

Strategien für den Gesundheitsmarkt

Die wichtigsten Impulse für professionelles Klinikmarketing

Kongress **Klinik Marketing 2012**

Der innovativste Kongress Klinikmarketing,
den es je gab

5. bis 8. November 2012 in Köln

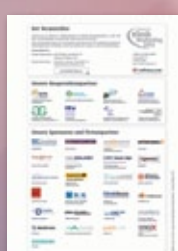
Die 20 besten Gründe,
in diesem Jahr dabei
zu sein! Mehr dazu auf Seite 8

Das Kongressmagazin

Fact-Sheets Deutschlands beste Ambulanzen Live-Stream
Klinik-App Web-Check Table Sessions
Kongresslounge Neue Kongressforen
Arbeitgeberattraktivität App-Pool Virtuelle Praxis

rotthaus.com

Das Programm auf einen Blick



Das Vorwort

- Klinikerfolg durch professionelles Marketing 3

Der Kongress Klinikmarketing

- Die fünf Qualitäts-Prädikate 4
- Steckbrief zum Kongress 5

Der KlinikAward 2012

- Steckbrief zum KlinikAward 6
- Der „Oscar der Klinikbranche“ 7

Die Innovationen

- „Die 20 besten Gründe für Sie, dabei zu sein...“ 8-9

Danksagung

- „Unser Dank gilt...“ 10

Die Kongressforen

- „Zuweisermarketing & Vernetzung“ 11
- „Personalmarketing & Recruiting“ 12
- „Marketing für Senioreneinrichtungen“ 13
- „Social Media, Web & Film“ 14
- „Selektive Erlösoptimierung“ 15
- „Marketing für Rehakliniken“ 16
- „Erfolgswerkzeuge für leitende Ärzte“ 16
- „Klinikfundraising“ 17
- „Zentraler Strategietag“ 20-21
- „Presse, Kampagnen & Krisen“ 22
- „Interne Kommunikation & Service“ 23

Die Gala 2012

- Der Galaabend 2012 18-19

Allgemeines

- "Bester Klinikfilm 2012" und Kongressvideos 24
- Die Anmeldung und AGB zum Kongress 25-26
- Weitere interessante Veranstaltungen 27
- Die Kooperationspartner und Sponsoren 28

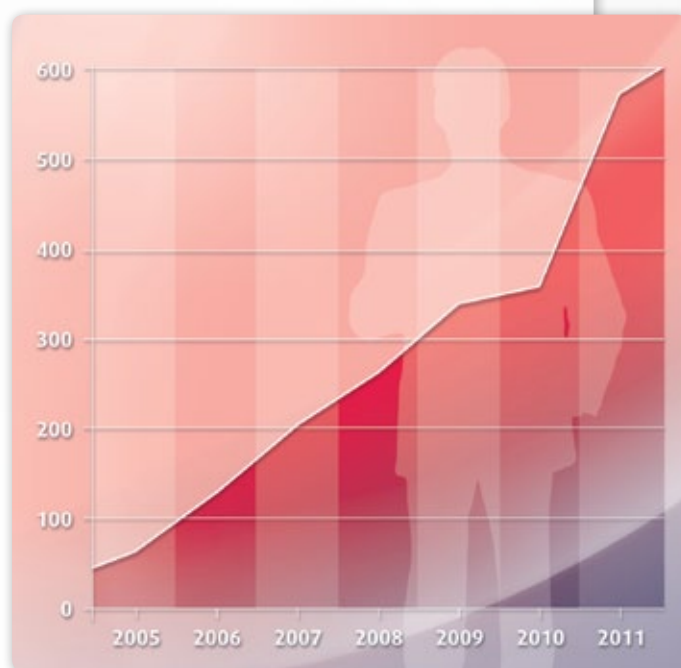
Klinikerfolg durch professionelles Marketing

Kongress
**Klinik
Marketing
2012**

**Sehr geehrte Damen und Herren,
liebe Kongressbesucher,**

im Jahre 2011 stieg die Teilnehmerzahl des Kongress Klinikmarketing mit +60 % erneut deutlich. Dies zeigt: Kliniken erkennen, dass das Thema Marketing erfolgsrelevant wird und machen sich bereit für den nächsten Professionalisierungsschritt. Denn: Der verschärfte Wettbewerb fordert von den Kliniken die Herausstellung ihrer Alleinstellungsmerkmale und eine klare Positionierung am Markt. Das bedeutet auch: Interne und externe Kommunikation werden entscheidende Faktoren des Klinikerfolgs.

So entwickelt sich Klinikmarketing zu einer zentralen Managementaufgabe, die für viele Berufsgruppen im Krankenhaus relevant wird.



Von 2005 bis 2011 ist die Anzahl der Kongressteilnehmer stetig gestiegen

Wir machen Sie handlungsfähig!

Ziel des Kongress Klinikmarketing ist:

- Kliniken zu vermitteln, wie Marketing zum Erreichen der Unternehmensziele beiträgt,
- das Niveau des Klinikmarketings im deutschsprachigen Raum zu steigern,
- Kliniken bei der Umsetzung geeigneter Marketing-Maßnahmen zu unterstützen.

Unser Kongress ist seit sieben Jahren die Plattform für professionelles Klinikmarketing in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Wir freuen uns über die ständig wachsende Zahl an Kongressbesuchern sowie Kongresspartnern und danken allen Mitwirkenden für ihr Engagement.



Ihr

Stephan Rotthaus

Geschäftsführender Gesellschafter und Kongresspräsident

Der Kongress Klinikmarketing



Über 60 spannende Best-Practice-Beispiele sowie ausgezeichnete Konzepte im Rahmen des KlinikAward 2012 erwarten Sie beim diesjährigen Kongress Klinikmarketing.



Engagierte Teilnehmerdiskussion – eine der Stärken des Kongresses.

Die fünf Qualitäts-Prädikate des Kongress

Der Kongress Klinikmarketing wird von einem breiten, jährlich stark wachsenden Publikum wegen seiner besonderen Qualität geschätzt.

Qualitäts-Prädikat: Vielfältig

Strukturiert, themenübergreifend, mit jährlich über 130 Referenten in zehn Kongressforen sowie einem zentralen Strategietag deckt das Kongressprogramm alle wichtigen Bereiche des Klinikmarketings ab – von A wie Abteilungsmarketing bis Z wie Zuweisermanagement.

Qualitäts-Prädikat: Umsetzungsorientiert

Am Ende des Tages ist für die Kongressteilnehmer vor allem die Frage interessant: „Wie bekommen wir die PS auf die Straße?“ Die Referenten stehen Rede und Antwort und erläutern von der Strategie bis zur Durchführung alles Wissenswerte zu Initialzündung, Umsetzungshemmnissen, Budgetfragen und interner Verankerung in Ihrem Haus.

Qualitäts-Prädikat

Solide

Nicht ohne Grund steigt seit sieben Jahren die Teilnehmerzahl des Kongresses jährlich um über 50 %. Durch seine stetig wachsende Qualität sowie seiner Ausrichtung an aktuellen Klinikbedürfnissen im Bereich Marketing, hat er sich als feste Instanz bei der Entwicklung strategischer Maßnahmen in Kliniken etabliert.

