

medipos.inhouse



Kommunikationsstrategien für Krankenhäuser
INDIVIDUELLE PRAXISWERKSTATT
KOMMUNIKATION IM KRANKENHAUS



Ein Angebot der medipos. Arbeitsgruppe Kommunikation



Kommunikationsstrategien für Krankenhäuser

INDIVIDUELLE PRAXISWERKSTATT

KOMMUNIKATION IM KRANKENHAUS

Idee des vorliegenden **Modulbaukastens** ist es, Krankenhäusern ein auf ihre konkreten Bedürfnisse zugeschnittenes Workshop- bzw. Beratungsangebot zu unterbreiten. Durch das Modulsystem können je Workshop zwei bis drei für Ihr Krankenhaus relevante Themenfelder ausgewählt und gemeinsam bearbeitet werden.

Zusätzlich können in der Vorbereitung des Workshops die **spezifischen Fragestellungen** mit den Referenten ausgetauscht werden. Somit ist eine Schwerpunktsetzung als Seminar zur spezifischen Wissensvermittlung, als Workshop zur Problemdiskussion und Problemlösung oder als Beratertag möglich.

Darüber hinaus bietet die Ausrichtung als Inhouse-Veranstaltung die Möglichkeit, mehrere Mitarbeiter aus ihrem Haus einzubinden und so im Rahmen der Veranstaltung eine **abteilungsübergreifendes Verständnis** für relevante Themen zu schaffen und ggf. Lösungen und Prozesse zu erarbeiten.

Themenbausteine für einen Inhouse Workshop



Organisation

Termin:	individuell
Dauer:	i.d.R. 10.00 - 17.00 Uhr bei Bedarf sind auch Halbtags-Workshops möglich
Teilnehmeranzahl :	10 - 15 Personen als Praxisworkshop
Kosten:	500 - 1.000 Euro je Workshop inkl. Unterlagen und Ergebnisdokumentation, zzgl. Reisekosten und MwSt.
Veranstaltungsort:	wahlweise vor Ort bei Ihnen oder in den Räumen von medipos.
Themen:	1 - 3 Themenblöcke aus dem Themenangebot der medipos.Arbeitsgruppe Kommunikation

Stellen Sie Ihren eigenen Inhouse Workshop zusammen, z. B.

1. Strategisches Krankenhausmarketing
Zuweisermarketing + Recht + Kommunikationsstrategie
2. Öffentlichkeitsarbeit im Krankenhaus
Public Relations + Pressearbeit
3. Ergebnisorientierte Marketingstrategien
Marktforschung + Kommunikationsstrategie
4. Online-Kommunikation für Krankenhäuser
Public Relations + Online-Kommunikation

THEMENBAUSTEINE

A Kommunikationsstrategien im Krankenhaus

Auf Grund der Vielzahl der Akteure und teilweise unterschiedlicher Interessenlagen kommt der Entwicklung einer gemeinsamen Kommunikationsphilosophie und -strategie sowie der Festlegung operativer Abstimmungsprozesse eine hohe Bedeutung für eine konsistente Kommunikation des Krankenhauses zu.

Typische Themen für Workshops und Seminare sind:

- beispielhafte Analyse der Wirkungen unabgestimmter Kommunikation
- gemeinsame Zielstellungen und Kommunikationsstrategien
- Aufgaben, Verantwortlichkeiten und Prozesse



Dipl.-Hdl. Thomas Lehr

Geschäftsführer CONOSCOPE GmbH und Netzwerkmanager medipos.

Schwerpunkte: Projekte und Seminare zum Zuweisermanagement, Prozessmanagement und Betriebswirtschaftslehre im Krankenhaus

B Zuweisermarketing

Die zielgerichtete Kooperation und Kommunikation mit einweisenden Ärzten kann als Instrument für die Sicherung und Steuerung von Patientenzuflüssen in das Krankenhaus eingesetzt werden.

Typische Themen für Workshops und Seminare sind:

- Analyse zuweiserbezogener (interner und externer) Daten
- hausinterne Prozesse und Verantwortlichkeiten des Zuweisermarketings
- Integration von medizinischen Personal und Verwaltung
- Methoden und Instrumente zur Zuweisergewinnung und -bindung



B.A. Stephanie Zeidler

Senior Consultant inomix GmbH

Schwerpunkte: Markt- und Wettbewerbsbeobachtung, Zuweisermanagement, Prozessmanagement

C Marktforschung im Krankenhaus

Vor dem Hintergrund eines immer wichtiger werdenden Qualitätsmanagements gewinnen Meinungserhebungen mehr und mehr an Bedeutung. Eine schriftliche Patientenbefragung ist in den meisten Häusern Standard.

Typische Themen für Workshops und Seminare sind:

- individuelle Analyse der bisher verwendeten Erhebungen
- Überarbeitung und Optimierung von Erhebungsinstrumenten
- Vorstellung von Möglichkeiten der modernen Markt- Meinungsforschung
- Empfehlung von Erhebungsmethodiken



M.A. Annette Hoh

Geschäftsführerin KONTUR 21 GmbH

Schwerpunkte: Kommunikations- und Medienforschung, Methoden der Markt- und Meinungsforschung, Datenauswertung

D Pressearbeit

Aussagekräftige und professionelle Texte und Pressemitteilungen sind ein wichtiges Kommunikationsinstrument für die Außendarstellung eines Krankenhauses. Wie kann man Themen aus dem Krankenhaus spannend für die Medien aufbereiten?

