

das Krankenhaus September.2013

Editorial

- 901 Klare Vorstellungen zum Psych-Entgelt
DKG-Hauptgeschäftsführer Georg Baum

Politik

- 905 GKV-Positionspapier zur 18. Legislaturperiode des Deutschen Bundestages
Potenzielle Auswirkungen auf die stationäre Versorgung in Deutschland
Sabrina Weid/Dr. Michael Mörsch
- 909 Gesundheitspolitik nach der Bundestagswahl im Fokus

Management

- 912 Die Rolle des Aufsichtsgremiums im Krankenhaus
Ergebnisse einer Befragung deutscher Krankenhaus-aufsichtsgremien
Dr. Karl Blum/Vera Antonia Büchner/
Jun.-Prof. Dr. Vera Hinz/Prof. Dr. Jonas Schreyögg

Personalmanagement

- 920 Innere Qualität und Personalgewinnung
Prof. Dr. Kuno Rechkemmer

- 957 Social Media im Personalmarketing: Zukunft mit der Generation Y
Dr. Christian Stoffers

- 962 European Networking: Das HOPE-Austauschprogramm für Mitarbeiter im Krankenhausmanagement

Leistungsentwicklung

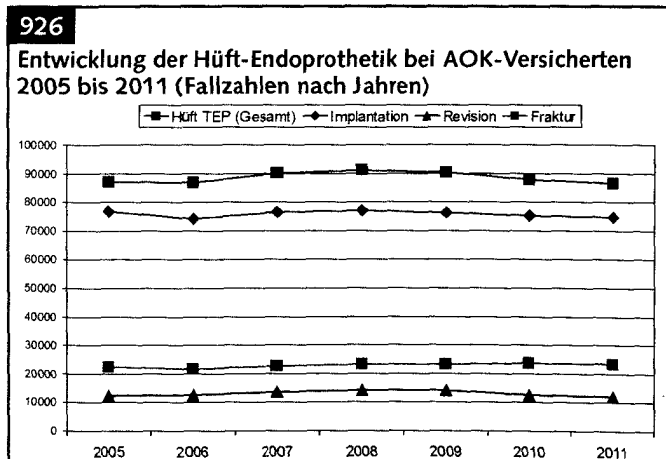
- 927 Hüft- und Kniegelenkersatz in Deutschland – Mythen und Fakten zur Operationshäufigkeit
Prof. Dr. Klaus-Peter Günther/Dr. Csilla Jeszenszky/
Prof. Dr. Torsten Schäfer/Franziska Hannemann/
Prof. Dr. Fritz Niethard

- 974 OECD-Diskussionspapier mit Mängeln

Recht

- 934 Rechtsanspruch der Krankenhausträger auf Vereinbarung eines krankenhausespezifischen (Zusatz-)Entgeltes für Medizintechnologie mit „Status 1“
Dr. Cord Willhöft, LL.M.

- 941 Compliance in Krankenhaus und Pflegeeinrichtungen – ein Problemaufriss (II)
Dr. Dagmar Keysers



Die Versorgungsrate mit künstlichen Hüft- und Kniegelenken hat sich in Deutschland, wie auch in der Schweiz, auf einem international hohen Niveau eingependelt. In den letzten Jahren ist es – im Gegensatz zu anderslautenden öffentlichen Darstellungen von einigen Kostenträgern und Medien – zu keinem relevanten Anstieg der Operationsrate mehr gekommen. Ein direkter Vergleich mit Angaben anderer Länder über unterschiedliche Datenquellen liefert Abweichungen in den jeweils publizierten nationalen Raten. Nach Auffassung der Autoren wird damit die Grundlage für einen Staatenvergleich erschüttert. Unabhängig davon bedürfen unter anderem die relativ hohen regionalen Unterschiede in der Versorgungsrate einer weiteren Analyse.

946 **Rechtsprechung: Unzulässige Werbung für Ärzte als „Spitzenmediziner“**
Nadine Punga

948 **Recht und Praxis: Wahlleistungsvereinbarungen bei teilstationärer Versorgung**
Andreas Wagener

950 **Steuerrecht: Fehlende Gemeinnützigkeit eines ausgegliederten Krankenhauslabors**
Peter Binger/Thorsten Pietsch

Qualitätsmanagement

969 **KTQ in Wiesbaden: Ein Erfahrungsbericht aus der HSK, Dr. Horst Schmidt Klinik**
Eva Magdalene Becker

Aktuelle Informationen

910 **36. Deutscher Krankenhaustag im Rahmen der Medica**

953 **EU-Berufsanerkennungsrichtlinie: Erfolgreiche Anerkennung für deutsche Krankenpflegekräfte in der EU**
Marc Schreiner

956 **Fallorientierte Prozessanalyse: Weg zur Verbesserung der Prozessqualität und Kostensenkung**
Herbert Weiss

961 **Neuerscheinungen Social Media Marketing**

965 **Organspende**

966 **Hospital Engineering Labor: Testkrankenhaus auf 350 Quadratmetern**

971 **Qualitätssicherung/Zertifizierung**

973 **Kooperationen/Trägerwechsel**

975 **Aus den Mitgliedsverbänden**

978 **Nachrichten**

979 **Namen und Nachrichten**

982 **Veranstaltungen**

983 **Impressum**



Bücher: 955, 961, 968

Firmennachrichten

984 **Veranstaltungen/Messen**

988 **Aktuelle Produktinformationen**

902 **Unternehmens-/Marktentwicklung**



Stellenmarkt

996

Titelbild: Szene einer Besprechung. Foto: Kzenon – Fotolia.com

74 Prozent der Internetnutzer sind mittlerweile bei mindestens einem sozialen Netzwerk angemeldet, davon nutzen 66 Prozent Social Media aktiv. 92 Prozent dieser Nutzer – auch als Generation Y bezeichnet – sind jünger als 30 Jahre. Um von dieser jüngeren Zielgruppe wahrgenommen zu werden, ist es für Krankenhäuser sinnvoll, parallel zu ihrer Website bei Facebook, Twitter, Google plus, YouTube etc. „mitspielen“. Nach einer hinreichenden Spezifikation und strategischer Einbindung in das Personalmarketing eignet sich das universelle Kommunikationsinstrument „Social Media“ auch für das Recruitment.

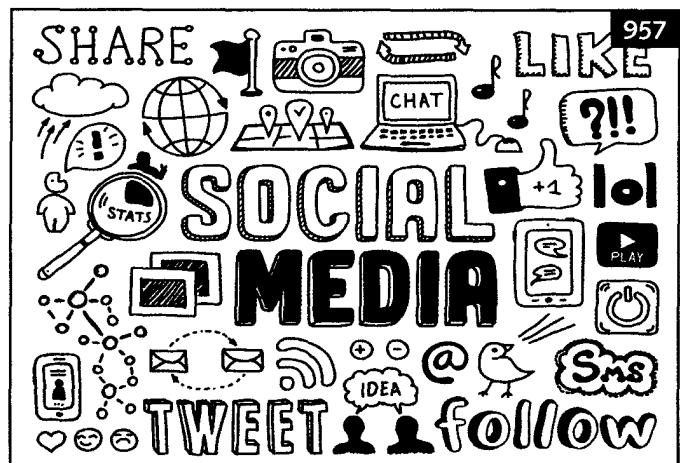


Foto: bloomua – Fotolia