Qualitäts-Prädikat

Innovativ

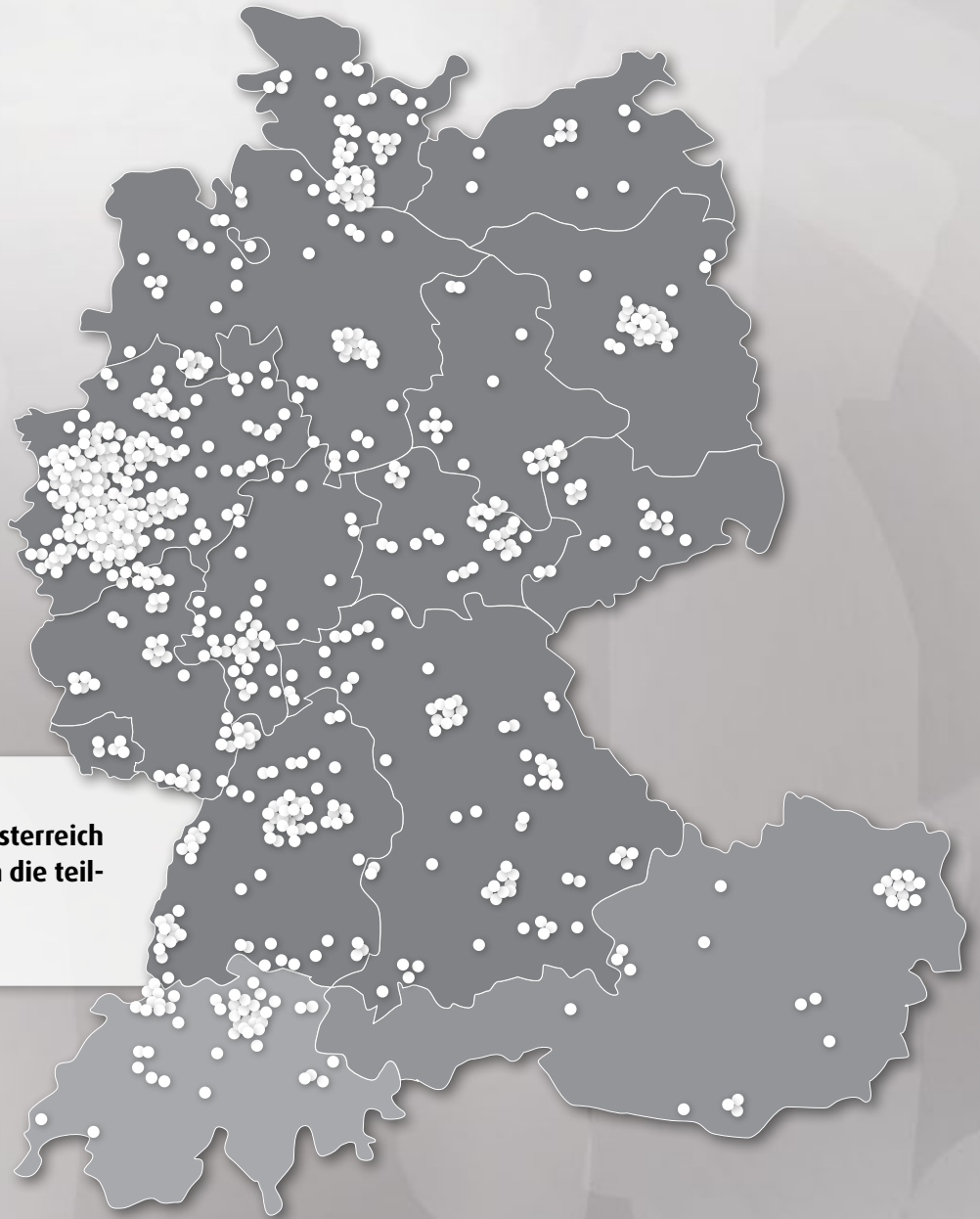
Das Jahres-Motto 2012 bringt es auf den Punkt: „Der innovativste Kongress Klinikmarketing, den es je gab“ bietet aktuelle Trends, ohne die Bodenständigkeit zu verlieren (siehe Seite 8-9).

Qualitäts-Prädikat

Praxisnah

Am Nachmittag jedes Kongressforums bieten topaktuelle und preisgekrönte Maßnahmen ein hohes Inspirationspotenzial. Erfahren Sie mehr zu den DOs und DON'Ts einzelner Praxisbeispiele, welchen Aufwand Sie einkalkulieren müssen und welchen Erfolg Ihre Kollegen verzeichnen konnten.

Steckbrief zum Kongress



Aus ganz Deutschland, Österreich und der Schweiz kommen die teilnehmenden Kliniken.

- **50** Besucher hatte der Kongress im ersten Jahr.
- Mit **564** Besuchern hat sich die Teilnehmerzahl mittlerweile verelfacht.
- **1.260** Besucher hatte der Kongress seit seiner Gründung 2005.
- Um **55 %** stieg die Teilnehmerzahl pro Jahr durchschnittlich.
- **51 %** der Kongressteilnehmer sind Entscheider wie Geschäftsführer, Verwaltungsdirektoren und Marketingleiter.
- **43 %** der im Rahmen des „Trendmonitor Klinikmarketing 2011 bis 2013“ befragten Krankenhäuser wollen ihre Marketing-Aufwendungen steigern, teilweise um 25 % bis 50 % pro Jahr.
- **91 %** der im Rahmen des „Trendmonitor Klinikmarketing 2011 bis 2013“ befragten Kliniken gehen davon aus, dass die Bedeutung von Marketing in den kommenden Jahren zunehmen bzw. stark zunehmen wird.

www.kongress-klinikmarketing.org

Der KlinikAward 2012



Der in der Presse als „Oscar der Klinikbranche“ bezeichnete KlinikAward.

Steckbrief zum KlinikAward

- Im Jahre 2012 wird der KlinikAward zum siebten Mal von rotthaus.com vergeben.
- Über **440** Bewerbungen und Vorschläge von mehr als 237 Kliniken wurden bisher eingereicht.
- Allein **94** Bewerbungen und Vorschläge wurden in 2012 eingereicht.
- Über **86** Bewerber aus Deutschland, Österreich und der Schweiz haben ihre nominierten Konzepte bisher auf dem Kongress vorgestellt.
- **35** KlinikAward-Trophäen haben ihren Besitzer gewechselt.
- **18** Vorschläge für den bzw. die Manager/in des Jahres 2012 sind eingereicht worden.
- **26** Kliniken und **sechs** Manager/-innen des Jahres wurden bisher mit dem KlinikAward ausgezeichnet.



Voten Sie noch bis zum 25. Oktober für den KlinikAward 2012 "Bester Klinikfilm"!

Stimmen Sie online ab:

www.klinikaward.org

Die KlinikAward-Kategorien 2012

Bestes Klinikmarketing
 Manager/in des Jahres
 Bestes Rehamarketing
 Bestes Zuweisermarketing
 Bestes Personalmarketing
 Bestes Klinikfundraising
 Bestes Geburtshilfemarketing
 Beste Marketinginnovation
 Bester Klinikfilm



Gewinner des KlinikAward 2011 „Bestes Klinikmarketing“ v.l.: Rolf Gilgen (SVS, Schweizerische Vereinigung der Spitaldirektoren), Julien Buro (Preisträger; Privatklinikgruppe Hirslanden), Dr. Elizabeth Harrison (Klinikum München), Dr. Matthias Kappus (CMS Hasche Sigle), Stephan Rotthaus

Der „Oscar der Klinikbranche“

Kliniken sind Großunternehmen und Jobmotoren in einem zentralen Wachstumsfeld der Wirtschaft. Ein modernes Klinikmanagement steht vor außerordentlichen Herausforderungen.

Der KlinikAward zeichnet vorbildliche Leistungen im Klinikmarketing aus. Er fördert damit Transparenz und Wettbewerb im Klinikmarkt, welcher direkt auch den Patienten zu Gute kommt.

Die prominenten Mitglieder der **KlinikAward-Jury** stammen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz und wählen bisher aus über 440 Einsendungen die Gewinner der letzten Jahre. Im Rahmen des Kongress Klinikmarketing werden die von der Jury nominierten Konzepte durch Vertreter der Kliniken vorgestellt. Wer die begehrte Trophäe erhält, entscheidet sich schließlich durch das Juryurteil und die **Bewertung des Fachpublikums**.

Sehen Sie die besten Best-Practice-Beispiele als Teilnehmer des Kongress Klinikmarketing in den Kongressforen am 5. und 6. November 2012 und stimmen Sie mit ab! Geehrt werden die Gewinner auf dem Galaabend am **6. November 2012**.



Die erfolgsgekrönten Marketingkonzepte stellen die Weichen für die Zukunft der Klinikbranche.



Der Galaabend bildet den festlichen Rahmen für die Preisverleihung und ist das Highlight auf dem Kongress Klinikmarketing.

Der innovativste Kongress Klinikmarketing, den es je gab...

Die 20 besten Gründe für Sie, in diesem Jahr dabei zu sein...

1. „Fact Sheets“

Zu jedem Vortrag erhalten Sie ein Fact Sheet mit Kernaussagen und Referentenbiographie. Laden Sie über QR-Code die Präsentationen herunter. Speichern Sie Referentenkontakte als vCard in Ihr Adressbuch. Nehmen Sie direkt über SMS oder E-Mail Kontakt auf.



2. Neues Kongressforum „Klinikfundraising“

Nur in den USA ein Thema? Nein, auch in Deutschland generieren die ersten Kliniken Millionenbeträge über Fundraising. Lernen Sie Erlösquellen und Stiftungsmodelle systematisch zu erschließen.

3. „Web-Check“

Einfach auf dem Anmeldebogen ankreuzen und die Sichtbarkeit Ihrer Website im Netz kostenlos überprüfen lassen.

6. Neues Kongressforum „Marketing für Senioreneinrichtungen“

Erfahren Sie mehr über Erfolgskonzepte für Senioreneinrichtungen. Entdecken Sie dabei Ihre Möglichkeiten, sich klar vom Wettbewerb zu differenzieren und Ihre Alleinstellungsmerkmale erfolgreich zu präsentieren.

8. „Deutschlands beste Ambulanzen“

Wer sind die besten Ambulanzen Deutschlands? Die Gewinner werden am Zentralen Strategietag geehrt und ausgezeichnet.