Typische Themen für Workshops und Seminare sind:

- Analyse von Pressemitteilungen und -texten
- Formalia für professionelle Pressemitteilungen
- Schreiben von Presstexten, Themenfindung und Stilsicherheit
- Verständlich Schreiben
- Unterschiedliche Textformen für verschiedene Zielgruppen
- Zusammenarbeit mit Medienvertretern



M.A. Marion Nagel

Freie Journalistin und Geschäftsführerin media:port GbR

Schwerpunkte: Wissenschaftsjournalismus, Gesundheitsthemen, Pressearbeit in Krankenhäusern

E Rechtliche Rahmenbedingungen für Klinikwerbung und Kommunikation

Kommunikation und Kooperation mit Einweisern, Patienten und Partnern sind wichtige Aspekte für die Zukunft jedes Krankenhauses. Die Anwendung und Verbreitung dieser Instrumente ist höchst unterschiedlich. Gleichwohl sollte bei der Einführung neuer Methoden genau so wie bei einer vollständigen Modernisierung der Marketingstrategien individuell geprüft werden, welche rechtlichen Fallstricke drohen.

Typische Themen für Workshops und Seminare sind:

- individuelle rechtliche Analyse des aktuellen Stands der Klinikwerbung
- rechtliche Bewertung vorhandener und geplanter Kommunikationsideen



Jan W. Willkomm

Fachanwalt für Medizinrecht

Schwerpunkte: ausschließliche Beratung von Leistungserbringern im Gesundheitsmarkt, keine Wahrnehmung von Patientenrechten

F Online-Kommunikation

Der Internetauftritt soll die Informations- und Wohlgefühlbedürfnisse des Patienten in den Mittelpunkt stellen und dient der Information von Besuchern, Einweisern, potentiellen Bewerbern, Selbsthilfegruppen und Journalisten. Zudem muss er den Anforderungen der Suchmaschinen und Juristen genügen.

Typische Themen für Workshops und Seminare sind:

- Analyse des Internetauftritts aus Patientensicht
- Analyse aus der Sicht weiterer Nutzer
- Online-Kommunikation ist mehr als nur der eigene Internetauftritt



Prof. Dr. Harald Englisch

Chefredakteur www.gesundheit-sachsen.de

Schwerpunkte: Medizinische Internetprojekte, Dozenten- und Beratungstätigkeit

THEMENBAUSTEINE

G PR im Krankenhaus

Zum Aufgabenfeld der Kommunikationsverantwortlichen in Krankenhäusern und Kliniken gehören neben einer regelmäßigen Presse- und Medienarbeit auch klassische Themen der Unternehmenskommunikation.

Typische Themen für Workshops und Seminare sind:

- Baukasten für Basis-PR
- PR-Basiswissen: Eckpunkte der Öffentlichkeitsarbeit
- Festlegung von Inhalten, Zielen und Zielgruppen der PR
- Formulierung von Kernbotschaften
- Basis-Pressearbeit und Umgang mit Journalisten
- Organisation eines Presse-Events



Robert Weichert

Geschäftsführer der PR Piloten GmbH & Co. KG

Schwerpunkte: operative und strategische Kommunikations- und PR Beratung, Dozent für Seminare und Vorträge

medipos. Plattform für Gesundheitsmanagement

Unter Leitung des Service Innovation Lab an der Universität Leipzig und der CONOSCOPE GmbH ist das Netzwerk medipos. Plattform für Gesundheitsmanagement ein Nukleus für eine marktorientierte Produkt- und Ideenentwicklung zur Unterstützung der Akteure im Gesundheitswesen in Management- und Organisationsfragen.

medipos. richtet sich an die verschiedenen Akteure im Gesundheitswesen. Diesen bietet das Netzwerk innovative Problemlösungen in Verbindung mit der Kundenorientierung und Flexibilität von KMU. Komplexe Projekte mit mehreren Partnern werden durch ein zentrales Projektmanagement effizient umgesetzt. Damit können die spezifischen Kompetenzen der einzelnen Netzwerkmitglieder gebündelt werden.

Die Arbeit im Netzwerk ist in fünf Schwerpunktthemen strukturiert:

- Kommunikationsstrategien
- Veränderungsbegleitung / Change Management
- Qualitätsmanagement
- Risikomanagement
- marktorientierte Produktentwicklung in der GKV

Weitere Informationen unter www.medipos.org



Service Innovation Lab, Universität Leipzig
Jun-Prof. Dr. Utz Dornberger
+49 (0)341 97 37 039
dornberg@rz.uni-leipzig.de



CONOSCOPE GmbH
Dipl. HdI. Thomas Lehr
+49 (0)341 47 82 716
thomas.lehr@conoscope.org

