

Towards a Green Hospital

Mittlerweile sind Themen wie Nachhaltigkeit und ökologisches Denken in aller Munde. Auch im Gesundheitswesen hat sich bei den Krankenhäusern ein Begriff dafür durchgesetzt: Green Hospital! Nur was steht hinter diesem Begriff? Ist damit nur das Gebäude gemeint? Oder ist es gar die Denke, die sich nach und nach in den Krankenhäusern ändert? Wer steckt hinter dieser Bewegung? Wer setzt sie um?

Wir befragten zu diesen Entwicklungen – auch im Gesundheitswesen – Lothar Dörr, den Director des Green Hospital Program in unserem Fachgespräch.

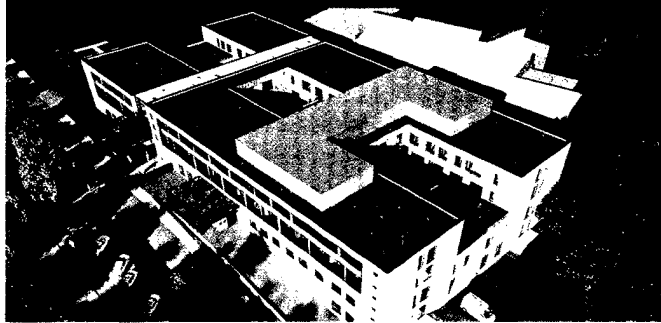


Klinik-Kommunikation crossmedial

„Kommunikation und Marketing sind in einem Krankenhaus nicht planbar. Das ist wie in der Notaufnahme, wo man nicht weiß, wie viele Patienten mit welchen Erkrankungen kommen werden.“ Ob diese Aussage stimmt? Mit Strukturen und Prozessen ist es möglich, die Zukunft zumindest im Marketing vorausszusehen, die Kanäle der Kommunikation zu planen und dann zielgerichtet zu bespielen, damit Medieninformationen richtig gut ankommen. Das Klinikum Augsburg verfügt über eine Stabsstelle für Unternehmenskommunikation und Marketing, die als Inhouse-Werbe- und PR-Agentur fungiert.

Editorial	2
Aktuell	6
Fachausschuss	10
Empirische Studie: 60 Prozent der Mitarbeiter in deutschen Krankenhäusern sind unzufrieden mit ihrem Chef	
Applikationen	12
Eine App für die mobile Generation Informationen überall abrufen können	
Europa aktuell	14
Fachgespräch	15
Towards a Green Hospital Eine Initiative etabliert sich! Lothar Dörr Interview von Ralf Oesterreicher	
Marketing	
Die kommunale Klinikmarke in der Metropole Markenführung, Kampagnen und Gesundheitskommunikation bei Vivantes Dr. med. Andrea Grebe	17
Mehr als das „grüne H“ Die Marke Helios: Markenführung im deutschen Klinikmarkt; Tobias Meixner	21

Kommunikation	
Klinik-Kommunikation crossmedial integrieren	24
Ein Werkstattbericht aus dem Klinikum Augsburg Raphael Doderer M.A.	
Vertrauen bilden und Sicherheit vermitteln	27
Strategischer Instrumenten-Mix für die Kommunikationsanforderungen eines psychiatrischen Krankenhauses mit Maßregelvollzug; Martina Müller-Keitel	
Human Branding	
Human Branding	31
Der Arzt als Marke; Dr. Holger Storcks Annett Fiege, M.A.	
Marketing	
„Ethno-Marketing“ in der Gesundheitskommunikation	35
Patienten mit Migrationshintergrund als Zielgruppe des Marketings; Dr. Mathias Brandstädter; Seval Aydin-Saltik	
Markenbildung	
Der Marke Krankenhaus zum Aufschwung verhelfen	38
Wohlfühl-Aspekt wird dem Patienten als Markenbotschafter immer wichtiger Jutta Wodopia	



Nachhaltige Gesundheitsversorgung

Knappheit zwingt zu Kreativität. Die Sicherstellung der Gesundheitsversorgung in ländlichen Räumen kann nur gelingen, wenn die verantwortlichen Akteure attraktive Bedingungen für die sektorübergreifende Versorgung in diesen Regionen schaffen. Das Interesse dieser Akteure muss ein übergreifendes und längerfristiges sein, das deutlich über die kurzfristig erzielbare Rendite hinausgeht. Dieser nachhaltige versorgungspolitische Ansatz lässt sich hervorragend mit der Idee eines Green Hospitals verbinden, wie das Beispiel aus Rheinland-Pfalz in Meisenheim am Glan zeigt.

Marketing

Arbeitgeberattraktivität effektiv entwickeln 42

Zielgerichtete Maßnahmen aufgrund einer detaillierten Standortbestimmung umsetzen
Michael Born; Stefan Heuer

Kommentar

Markt und Marke Krankenhaus 47

Man kommuniziert immer – ob man will oder nicht! Matthias Frieling

Green Hospital

Green Hospital Meisenheim 50

Nachhaltige Gesundheitsversorgung im ländlichen Raum; Dr. Gerald Gaß; Daniela Arnold

Die Kosten runterfahren! 55

CO₂-Bilanz in Krankenhäusern verbessern
Thomas Heinen

Nach Grün kommt Blau 57

Konzept ‚Blue Hospital‘: Wirtschaftliches und ökologisches Handeln im Einklang mit dem Wohlbefinden der Menschen am Klinikum Garmisch-Partenkirchen; Martina Ricci

Green+ Hospitals 61

Die Nachhaltigkeit in Krankenhäusern bestimmen und verbessern; Jens Schneider
Christopher Wild; Hedvika Kirschbaum



KU Abonnenten erhalten mit dieser Ausgabe das aktuelle KU Special Medizincontrolling. Es wurde in Zusammenarbeit mit der Deutschen Gesellschaft für Medizincontrolling (DGfM) erstellt. Weitere Exemplare können beim Verlag bestellt werden, www.ku-gesundheitsmanagement.de

Organ von



Verband der Krankenhausdirektoren Deutschlands e.V. (VKD)



Deutsche Gesellschaft für Medizincontrolling e.V. (DGfM)



Deutscher Verein für Krankenhaus-Controlling e.V. (DVKC)

Krankenhaus IT

Status Quo der IT in deutschen Krankenhäusern 64

Optimale IT-Performance braucht optimales IT-Management; Jan-David Liebe; Ursula Hübner

Health Mobility

„Be-greifen“, was die Klinik bietet 68

Der Einsatz von Tablet PCs in der Patientengewinnung; Peter Jungblut-Wischmann

Recht

Entwicklungsklauseln in Chefarztverträgen 70

Anforderungen im Lichte der AGB-Vorschriften
Dr. Mathias Maria Knorr LL.M.

VKD 71

DGfM 73

DVKC 74

Terminhinweise 75

Firmenportal 76

Stellenmarkt 80

Impressum 93

Vorschau 96

Titelseite: © Logorilla - iStockphoto.com