4. „Klinik-App“

Exklusiv für Sie als Teilnehmer des Zentralen Strategietags: Sehen Sie alle Fallzahlen nach ICDs der deutschen Akutkliniken auf einen Blick und vieles mehr.



5. Neues Kongressforum „Selektive Erläsoptimierung“

Hier erfahren Sie mehr über individuelle Strategien für Ihre Abteilungen. Sehen Sie, wo Sie wirklich wachsen können und steigern Sie Fallzahlen und Erlöse durch maßgeschneiderte Marketingmaßnahmen.

7. Neues Kongressforum „Marketing für Rehaeinrichtungen“

Lernen Sie mehr über die Herausforderungen des Rehamarktes und erfahren Sie, wie Sie sich trotz des hohen Wettbewerbsdrucks erfolgreich auf dem Markt positionieren.

9. „Walk of Fame“

Erleben Sie eine ganz besondere Ehrung unserer Nominierten und mehrfachen Gewinner. Mit dem ganz individuellen „Stern“ für ihre herausragende Leistung.

**10. „Career Forum“**

Speeddating für Personaler und Bewerber. Lernen Sie Bewerber im persönlichen Gespräch im Career Forum kennen.

11. „Professional's Choice“

Das Marketingkonzept nicht von, sondern für Kliniken. Lassen Sie sich überraschen und sehen Sie auf dem Kongress Klinikmarketing das beste Marketingtool – vielleicht auch für Ihre Klinik.

12. „KongressLounge“

Networking wird großgeschrieben. Nutzen Sie daher ganztagig die Gelegenheit zum Austausch mit Kollegen, Experten und Referenten in der KongressLounge.

13. „KongressDialog“

Erfahren Sie eine neue Form des Vortrags. Tauschen Sie sich mit Referenten innerhalb der Plenumsdiskussion aus und erhalten Sie durch Interviews exklusive Eindrücke zu den Kongressthemen.

14. „Table Sessions“

Durch Interaktion inhaltlichen Mehrwert schaffen, ist das Motto der „Tischdiskussionen“ zwischen Teilnehmern, Experten und Sponsoren.

15. „Live Stream“

Nicht nur zuhören, sondern mitgestalten ist das Motto des diesjährigen Kongress Klinikmarketing. Gestalten Sie die Diskussionen mit – via SMS oder E-Mail über unsere Messagewall.

16. „Take Home Message“

Erhalten Sie die Essenz des Tages in einer kompakten Message – zusammengestellt durch die Forumsmoderatoren.

17. „Arbeitgeberattraktivität“

Ist Ihre Homepage attraktiv für potenzielle Bewerber? Melden Sie sich an und erhalten Sie einen kostenlosen „Attraktivitäts-Check“ Ihres Webauftritts.

18. „Kongress TV“

Bilder halten die Erinnerung frisch. Nutzen Sie unser Kongress-TV, um Erlerntes und Eindrücke nicht verloren gehen zu lassen.



www.kongress-klinikmarketing.org/kongress-tv

19. „Virtuelle Arztpraxis“

Möchten Sie mit eigenen Augen sehen, wie Ihr Krankenhaus aus Sicht einer Arztpraxis „aussieht“? Kennen Sie den Einweisungsprozess auf Praxisseite? Wissen Sie was passiert, wenn Patienten nach einem Aufenthalt in Ihrem Haus in die Arztpraxis zurückkehren?

All das können Sie selbst erleben und anfassen in unserem Showroom einer virtuellen Arztpraxis.

20. „App-Pool“

Die besten Apps von und für Kliniken. Profitieren Sie von unserer Zusammenstellung und sehen Sie auf einen Blick, von welchen Apps Sie bei Ihrer Arbeit profitieren können.

Unser Dank gilt...

all denjenigen, die maßgeblich zum Erfolg unseres Kongress Klinikmarketing beitragen und mit Ihrem Engagement diese Veranstaltung alljährlich zu einem unvergesslichen Erlebnis machen.

4QD - Qualitätskliniken.de GmbH • Agaplesion AG • Albertinen-Diakoniewerk e.V. • Alice-Hospital Darmstadt • ALK Augen-Laser-Klinik Lohr • Allianz Private Krankenversicherungs-AG • altares Mediamonitoring GmbH • AMEOS AG • Asklepios Orthopädische Klinik Lindenlohe • Augenklinik Mülheim am Ev. Krankenhaus • Bangkok Hospital • BDPK Bundesverband Deutscher Privatkliniken e.V. • Bundesstiftung Kinderhospiz • Bundesverband Deutscher Stiftungen • CKM Centrum für Krankenhausmanagement • d|h|b - Die Personalberatung • Dermatologikum Hamburg • Deutsches Krankenhausinstitut e.V. • DKV-Residenz am Tibusplatz gGmbH • DGGG Deutsche Gesellschaft für Gynäkologie und Geburtshilfe e.V. • ELBLANDKLINIKEN Stiftung & Co. KG • Elfes Unternehmensberatung • Fachhochschule Mainz • FHS St.Gallen • Gemeinnützige Salzburger Landeskliniken Betriebsges.m.b.H (SALK) • Haus am Berg Seniorenpflege und -betreuung GmbH & Co. KG • Heidelberger Stiftung für Chirurgie • Herzklinik Ulm • Herz-Zentrum Bad Krozingen • HILSE Konzept • Hochschule für angewandte Wissenschaften FH Ingolstadt • HÖCKER Rechtsanwälte Partnerschaftsgesellschaft • Institut für Stiftungsberatung GmbH • Kanzlei für Medienrecht • Katholisches Marienkrankenhaus Hamburg • Klinik Schloss Mammern • Klinik Solequelle • Kliniken der Stadt Köln • Kliniken Essen-Mitte • Klinikum Barnim • Klinikum Dortmund • Klinikum Fürth • Klinikum Leverkusen • Klinikum Ingolstadt • Klinikum Region Hannover • Krankenhaus der Barmherzigen Schwestern Linz • Klinikum St. Georg • Krankenhaus Hietzing mit Neurologischem Zentrum Rosenhügel • Klinikum Stuttgart • Lischke Consulting GmbH • Malteser Deutschland • Marburger Bund • Mediccoach • MediClin Seniorenresidenz Deister Weser • Medizinische Hochschule Hannover • MonikaBeck Analysen und Entwicklung • nextchange • Orthopädisches Spital Speising • Paracelsus Medizinische Privatuniversität • Pflegen und Wohnen Hamburg GmbH • Private Universität Witten/Herdecke • Privatklinikgruppe Hirslanden • Prof. Riegl & Partner GmbH • Psychiatrische Dienste Graubünden • Psychiatrisches Zentrum Nordbaden • Rechtsanwälte Wigge • Roland Berger Strategy Consultants GmbH • SLK-Kliniken Heilbronn • SRH Wald-Klinikum Gera • St. Elisabeth-Krankenhaus Köln-Hohenlind • St. Franziskus-Hospital Münster • St. Franziskus Stiftung Münster • St. Hedwig Kliniken Berlin • St. Marien-Hospital Lüdinghausen • Städt. Seniorenheime Dortmund • Städtisches Klinikum Karlsruhe • Techniker Krankenkasse • trinovis GmbH • Universitätsklinikum Schleswig-Holstein • Universitätsmedizin der Johannes Gutenberg-Universität Mainz • Universitätsklinikum Aachen • Universitätsmedizin Greifswald • Verband der Krankenhausdirektoren Deutschlands e.V. • Verkehrsbetriebe Zürich • Vivantes - Netzwerk für Gesundheit GmbH u.a.

Wir danken ebenso allen (ehemaligen) KlinikAward-Bewerbern, Referenten, Moderatoren und Partnern!

Der Kongressbeirat 2012

Dr. Dirk Albrecht, Geschäftsführer der Contilia GmbH in Essen • **Michael Born**, Leiter des Geschäftsbereichs Personal und Recht sowie der Stabsstelle Personalentwicklung der Medizinischen Hochschule Hannover • **Julien A. Buro**, Head of Marketing der Privatklinikgruppe Hirslanden AG in Zürich • **Annette Debusmann**, Leiterin Kommunikation und Marketing der Malteser St. Anna gGmbH in Duisburg • **Prof. Dr. Dr. Wilfried von Eiff**, Leiter des Centrums für Krankenhausmanagement an der Universität Münster • **Volker Feldkamp**, Vorstandsmitglied der Rhön-Klinikum AG • **Prof. Dr. Mathias Goyen**, Geschäftsführer der UKE Consult und Management GmbH in Hamburg • **Norbert Groß**, Verbandsdirektor des Deutschen Evangelischen Krankenhausverbandes in Berlin • **Bernhard Inden**, Leiter Fundraising und Marketing der Marienhaus GmbH Waldbreitbach • **Dr. Martina Klein**, Leiterin Fundraising der Klinikum Dortmund gGmbH • **Markus Komp**, Vorstandsmitglied der DEGEMED (Deutsche Gesellschaft für Medizinische Rehabilitation) in Berlin • **Dieter Schleier**, Leiter der Zentralen Unternehmenskommunikation und Marketing des Ortenau Klinikums in Offenburg

Neben dem diesjährigen Beirat danken wir ebenso den Beiräten der letzten Jahre für die fachkundige Unterstützung.

