika Beyer-Rehfeld

MARKETING

Wir kommunizieren immer

278

Je schwieriger die Zeiten, desto wichtiger die Kommunikation
Angelika Beyer-Rehfeld

Die Basis der Corporate Identity

280

Rolle und Wirkung des Leitbildes – von der Erstellung bis zur Umsetzung
Christiana Ament-Rambow

Nur Maßarbeit hat Aussicht auf Erfolg

284

Worauf es bei der Pressearbeit ankommt
Hartmut Volk

Verstehen Patienten ihre Ärzte?

288

Kommunikation im medizinischen Alltag
Dr. Erentraud Hömberg

Der neue Wertekanon

292

Solidarität und Kaufkraft-orientierte Ziele sind kein Widerspruch
Hans-Joachim Schade

Notwendiges Markenmanagement

298

Auch für Imagebildung braucht man Controlling-Instrumente
Christian Stoffers

Das Team im Krankenhaus

301

Damit aus dem Leitbild kein Leidbild wird
Dirk Huttary

Professionell wirkungsvoll präsentieren

304

Körpersprache und andere persönliche Wirkungsmittel
Thomas Eckardt

Die Faust in der Hosentasche

311

Wie können wir heute Stress abbauen?
Jan Thielke

Das komplizierte menschliche System

313

Über die Arbeit von Systemischen Organisationsaufstellungen
Regina Gibhardt

Marketing ist kein Nebenjob

315

Mit Hilfe von Profis das Krankenhaus als Marke positionieren
Hartmut Camphausen

Auf Du und Du

317

Ein Krankenhaus zum Anfassen
Corinna Heinrich