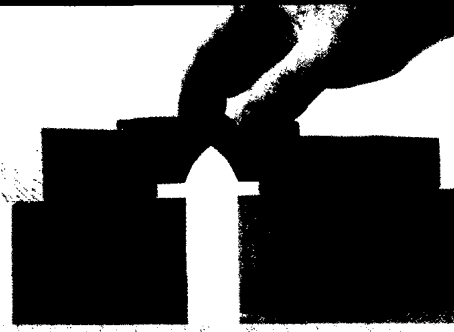


Erlös- und Kostentransparenz

Die Transparenz im Hinblick auf die Erlöse und Kosten ist die Basis für sämtliche operativen und strategischen Managemententscheidungen im Krankenhaus. Aus diesem Grund ist ein aussagefähiges Berichtswesen, welches neben einer Deckungsbeitrags- bzw. Kostenträgerrechnung auch sämtliche relevanten Leistungs- und Kostenberichte enthält, essentiell. Die notwendige Transparenz gibt durch die Identifikation der wichtigen Erlös- und Kostentreiber der Geschäftsführung die Möglichkeit, das Krankenhaus bzw. den Verbund nach betriebswirtschaftlichen Grundsätzen zu führen.

Editorial	2
Aktuell mit Personalia	6
Kennzahl des Monats	12
Europa aktuell	13
Fachgespräch Vom Lächeln bis zum hauseigenen Fitnessstudio	14
<i>Was man als Klinik für seine Mitarbeiter tun kann</i> <i>Interview mit Dr. Joachim Galuska</i>	
Kosten und Erlöse	
Erlössteigerung mit der Altersmedizin	17
<i>Versorgungspotenzial, Organisationsstruktur und Erlösverteilung</i> <i>Bodo Lapisch, Dr.-Ing. Jörg Risse</i>	
Mit Telemedizin kann man rechnen	22
<i>Intensivmedizinische Ressourcen durch Telemedizin richtig nutzen</i> <i>Univ.-Prof. Dr. med. Gernot Marx</i>	
Strom und Wärme hausgemacht	25
<i>Kosten reduzieren durch nachhaltige Energieeinsparung</i> <i>Franz Ebert</i>	
Vergaberechtliche Aspekte von Einkaufskooperationen	28
<i>Problemfelder und Lösungsmöglichkeiten</i> <i>Dr. Daniela Hattenhauer, Ute Klemm</i>	



Das Marketing ist gefordert

Die Krankenhäuser in Deutschland sind von den Zuweisungen der niedergelassenen Ärzte abhängig – das ist kein Novum. Umso erstaunlicher ist, dass aus Sicht der Zuweiser bisher nur ein mangelnder Fokus auf die Qualität der Zusammenarbeit seitens der Krankenhäuser gelegt wird. Hier ist vor allem das Marketing gefordert, Strukturen anhand der Leistungszahlen zu entwickeln, die den Anforderungen der niedergelassenen Ärzte gerecht werden. Wir stellen hier die Ergebnisse einer Studie vor, die innerhalb eines Jahres knapp 2000 Zuweiser und 1000 Nicht-Zuweiser aus 13 Akut-Einrichtungen in Deutschland in einem telefonischen Interview befragt hat.

Der Einkauf als Patient	32
<i>Sachkosten- und Prozessoptimierung bei Einkauf und Logistik</i> <i>Joachim Mozoni-Frosconi</i>	
Erlös- und Kostentransparenz	36
<i>Voraussetzung für betriebswirtschaftliche Entscheidungen im Krankenhaus</i> <i>Brent Schanbacher, Niko Ballarini</i>	
Marketing & Markenbildung	
Das Innenleben sichtbar machen	39
<i>Corporate Design-Entwicklung im Krankenhaus</i> <i>Dr. Christian Stoffers</i>	
Das Marketing ist gefordert	42
<i>Herausforderung Zuweisermanagement 2014</i> <i>Jennifer Appelt</i>	
Kulturarbeit	46
<i>Internes und externes Relationship-Management</i> <i>Dr. Sylvia E. Kernke</i>	
Balanced Branding	50
<i>Ganzheitliche Markenführung macht Qualität fühlbar</i> <i>Anita Gilges, Ulrich Mainz</i>	
Marken-Relaunch in sechs Monaten	54
<i>Wegmarken einer strategisch-kommunikativen Neupositionierung</i> <i>Dr. Mathias Brandstädter, Thomas Ullrich, Daniel Resing</i>	



Chance zur Prüfung von Prozessen

Die Einführung des Systems Pauschalierende Entgelte Psychiatrie und Psychosomatik (PEPP) hat zu intensiven Diskussionen mit zumeist negativer Konnotation in den Fach-, Betroffenen- und Angehörigenverbänden im psychiatrischen Versorgungssystem in Deutschland geführt. Dies ist jedoch nur eine Sichtweise. Unbeschadet der Überlegungen zur Verschiebung der Konvergenzphase und des Termins der letztendlich verbindlichen Einführung bietet die PEPP-Thematik die Chance, die stationären psychiatrischen Prozesse mit denen der ambulanten Versorgung besser als bisher zu verknüpfen.

Herausforderung Dachmarke 58
Markenbildung im Klinikverbund der gesetzlichen Unfallversicherung
Eike Jeske

PEPP

Chance zur Prüfung von Prozessen 61
Die Nachfragen nach ambulanter bis hin zur häuslichen psychiatrischen Versorgung werden steigen
Susu Rokosch, Prof. Dr. med. Katarina Stengler, Marcus Willauer

Qualitätsmanagement

Neue Richtlinie – und jetzt? 65
Die neue G-BA-Richtlinie für Qualitätsmanagement im Krankenhaus
Dr. phil. Brigitte Sens

Personalmanagement

Auf dem Weg zum „gesunden“ Unternehmen 69
Gelebte Wertschätzung motiviert Mitarbeiter stärker als aufwändige Wohlfühl-Aktionen
Dr. Hans Schlipat

KU Kodierfachkräfte-Kongress

Wir gehen in die vierte Runde! Nach drei ausgebuchten Kongressen bietet die KU Gesundheitsmanagement zusammen mit der Deutschen Gesellschaft für Medizincontrolling e. V. (DGfM) den vierten Kongress speziell für Kodierfachkräfte an. Dieser wird am 26. November im Hotel NH Berlin Friedrichstraße durchgeführt. Die Teilnahmegebühr beträgt 299,00 Euro zzgl. MwSt. bzw. 199,00 Euro zzgl. MwSt. für jede Person des gleichen Hauses. DGfM-Mitglieder erhalten 15 % Rabatt. Im Preis sind Seminarunterlagen, Getränke, Kaffeepausen und Mittagessen inklusive! Anmeldungen unter 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)

Kommunikation

kommge-Awards 2014 72
Auszeichnung für herausragendes Marketing

Verbände

VKD 74
DGfM 77
DVKC 79

Krankenhausnachrichten 80

Termine 84

Firmenportal 85

Stellenmarkt 88

Impressum 99

Vorschau 104

Titelbild: fergregory – iStockphoto.com