Kongressforum am Montag, 5. November 2012

Zuweisermarketing & Vernetzung

Kliniken und Niedergelassene stehen nicht selten in einem Spannungsfeld zwischen Kooperation und Konkurrenz. Ein systematischer Dialog mit den Zuweisern kann für Kliniken einen erheblichen Wettbewerbsvorteil bringen. Daneben benötigen Kliniken eine systematische Zuweiserbetreuung und Vertriebssteuerung.



Early Bird Begrüßungskaffee und Welcome Speech des Kongresspräsidenten

Schwerpunktthema 2012:

„Zuweiserkontakte systematisieren – Analyse, Akquise, Kooperation“

Leitung: Dr. Dr. Klaus Enderer, niedergelassener Orthopäde, Köln *

Vertrieb

Der niedergelassene Arzt als Key Account-Manager der Klinik

Außer Krankenhäusern kommt kaum eine andere Branche ohne Außendienst und Vertriebsbetreuung aus. Nicht nur die Pharmabranche hat langjährige Erfahrungen mit der Zuweiserbetreuung. Ein Praxisbericht. **Felix Dorn**, Leiter Marketing und Vertrieb, Albertinen-Diakoniewerk, Hamburg

Zuweisercontrolling

Brauchen wir Leistungsindikatoren im Zuweisermanagement?

Bisher erfolgt Zuweiserbetreuung personenabhängig und unsystematisch. Müssen Kliniken auch hier Leistungsindikatoren (Key Performance Indikatoren, KPI) einführen? Welche Indikatoren wären dies? Ist ein solches systematisiertes Zuweisermanagement intern durchsetzbar? Und: Was nützt es? **Nina Fischer**, Head Marketing and Sales; **Oliver Giger**, Consultant/Product Manager, parm

ag, St. Gallen

Kooperation

Regionale Versorgungskonzepte als Zukunftsstrategie

Wie können Kliniken Versorgungskonzepte in Kooperation auch mit Niedergelassenen entwickeln? Wo liegen Nutzenpotenziale? Welche Faktoren sind erfolgskritisch? Und wie müssen veränderte Versorgungsprozesse durch intensive Kommunikation begleitet werden?

Dr. Heinz Giesen, Inhaber, med.iq Dr. Giesen, Münster

Symbiose

Kooperationen zwischen Krankenhaus, MVZ und niedergelassenen Ärzten - Chancen und Risiken

Die wichtigsten Fakten zur Vertragsgestaltung, der Vergütungsvereinbarung und den Möglichkeiten der spezialfachärztlichen Versorgung. **Dr. Peter Wigge**, Geschäftsführer, Rechtsanwälte Wigge, Münster

KongressDialog Plenumsdiskussion mit allen Referenten und Live-Interviews

KongressLounge Ganztägige Gelegenheit für persönliche Einzelgespräche mit den Referenten

Mittagspause & Fachmesse & Career Forum Raum für Networking mit Kollegen und fachliche Diskussion

Table Sessions Gehen Sie von Tisch zu Tisch – bis zu acht parallele Themen im Dialog mit Experten und Sponsoren

Die besten Konzepte und Kampagnen des Jahres 2012 zum Zuweisermarketing

Leitung: Claus Hager, Leitung PR und Marketing; Krankenhaus der Barmherzigen Schwestern Linz

Die besten Zuweiserkonzepte 2012:



- **Herzkllinik Ulm**
Von der Taschenbibliothek bis zum Herzsport-Preis
- **Medizinische Hochschule Hannover**
Das Projekt „Zentrum für Seltene Erkrankungen“
- **SRH Wald-Klinikum Gera gGmbH**
Eine regionale Netzwerkstruktur mit 35 MVZ
- **Augenklinik Mülheim am Ev. Krankenhaus**
Die Kampagne „Besser sehen. Besser leben.“

Die besten Praxisbeispiele:

- **Das Kooperations-Modell FranziskusCarré**
Dr. Ulrike TeBarek, MPH, Netzwerkmanagerin, St. Franziskus-Hospital Münster
- **Optimiertes Einweisermanagement durch Benchmarking**
Prof. Dr. Andrea Raab, Allgem. BWL und Marketing, Hochschule Ingolstadt; **Dr. Karl Blum**, Leiter Forschung, DKI
- **Vertriebssteuerung in der Praxis**
Jens Kattusch, Unternehmenskomm., Marketing und Vertrieb, Klinikum Region Hannover

Take Home Message Die Essenz des Tages – zusammengestellt durch die Moderatoren

Kölsche Runde Ausklang des Tages im Kongressfoyer mit kleinem Empfang



Rahmenprogramm

19:00 Award Circle:

KlinikAward "Meet and Greet" der Award-Nominierten 2012 sowie aller Nominierten und Gewinner aus den Vorjahren.

18:30 Stadttour Köln:

Entdecken Sie Köln aus einer völlig neuen Perspektive - mit einem echten Operettengeist! Begrenzte Teilnehmerzahl. Lassen Sie anschließend den Abend über den Dächern von Köln ausklingen (Verzehr auf eigene Rechnung).

Kongressforum am Montag, 5. November 2012

Personalmarketing & Recruiting

Angesichts des zunehmenden Mangels an qualifizierten, medizinischen Personal steigt die Herausforderung, knappe Ressourcen zu binden und zu akquirieren. Ziel ist dabei die nachhaltige Wahrnehmung des Krankenhauses als attraktiver Arbeitgeber. Wichtiger als die Vergütung sind häufig Fragen nach Work-Life-Balance, interessanter Arbeit, guter Arbeitsatmosphäre und Aufstiegschancen.



Early Bird Begrüßungskaffee und Welcome Speech des Kongresspräsidenten im Kongressfoyer

NEU

Schwerpunktthema 2012:

„Innovative Personalakquise – Strategien für Ärzte und Pflegende“

Leitung: Gerhard Hallenberger, Vorstand, Agaplesion gAG, Frankfurt am Main

Personalgewinnung

Wen benötigen wir wann?

Prospektive Personalplanung und -rekrutierung im Hinblick auf die steigende Relevanz demographischer Faktoren. Wie Sie mit einem entsprechenden Tool die Herausforderungen des gesellschaftlichen Wandels bewältigen. **Prof. Dr. Christian Schmidt MPH**, Medizinischer Geschäftsführer, Kliniken der Stadt Köln

Crossover

Überraschend frisch - auf dem Arbeitsmarkt punkten!

Verkehrte Welt? Auf jeden Fall erfolgreich: Bei den Verkehrsbetrieben Zürich (VBZ) bewerben sich die Vorgesetzten bei den potenziellen Mitarbeitern. Per Video, konsequent bei allen offenen Stellen. Die Strategie: "Richtige" Online-Inserate statt Printanzeigen und deren Klone in den Stellenplattformen. Wie man mit neuen Kanälen den Nutzungsgewohnheiten der Zielgruppen folgen kann ...

Jörg Buckmann, Leiter Personalmanagement, Verkehrsbetriebe Zürich

Onlinemarketing

Wie Ihre Website auf Bewerber wirkt ...

Was nehmen Kandidaten von Personalaktivitäten der Kliniken wahr? Was kommt gut an? Was fehlt häufig? Präsentation einer Studie mit konkreten Ideen und Verbesserungsvorschlägen auf der Basis von 140 befragten Kliniken und 150 bewerteten Websites.

