

Inhalt

Gesundheitswesen

Seite 2-5

DRG-System 2

Offener Brief AWMF 4

Personalia, Kliniknews 5

Medica-Vorschau

Seite 6-8

Medizin & Technik

Seite 9-14

Endoskopie 9,10

Bildgebung 11

Hygiene

Seite 15

Pharma

Seite 16-19

Kardiologie 16

Neurologie 17

Nephrologie 18

Fokus Diabetes

Seite 20

IT & Kommunikation

Seite 21-32

E-Health/Telemedizin 21-24, 27, 31

E-Learning 21

ePA/Dokumentenmanagement/

Archivierung 22, 26, 31-32

Vernetzte Kommunikation 22, 25, 32

Management-Informationssysteme

22, 24, 25

IT Service Management 22, 24-26

Diktatmanagement 24

Qualitätsmanagement 26, 32

Beschwerdemanagement 26

RIS/PACS 27-28

Web 2.0 27, 32

Diagnostische Monitore 28

Datenbank-Management 29-30

Barcode/RFID 30

E-Billing 31

Personal-IT 32

Facility & Management

Seite 33-35

Brandschutz 33

Ernährung 35

Labor & Diagnostik

Seite 36-38

Gerinnungsanalyse 36

Hepatitis-B-Diagnostik 37

Infomarkt

Im Dialog mit Patienten,

Informative Klinikwebs

Der Wettbewerb „Deutschlands beste Klinikwebsite“, veranstaltet von Novartis Pharma und begleitet von Management & Krankenhaushaus, ist in vollem Gange (M&K berichtete in Ausgabe 9/07). Im letzten Jahr zählte das Universitätsklinikum Eppendorf (UKE) zu den Preisträgern; es belegte im deutschlandweiten Vergleich den dritten Platz. Vor diesem Hintergrund sprach Daniela Sczesny mit Dr. Alexander Kirstein, dem Kaufmännischen Direktor des UKE Hamburg, über den Stellenwert einer guten Klinikwebsite und zukünftige Entwicklungen.

M&K: Dr. Kirstein, das Universitätsklinikum Eppendorf wurde im letzten Jahr mit dem dritten Preis im Wettbewerb um die beste Klinikwebsite Deutschlands ausgezeichnet. Was hat sich fast ein Jahr nach Auszeichnung an Ihrer Klinik verändert?

A. Kirstein: Wir haben jetzt seit Kurzem unser Redaktionsteam um eine Online-Redakteurin verstärkt, das die Inhalte der einzelnen Seiten

regelmäßig auf Aktualität und Verständlichkeit überprüft. Zudem hat sich die Zuarbeit der einzelnen Kliniken und Institute für die Internetseiten insgesamt weiter verbessert. Der gewachsene Stellenwert einer guten Klinikwebsite ist mittlerweile allen Mitarbeitern bewusst und wird durch die Zusammenarbeit der Kollegen aus den verschiedenen Instituten und Abteilungen mit unserem Redaktionsteam auch aktiv gelebt.

Wurde an den Seiten nach dem Wettbewerb noch etwas optimiert?

A. Kirstein: Ja. Wir haben uns bemüht, die Seiten inhaltlich noch aktueller zu gestalten. So wechseln beispielsweise die Portalseiten unter „Einweiser“ und „Mitarbeiter“ regelmäßig und weisen auf Veranstaltungen bzw. Neuerungen hin. Ein weiterer Ausbau ist geplant.

Welches Feedback gibt es von den Patienten?

A. Kirstein: Durch die Möglichkeit, auf unserer Seite auch Anregungen abzugeben („Lob & Tadel“), hat die



Dr. Alexander Kirstein, Kaufmännischer Direktor Universitätsklinikum Hamburg-Eppendorf

Zahl der Rückmeldungen von Patienten im letzten Jahr stark zugenommen. Allein etwa 20% der Rückmeldungen erhalten wir über Internet – und viele davon sind freudlicherweise positiv.

Welchen Stellenwert haben die Internethomepages Ihrer Meinung nach?

Geballte Klinikkompetenz in Kassel

Am 21. September 2007 trafen sich 70 Klinikchefs aus Hamburg, Düsseldorf, Berlin und München zur Zentralen Marketing-Tagung in Kassel. Prof. Heinz Lohmann aus Hamburg, Prof. Gerd-Michael Hellstern aus Kassel, Prof. Norbert Meiners von der privaten Fachhochschule Fechtla und Prof. Ralf Wagner vom Kasseler Lehrstuhl für internationales Dialogmarketing referierten. Insgesamt standen neun Fachreferenten auf der Tagesordnung.

Fragestellungen waren u.a.: Wie optimiert ein Haus sein Marketing und welche Entwicklung werden zu erwarten sein? Welche Informationen werden an den kooperierenden Hausarzt wie weitergeleitet? Und wie kann man die Einweiser-Kommunikation optimieren?

Organisiert wurde die Veranstaltung von der Kernke-Agentur für

Marketing und Kommunikation mit Sitz in Zierenberg. Da mehr als die Hälfte der Anwesenden ein Interesse an einem Marketing-Club für Kliniken bekundete, wurde ein Club gegründet und im Rahmen der Veranstaltung eine Gründungssitzung initiiert. Albert Breuer von der Werner-Wicker-Gruppe, Rechtsanwältin Stefan Röhper, Sylvia Kerne von der gleichnamigen Agentur, Praxisanleiterin Dagmar Brede, Ursula Klampf vom Bildungszentrum sowie Andreas Holzner von den Schwalm-Eder-Kliniken stellen nun die Gründungsmitglieder dar. Im Club werden Netzwerke und Erfahrungsaustausch organisiert. Ebenfalls erhalten die Mitglieder juristische und wirtschaftliche Beratung.

► www.kernke.de

Welches Krankenhaus ist für mich das beste?

Verlässliche Auskünfte über die Qualität medizinischer Leistungen ist bei Patienten groß, allerdings derzeit noch schwierig zu erhalten. Regional gibt es

Leistungen sind darin noch kaum enthalten. Der „Qualitätsbericht 2007“ wird erstmals Daten zur Qualität der medizinischen Versorgung in und

Der

Im Innovationsforum Medizintechnologie des Bundesverbandes Medizintechnologie (BVMed) 12. September 2007 in Berlin wurde die Frage nach möglichen Innovationen trotz Fallpausen unter bestimmten Praxisbedingungen bejaht. Ein Leitfaden dieser Problematik ist jetzt Medinform erhältlich.

Der BVMed vertritt als Wirtschaftsverband von über 200 Industrie- und Handelsunternehmen der Medizintechnologie eine sehr innovative Branche. Rund ein Drittel ihres Umsatzes erzielen die deutschen Medizintechnikhersteller mit Produkten, die weniger als drei Jahre alt sind. Dem steht der Anspruch der gesetzlichen Krankenkassenversicherung gegenüber. Dies erfordert, dass die Leistungen auschend, zweckmäßig und wirtschaftlich zu erbringen sind. Ein Instrument zur Nutzenbewertung ist die Methode des Health Technology Assessment (HTA). HTA-Berichte wurden für