Andrea Köhn, Geschäftsführerin, Köhn & Kollegen, München

Assistenzärzte

Arbeitgeberattraktivität

Ergebnisse einer bundesweiten Befragung zu karriere- und arbeitsplatzbezogenen Präferenzen unter Medizinstudierenden. **Claus Zipfel**, Wissenschaftlicher Mitarbeiter, Universität Witten/Herdecke

NEU

KongressDialog Plenumsdiskussion mit allen Referenten und Live-Interviews

KongressLounge Ganztägige Gelegenheit für persönliche Einzelgespräche mit den Referenten

Mittagspause & Fachmesse & Career Forum Raum für Networking mit Kollegen und fachliche Diskussion

Table Sessions Gehen Sie von Tisch zu Tisch – bis zu acht parallele Themen im Dialog mit Experten und Sponsoren

Die besten Konzepte und Kampagnen des Jahres 2012 zum Personalmarketing

Leitung: Leonhard Decker, Pflegedienstleiter, St. Franziskus-Hospital, Münster

Die besten Personalmarketingkonzepte 2012:



- **St. Marien-Hospital Lüdinghausen**
Pflegekampagne „Nähe macht glücklich“
- **Universitätsmedizin Mainz**
Mitmachaktion „Chirurg für einen Tag“
- **Elblandkliniken Stiftung Meißen**
Wissenstransfer in repräsentativer Akademie

Die besten Praxisbeispiele:

- **Innovative Arbeitsmodelle**
Lutz Hammerschlag, vorm. stellv. Hauptgeschäftsführer, Marburger Bund
- **Erfolgreiches Rekrutieren: Mehr als Headhunting!**
Silvia Dobrindt, Geschäftsführerin, Personalberatung Silvia Dobrindt

NEU

Take Home Message Die Essenz des Tages – zusammengestellt durch die Moderatoren

Kölsche Runde Ausklang des Tages im Kongressfoyer mit kleinem Empfang



NEU

Rahmenprogramm

19:00 Award Circle:

KlinikAward "Meet and Greet" der Award-Nominierten 2012 sowie aller Nominierten und Gewinner aus den Vorjahren.

18:30 Stadttour Köln:

Entdecken Sie Köln aus einer völlig neuen Perspektive - mit einem echten Operettengeist! Begrenzte Teilnehmerzahl. Lassen Sie anschließend den Abend über den Dächern von Köln ausklingen (Verzehr auf eigene Rechnung).

9:00 Uhr-13:00 Uhr

14:00 Uhr-18:00 Uhr

Kongressforum am Montag, 5. November 2012

Marketing für Senioreneinrichtungen NEU

Marketing wird für Senioreneinrichtungen immer bedeutender. Ein klares Profil zu besitzen und dieses auch zu kommunizieren, sorgt für die notwendige Differenzierung im Wettbewerb. Erfahrene Praktiker stellen ihre Erfolgskonzepte vor und präsentieren ihre spezifischen Marketing-Tools.



Early Bird Begrüßungskaffee und Welcome Speech des Kongresspräsidenten im Kongressfoyer

Schwerpunktthema 2012:

„Mit scharfem Profil im Wettbewerb“

Leitung: Caspar Boshamer, Geschäftsführer, Vitanas GmbH & Co.KGaA

Strategie

Erfolgreiche Positionierung einer Senioreneinrichtung im wettbewerblichen Umfeld

Wie wird ein Markteintritt vorbereitet? Wie differenziert sich eine Einrichtung von bereits bestehenden Häusern? Welche Besonderheiten gilt es zu beachten? **Frank Haesloop**, Direktor, Pflege & Wohnen Finkenau, Hamburg

Vernetzung

Stabile Zuweiserbeziehungen durch kommunale Vernetzung

Wie ein städtischer Anbieter von Pflege- und Betreuungsleistungen die Marktposition festigt. Welche Erfolgsfaktoren spielen eine Rolle? Welche Erwartungen haben die kommunalen Anspruchsgruppen? **Martin Kaiser**, Geschäftsführer, Städt. Seniorenheime, Dortmund

Kooperation

Kundenzugang in strukturschwachen Gebieten

Wer eignet sich als Partner? Welche Spezifika sind zu berücksichtigen? Gibt es eine besondere Marketingtool-Box? **Dr. Bernd Schubert**, Geschäftsführer, Aneos Klinikum St. Salvator, Halberstadt

Hintergrund

Möglichkeiten und Grenzen des Zuweisermarketings

Was ist bei Kooperationen mit Zuweisern zu beachten? Wo endet Kooperation und wo beginnt der Graubereich? Welche Kooperationsformen sind zu empfehlen? **Dr. Michael Ossege**, LL.M., Fachanwalt für Medizinrecht, Rechtsanwälte Wigge, Münster

KongressDialog Plenumsdiskussion mit allen Referenten und Live-Interviews

KongressLounge Ganztägige Gelegenheit für persönliche Einzelgespräche mit den Referenten

Mittagspause & Fachmesse & Career Forum Raum für Networking mit Kollegen und fachliche Diskussion

Table Sessions Gehen Sie von Tisch zu Tisch – bis zu acht parallele Themen im Dialog mit Experten und Sponsoren

Die besten Konzepte und Kampagnen des Jahres 2012 für Senioreneinrichtungen

Leitung: Dr. Thomas Hilse, HILSE:KONZEPT, Haan

Die besten Praxisbeispiele:

■ Steigerung der Markenbekanntheit durch Franchise

Wie sich ein Anbieter eines ambulanten Pflegenetzes gemeinsam mit Partnern positioniert und damit von Wettbewerbern differenziert. **Alexander Dettmann**, Geschäftsführer, Agaplesion Bethanien Diakonie, Berlin

■ Integriertes Zuweisermarketing

Bedarfsgerechte Gestaltungen entlang der Versorgungskette zur Sicherung des Kundenzugangs. **Sven-Uwe Gau**, Heimleitung, Medclin Seniorenresidenz Deister Weser, Bad Münde

■ Markenbildung

Wie das Haus am Berg eine Marke im stationären Seniorenmarkt

herausbildet. **Heiko Langheim**, Geschäftsführer, Haus am Berg Seniorenpflege und -betreuung, Hasbergen

■ Qualitätsbericht als Marketing-Instrument

Einsatz eines lebendigen und praxisbezogenen Mediums für die Kunden- und Multiplikatorenengewinnung. **Andreas Lammers**, Geschäftsführer, DKV-Residenz am Tibusplatz, Münster

■ Personalmarketing

Wie Unternehmen langfristig Mitarbeiter binden und gewinnen. **Britta Ritterhoff**, Seniorberaterin und **Dr. Maren Kentgens**, Managerin, Lischke Consulting, Hamburg

Take Home Message Die Essenz des Tages – zusammengestellt durch die Moderatoren

Kölsche Runde Ausklang des Tages im Kongressfoyer mit kleinem Empfang

KongressTV
2012

Rahmenprogramm

19:00 Award Circle:

KlinikAward "Meet and Greet" der Award-Nominierten 2012 sowie aller Nominierten und Gewinner aus den Vorjahren.

18:30 Stadttour Köln:

Entdecken Sie Köln aus einer völlig neuen Perspektive - mit einem echten Operettengeist! Begrenzte Teilnehmerzahl. Lassen Sie anschließend den Abend über den Dächern von Köln ausklingen (Verzehr auf eigene Rechnung).

Kongressforum am Dienstag, 6. November 2012

Social Media, Web & Film

Empfehlungsmarketing gewinnt eine neue Dimension. Einträge auf Bewertungsportalen und anderen Social Media-Plattformen prägen die Wahrnehmung - auch von Kliniken. Fazit: Krankenhäuser kommen kaum noch darum herum, aktiv ihre eigenen Leistungen darzustellen und auf kursierende Äußerungen zu reagieren.



Early Bird Begrüßungskaffee und Welcome Speech des Kongresspräsidenten im Kongressfoyer

NEU

Schwerpunktthema 2012:

„Mund-zu-Mund-Propaganda – jetzt auch im Netz“

Leitung: Dr. Daisy Hünefeld, Vorstand, St. Franziskus Stiftung, Münster

Monitoring

Ein Ohr an den virtuellen Kneipentischen

Geredet wird schon immer viel über Ärzte und Krankenhäuser. Aber jetzt werden die Empfehlungen, Gerüchte und „Verrisse“ sichtbar: in Bewertungsportalen, in Onlineforen, auf Facebook. Die Mindestanforderung für jede Klinik: einen aktuellen Überblick über das Online-Geschehen haben. Wir sagen Ihnen wie. **Dr. Volker Meise**, Leiter Social Media Monitoring, altares Media Monitoring, Düsseldorf

Webstrategie

Eine individuelle Social Media Strategie für jedes Haus

Viele Kliniken fragen sich: Brauchen wir einen Facebook-Auftritt? Wie viel Zeit braucht die Betreuung? Wie hoch ist das Risiko?
Thomas W. Ullrich, Director Consulting, komm.passion, Düsseldorf*

Zielgruppenmarketing

Mit Social Media die Personalakquise erleichtern?

Vor allem junge Pflegende, Ärztinnen und Ärzte bewegen sich in Facebook & Co. Was bringt eine gut gemachte Arbeitgeber-Präsenz auf diesen Plattformen? Gibt es Fallstricke? Lohnt sich der Aufwand? Kann man den Nutzen für die Personalgewinnung messen?
Heiko Depner, Leiter Unternehmenskommunikation, Agaplesion Elisabethenstift, Darmstadt

Kliniknet 2.0 - Social Media für den Hausgebrauch

Web 2.0 im Krankenhaus – Wenn Innovation auf Tradition trifft. Aktuelle Forschungsergebnisse zur Wirksamkeit von Social Media in Unternehmen. Fünf Designprinzipien für das Kliniknet 2.0. Fallbeispiel einer großen Klinik.

Prof. Dr. Karsten Wendland, Medieninformatik, Hochschule Aalen/University of Mannheim

NEU

KongressDialog Plenumsdiskussion mit allen Referenten und Live-Interviews
KongressLounge Ganztägige Gelegenheit für persönliche Einzelgespräche mit den Referenten

Mittagspause & Fachmesse Raum für Networking mit Kollegen und fachliche Diskussion

Table Sessions Gehen Sie von Tisch zu Tisch – bis zu acht parallele Themen im Dialog mit Experten und Sponsoren

Die besten Konzepte und Kampagnen 2012 im Bereich Social Media, Web und Film

Leitung: Dr. Mathias Brandstädter, Leiter Unternehmenskommunikation, Universitätsklinikum Aachen

Die besten Praxisbeispiele:

■ Social Media Guidelines

Was dürfen Mitarbeiter, was nicht?

Ein paar Fotos von der Station in Facebook? Die neuesten Gerüchte aus dem Haus getwittert? Jede Klinik hat heute die „Reporter“ im eigenen Haus. Warum jede Klinik verbindliche Richtlinien für Social Media braucht. **Raphael Doderer**, Leitung Kommunikation und Marketing, Klinikum Augsburg*

■ Corporate Social Responsibility und Fundraising mit Social Media

Ein klassisches Feld für Social Media – künftig auch für Kliniken relevant? **Thilo Reichenbach**, Aktion Deutschland hilft e.V. *

■ Personalmarketing via Facebook und Co.

Was können Kliniken auf Facebook für die Personalbindung und -gewinnung tun? Welche Zielgruppen sind adressierbar? Gibt es erste Umsetzungserfahrungen?

Christoph Leiden, Unternehmenskommunikation, Stiftung der Cellitinnen zur hl. Maria, Köln*

NEU

Take Home Message Die Essenz des Tages – zusammengestellt durch die Moderatoren



KlinikAward Präsentation der Besten Marketinginnovationen des Jahres 2012



Rahmenprogramm

19:00 Galaabend

Feiern Sie mit uns die Besten der Branche!
Wir verleihen den KlinikAward 2012 – den Oscar der Klinikbranche.

19:00 Meet and Greet

Tauschen Sie sich in gemütlicher Runde über die Eindrücke des Tages aus.

Kongressforum am Dienstag, 6. November 2012

Selektive Erlösoptimierung

Marketing ist mehr als der „Außenanstrich“ der Klinik. Erfahren Sie, wie Klinikmarketing zum Erreichen Ihrer Unternehmensziele beiträgt. Bauen Sie zielgerichtet erlösrelevante Bereiche aus und konzipieren Sie Marketingstrategien zur Erzielung eines optimalen Return on Investment.



Early Bird Begrüßungskaffee und Welcome Speech des Kongresspräsidenten im Kongressfoyer

Schwerpunktthema 2012:

„Gezielte Fallzahlsteigerung – auch zum Nutzen des Patienten“

NEU

Leitung: Karl Ferdinand Prinz von Thurn und Taxis, Assoziierter Partner von FORTHE und selbständiger Unternehmensberater

Strategie

Selektive Wachstumsstrategie – Schritt für Schritt

Lassen Sie sich ein ausgereiftes Vorgehensmodell für systematische Fallzahlsteigerung präsentieren: Wie identifizieren Sie die potentiellen Wachstumsbereiche? **Dr. Dirk Elmhorst**, Geschäftsführer, trinovis GmbH, Hannover

Kampagnen

„Auf die Gelbe Karte folgt oft die Rote“ – Erfahrungen aus einer Stroke Unit-Kampagne

Am Beispiel einer Schlaganfall-Kampagne erfahren Sie: Wie man eine wirksame Kampagne aufbaut & welche Eigendynamik solcher PR-Projekte man beachten muss. **Andrea Heim-Jocham**, Leitung Marketing und Kommunikation, Privatklinikgruppe Hirslanden, Zürich

Leistungsportfolio

Marktnischen finden und besetzen!

Praxisbericht aus Sicht einer privaten Klinikette: Wie geht man systematisch vor, um das Leistungsportfolio (neu) zu definieren? Wie setzen Sie Leuchtturmstrategien um? Wie finden und erobern Sie Marktnischen? **Dr. Marina Martini**, Vorstand Unternehmensentwicklung (CDO), AMEOS AG, Zürich

Organisation

Benötigen Kliniken einen Chief Marketing Officer (CMO)?

In anderen Branchen üblich, im Klinikbereich im Kommen: Die Verankerung von Marketing und Kommunikation auf Vorstandsebene. Anmerkungen zur Aufbauorganisation einer regionalen Klinikette. **Thomas Melosch**, Bereichsleiter Unternehmenskomm., Marketing und Vertrieb, KRH Klinikum Region Hannover

KongressDialog Plenumsdiskussion mit allen Referenten und Live-Interviews

KongressLounge Ganztägige Gelegenheit für persönliche Einzelgespräche mit den Referenten

NEU

Mittagspause & Fachmesse Raum für Networking mit Kollegen und fachliche Diskussion

Table Sessions Gehen Sie von Tisch zu Tisch – bis zu acht parallele Themen im Dialog mit Experten und Sponsoren

Die besten Konzepte und Kampagnen des Jahres 2012 zur Erlösoptimierung

Leitung: Prof. Dr. Rolf Kreienberg, Universitätsklinikum Ulm

Das beste Geburtshilfe-Konzept 2012:



■ Katholisches Marienkrankenhaus

Im Zeichen des Storches: Mehr Platz und Komfort für kleine Hamburger – eine integrierte Kommunikationskampagne

Die besten Praxisbeispiele:

■ Internationale Patienten

Regionale und globale Erlössteigerungsstrategie
Falk Erzgräber, Leitung Charité International Health Care, Berlin

■ Fallzahlsteigerung in nur einer Woche – geht das?

Mehrere hundert neue Patienten in kurzer Zeit – Konzept, Fallzahlentwicklung, Auswirkungen auf die Klinik und die Mitarbeiter.
Heike Armbrust, Klinikmanagerin, Nuklearmedizin, Universitätsmedizin Mainz

Take Home Message Die Essenz des Tages – zusammengestellt durch die Moderatoren



NEU

KlinikAward Präsentation der Besten Marketinginnovationen des Jahres 2012



Rahmenprogramm

19:00 Galaabend

Feiern Sie mit uns die Besten der Branche!
Wir verleihen den KlinikAward 2012 – den Oscar der Klinikbranche.

19:00 Meet and Greet

Tauschen Sie sich in gemütlicher Runde über die Eindrücke des Tages aus.

Kongressforen am Dienstag, 6. November 2012

Marketing für Rehakliniken

NEU

in Kooperation mit:



Der Rehamarkt hat seine eigenen Gesetze. Trotz des hohen Wettbewerbdrukkes gibt es noch großes Verbesserungspotential im Bereich der Vertriebsstrategie und Vertriebsorganisation. Dabei stehen die Kostenträger und die zuweisenden Akuthäuser im Mittelpunkt.



Early Bird Begrüßungskaffee und Welcome Speech des Kongresspräsidenten im Kongressfoyer

Schwerpunktthema 2012:

NEU

„Erfolgskritisch für die Reha: Kostenträger und Zuweiser“

Leitung: Thomas Bublitz, Hauptgeschäftsführer des Bundesverbandes Deutscher Privatkliniken (BDPK), Berlin

Strategie

Verschiedene Marktsituationen – verschiedene Marktstrategien

Wie reagieren Rehakliniken richtig auf den Wandel in einem dynamischen Markt? Wo gibt es Verbesserungspotential für Rehakliniken? **Clemens Platzköster**, Abteilungsleiter Prozessmanagement, Universitätsklinikum Bonn*

Vertriebsorganisation

Professionalisierung des Außendienstes für Rehakliniken?

Mehr Effektivität für die Zuweiser- und Kostenträgerkontakte von Rehakliniken: Wie sieht ein optimaler Mix verschiedener Ansprachewege aus? Was bringt ein professionelles CRM? Was ist bei der Vertriebssteuerung zu beachten? **Wilfried Foltin**, Boehringer Ingelheim, Ingelheim

Qualitätsmarketing

Reha: Chancen und Risiken aus Sicht einer privaten Krankenversicherung

Risiko: Kontinuierliche Kostensteigerungen erfordern Gegensteuerung auf Kostenträgerseite. Chance: Marketing durch zunehmende Qualitätsorientierung. Herausforderung: Messung von (Ergebnis-)Qualität auch zu Marketingzwecken. Zielfoto: Klinikübergreifende Benchmarks als Marketinginstrument. **Dr. Fabian Stehle**, Referatsleiter Versicherungen, Allianz Krankenversicherung, München



Das beste Rehamarketing 2012:

Klinik Schloss Mammern am Bodensee

Konzept zur Zuweiserbindung von Akutkliniken in vier Bereichen der Frührehabilitation.

KongressDialog Plenumsdiskussion mit allen Referenten und Live-Interviews

NEU

KongressLounge Ganztägige Gelegenheit für persönliche Einzelgespräche mit den Referenten

Mittagspause & Fachmesse Raum für Networking mit Kollegen und fachliche Diskussion

Table Sessions Gehen Sie von Tisch zu Tisch – bis zu acht parallele Themen im Dialog mit Experten und Sponsoren

Erfolgswerkzeuge für leitende Ärzte

Leitende Ärzte sind zunehmend verantwortlich für den wirtschaftlichen Erfolg ihrer Abteilung. Wir kommen dem Wunsch vieler Ärzte nach, praxiserprobte Kommunikationsinstrumente und Maßnahmen kennenzulernen, die mit geringem Einsatz von Zeitressourcen eine maximale Wirkung bringen.



Schwerpunktthema 2012:

„Marketing- und Kommunikationstools für Chefärzte“

Leitung: Prof. Dr. Christian Kriegelstein, Chirurgische Klinik, St. Elisabeth-Krankenhaus Köln-Hohenlind

Abteilungsmarketing

Erlösoptimierung für Abteilungen und Kliniken

Wir stellen Ihnen ein erprobtes Modell für systematische Fallzahlensteigerung für Ihre Abteilung vor. Die Umsetzung erfolgt in vier Schritten. **Liisa Esser**, Bereichsleiterin, rotthaus medical GmbH, Köln

Kulturwandel

Anforderungen an die Führungskräfte von morgen

Das Gesundheitswesen ist durch steigenden Ressourcenbedarf und die Profianierung des Arztberufes mitten im Kulturwandel. Konfliktfähigkeit, transparenter Leistungsausweis, emotionale Intelligenz sind die neuen Stichworte – der Bedarf an vertrauenswürdigen Führungskräften ist groß. **Dr. Sacha Geier**, Inhaberin, nextchange - Change

Management Reengineered, Niederurnen/Kanton Glarus

Medizin-Manager

Führung und Management für leitende Ärzte im Krankenhaus – nicht nur eine Frage der Ehre

Der leitende Arzt wird mit zusätzlichen Rollen konfrontiert. Als moderner Medizin-Manager muss er sich neuen Entscheidungssituationen stellen. Warum eine einmalige Managementausbildung nicht ausreicht und welche Möglichkeiten zur Führungsqualifizierung es gibt. **Dr. Georg Hellmann**, Geschäftsführer, djh/b Personalberatung, Meppen

KlinikAward Präsentation der Besten Marketinginnovationen des Jahres 2012



Rahmenprogramm

19:00 Galaabend

Feiern Sie mit uns die Besten der Branche!

Wir verleihen den KlinikAward 2012 – den Oscar der Klinik Branche.

19:00 Meet and Greet

Tauschen Sie sich in gemütlicher Runde über die Eindrücke des Tages aus.

9:00 Uhr-13:00 Uhr

14:00 Uhr-18:00 Uhr

Kongressforum am Dienstag, 6. November 2012

Klinikfundraising NEU

Noch ist Fundraising ein ungewohntes Finanzierungsinstrument für Krankenhäuser – doch das Potential ist groß. Auch die Errichtung einer Stiftung ist für viele Kliniken eine interessante Option. Das Forum gibt Ihnen einen Überblick über die Strategien, Instrumente und Potentiale des Klinikfundraising.



Early Bird Begrüßungskaffee und Welcome Speech des Kongresspräsidenten im Kongressfoyer

Schwerpunktthema 2012:

„Neue Erlösquellen durch Stiftungsstrategien“ NEU

Leitung: Josef Müller, CEO, Psychiatrische Dienste Graubünden

Eigene Stiftung

Klinikstiftungen als nachhaltige Finanzierungsquelle

Das Fundraisingpotential für deutsche Krankenhäuser. Beispiele von Klinikstiftungen. Stiftung als Fundraisingtool. Rechtliche Rahmenbedingungen und steuerliche Vorteile. **Dr. Christoph Mecking**, Rechtsanwalt, Institut für Stiftungsberatung, Berlin

Akquise

Großspendengewinnung für die Medizin

Die Gewinnung von Stiftern, Großspendern und von testamentarischen Verfügungen ist ein Kernelement des Fundraising von Kliniken in den USA. Was lässt sich auf die Situation auf Deutschland, Österreich und der Schweiz übertragen? **Dr. Gottfried Stienen**, Leiter Fundraising und Unternehmenskommunikation, stv. Kanzler, Paracelsus Medizinische Privatuniversität, Salzburg

Drittstiftungen

Stiftungen – ein Heilmittel für Kliniken?

Überblick über die Stiftungslandschaft. Wie finde ich geeignete Stiftungen? Vom klassischen Antrag bis zum zweckorientierten Investieren. **Anke Pötsch**, Mitglied der Geschäftsleitung, Bundesverband Deutscher Stiftungen, Berlin

Implementierung

Aufbau und Organisation des Fundraising in Kliniken

Obwohl viele gemeinnützige Kliniken aus Schenkungen entstanden sind, muss die Tradition des privaten Engagements erst wieder belebt werden. Welche Erfahrungen macht man an einem großen Uniklinikum? **Jens-Peter Horst**, Leiter der Stabstelle Fundraising und Sponsoring, Universitätsklinikum Schleswig-Holstein, Kiel

KongressDialog Plenumsdiskussion mit allen Referenten und Live-Interviews

KongressLounge Ganztägige Gelegenheit für persönliche Einzelgespräche mit den Referenten NEU

Mittagspause & Fachmesse Raum für Networking mit Kollegen und fachliche Diskussion

Table Sessions Gehen Sie von Tisch zu Tisch – bis zu acht parallele Themen im Dialog mit Experten und Sponsoren

Die besten Konzepte und Kampagnen des Jahres 2012 zum Klinikfundraising

Leitung: Dr. Martina Klein, Leitung Fundraising, Klinikum Dortmund

Die besten Klinikfundraising-Konzepte 2012:



- **SLK-Kliniken Heilbronn**
Fundraising für medizinische Innovationen
- **Heidelberger Stiftung Chirurgie**
Eine lange Liste finanzierter wissenschaftlicher Projekte ...
- **Kliniken Essen-Mitte**
Ein Netzwerk von 50 Firmen, Incentives, Ladies Brunch, ...

Die besten Praxisbeispiele:

- **Studie „Privat statt Staat“ – Fundraising in deutschen Krankenhäusern.**
Erste deutsche Studie zum Potential von Fundraising in Krankenhäusern.
Oliver Rong, Competence Center Pharma & Healthcare, Roland Berger Strategy Consultants, Berlin
- **Marketing und Fundraising:**
Kampagnen und Maßnahmenplanung im Fundraising
Rainer Rettinger, Bundesstiftung Kinderhospiz, Freiburg

Take Home Message Die Essenz des Tages – zusammengestellt durch die Moderatoren



KlinikAward Präsentation der Besten Marketinginnovationen des Jahres 2012



Rahmenprogramm

19:00 Galaabend

Feiern Sie mit uns die Besten der Branche!
Wir verleihen den KlinikAward 2012 – den Oscar der Klinikbranche.

19:00 Meet and Greet

Tauschen Sie sich in gemütlicher Runde über die Eindrücke des Tages aus.

9:00 Uhr-13:00 Uhr

14:00 Uhr-18:00 Uhr

Die Gala 2012



Das Society Event 2012 der Klinikbranche. Auf dem Galaabend werden die Besten der Branche mit dem KlinikAward ausgezeichnet.

Der Galaabend 2012

Am Abend des **6. November 2012** ab 19:00 Uhr verleiht rotthaus.com im Rahmen einer festlichen Gala in Anwesenheit von über 200 Gästen den erfolgreichsten Kliniken und dem/der Manager/in des Jahres den KlinikAward 2012 in neun verschiedenen Kategorien. Nach der Preisverleihung wird das Tanzparkett ausgerollt und das Tanzbein geschwungen.

Die Jury des KlinikAward 2012

Prof. Dr. Jörg Baltzer, leitete 17 Jahre die Frauenklinik Klinikum Krefeld • **Theo Barth**, Abteilungsleiter „Stationäre Versorgung & Rehabilitation“ Barmer GEK • **Thomas Bublitz**, Hauptgeschäftsführer Bundesverband Deutscher Privatkliniken e.V. • **Horst Defren**, Geschäftsführer Kliniken Essen-Mitte • **Rolf Gilgen**, lic. iur., Präsident Schweizer Vereinigung Spitaldirektoren SVS • **Dr. Elizabeth Harrison**, Geschäftsführerin des Städtischen Klinikums München • **Dr. Leonhard Hansen**, Mitglied des Koordinierungsausschusses Ärzte und Krankenkassen • **Dr. Ellis Huber**, ehemaliger Präsident der Berliner Ärztekammer und Vorstand der Securivita, Vorstandsmitglied des Berufsverbandes Deutscher Präventologen e.V. • **Prof. Dr. Rolf Kreienberg**, Ärztlicher Direktor Universitätsfrauenklinik Ulm • **Dr. Andreas Kottmeier**, Experte im Bereich "Strategisches Gesundheitsmanagement" • **Ingrid Mühlwinkel**, Chefredakteurin kma - Das Gesundheitswirtschaftsmagazin • **Prof. Dr. Rainer Riedel**, Vizepräsident für den Fachbereich Medizinökonomie an der Rheinischen Fachhochschule Köln gGmbH • **Dr. Erich Sieber**, Ehrenpräsident des Verbandes der Privatkrankeanstalten Österreichs



Gewinner des KlinikAward 2011 „Bestes Zuweisermanagement“ v. l.: Sigrid Miksch (Preisträgerin; Barmherzige Schwestern Linz), Dr. Holger Storcks (Medtronic), Stephan Rotthaus



Die „Managerin des Jahres“ 2011: Irmtraut Gürkan, Kaufmännische Direktorin des Universitätsklinikums Heidelberg



Große Spannung, interessante Gespräche und ein schöner Rahmen zeichnen den Galaabend aus und machen den Kongress Klinikmarketing auch in diesem Jahr erneut zu einem besonderen Ereignis.

Der „Walk of Fame“ 2012

Im Rahmen des Galaabends auf dem Kongress Klinikmarketing wurden in den vergangenen Jahren bereits zahlreiche innovative Marketingkonzepte ausgezeichnet. Dabei fiel der KlinikAward Jury die Entscheidung aufgrund der hohen Qualität der eingegangenen Bewerbungen nicht immer leicht.

Der KlinikAward "Walk of Fame" stellt eine neue Form der Ehrung der KlinikAward-Nominierten und -Gewinner dar. Erstmals in diesem Jahr erhält jede nominierte Klinik ihren eigenen "Stern" auf dem KlinikAward "Walk of Fame". Auf diese Weise werden auch die mehrfachen Gewinner der letzten Jahre geehrt. Schauen Sie vorbei und lernen Sie Nominierte und Gewinner persönlich kennen!



Die Sponsoren des KlinikAward 2012

Bestes Geburtshilfemarketing



Baby Smile Fotografie

Bestes Klinikmarketing



CMS Hasche Sigle

Bester Klinikfilm



KiK-TV

Beste Marketinginnovation



Deutscher Verlag für Gesundheitsinformation

Manager/in des Jahres



Personalberatung Silvia Dobrindt

Bestes Zuweisermanagement



Medtronic

Mittwoch, 7. November 2012

Zentraler Strategietag



Die Professionalisierung im Klinikmarketing schreitet weiterhin voran. Es besteht ein großer Bedarf an Umsetzungserfahrung und an zukunftsweisenden Ideen. Beim zentralen Strategietag blicken Querdenker und Visionäre mit Ihnen über den Tellerrand. Profitieren Sie beim Erfahrungsaustausch mit den Besten der Branche.



Schwerpunktthema 2012:

„Die besten Marketingstrategien für Ihren Klinikerfolg“

Leitung: Dr. Josef Düllings, VKD-Präsident, Verband der Krankenhausdirektoren Deutschlands, Berlin und Stephan Rotthaus, Kongresspräsident, rotthaus.com

NEU

Grußwort des „Managers des Jahres 2012“

Einige Worte des bzw. der Managerin des Jahres 2012 zur Perspektive des Klinikmarktes, zu professionellen und persönlichen Erfolgsstrategien.

Keynote

Gibt es eine Imagestrategie für die Klinikbranche?

Aktuelle Anmerkungen zur Identität und zum Image von Kliniken, zu Risikokommunikation und Gefährdungslagen. Welche Unterstützung ist durch die Verbände sinnvoll und möglich? **Dr. Josef Düllings**, VKD-Präsident, Berlin/Paderborn

Professionalisierung

Die „Wiener Erklärung“: Ein Goldstandard für das Klinikmarketing?

Wir präsentieren Ihnen erste Grundlagen eines Standards für das Klinikmarketing, von Klinik-PR-Experten aus Österreich, Deutschland und der Schweiz erarbeitet. **Dr. Pierre Saffarnia**, Leiter Public Relations, Orthopädisches Spital Speising, Wien

Change Communication

Preisgekrönte Strategieentwicklung: Top-down und Bottom-up

Das Ziel: Möglichst viele Mitarbeiter für Veränderungsprozesse gewinnen. Das Projekt: „Universitätsmedizin Salzburg 2016“. Ein Ergebnis: Der Gewinn des European Change Communications Award. **Alexandra Graf**, MBA, Leiterin Stabsstelle Strategie und Unternehmensentwicklung, Salzburger Landeskliniken

Partner gesucht

Humor hilft heilen - Wie sich Stimmung im Krankenhaus positiv verändern lässt

Der bekannte Arzt und Kabarettist Dr. Eckart von Hirschhausen präsentiert gemeinsam mit medicoach die Ergebnisse einer großangelegten Studie und Möglichkeiten der Zusammenarbeit, die gekrönt wird durch einen neuen KlinikAward 2013.

Dr. Eckart von Hirschhausen, Gründer der Stiftung „Humor hilft heilen“ und **Dipl.-Psychologin Birgit Langebartels**, Inhaberin, medicoach, Köln

Preisverleihung

„Deutschlands beste Ambulanzen“

Prämierung der Gewinner des bundesweiten ambulanzChecks und der 360°Analyse, einer bundesweiten Patientenzufriedenheitsanalyse, die von anaQuesta durchgeführt wurde. **Dr. Jan-Frederik Marx**, anaQuesta, Berlin

Kostenträger

Krankenkassen als Partner in der Versorgung und der Patientensteuerung.

Gemeinsame Entwicklung von Versorgungsmodellen für chronisch kranke Patienten. **Prof. Dr. Thomas Schlegel**, Prof. Schlegel Hohmann & Partner, Frankfurt und **Dr. Andreas Meusch**, Leiter Landesvertretungen, TK Techniker Krankenkasse

Podium

Was entscheidet über den Erfolg am Markt?

Auf den Punkt gebracht: Worauf kommt es in den nächsten fünf Jahren an? Drei profilierte Branchenkenner im Gespräch mit Dr. Josef Düllings und Stephan Rotthaus.

Prof. Dr. Udo Janßen, Geschäftsführer, Deutsches Krankenhausinstitut, Düsseldorf; **Prof. Dr. Dr. Wilfried von Eiff**, Gf. Direktor, Centrum für Krankenhaus-Management, Münster und **Prof. Dr. Gerhard F. Riegl**, Institutsleiter, Prof. Riegl & Partner, Augsburg

Professional's Choice

Das beste Marketingkonzept für Kliniken

Die ersten Partner und Lieferanten unterstützen Kliniken bei der Positionierung am Markt. Grund genug für rotthaus.com, erstmalig den Preis „Professional's Choice“ für das gelungenste Konzept zu vergeben.

Kongresslounge Ganztägige Gelegenheit für persönliche Einzelgespräche mit den Referenten

Mittagspause & Fachmesse Raum für Networking mit Kollegen und fachliche Diskussion



Intensive Diskussionen, innovative und erfolgserprobte Konzepte zeichnen den „Zentralen Strategietag“ aus. Die Fachexperten stellen sich Ihren Fragen im Kongressdialog.



9:00 Uhr-13:00 Uhr

Nutzen Sie in diesem Jahr erstmalig die Möglichkeit, aktiv die Veranstaltung mitzugestalten. Teilen Sie Ihre Beiträge via SMS und E-Mail mit.



Der Zentrale Strategietag bietet mehr Raum für Networking. Treten Sie auf der Fachmesse und in der KongressLounge direkt mit den Fachexperten in Kontakt.



Table Sessions Gehen Sie von Tisch zu Tisch – bis zu acht parallele Themen im Dialog mit Experten und Sponsoren

Die besten Konzepte und Kampagnen des Jahres 2012

Leitung: Dr. Franz Graf von Harnoncourt, Geschäftsführer Medizin und Pflege, Malteser Deutschland

Das „Beste Klinikmarketing“ 2012:



■ Wie realisiert man erfolgreiches Klinikmarketing?

Die Gewinnerpräsentation der Klinik oder Klinikgruppe, die für das „Beste Klinikmarketing“ 2012 ausgezeichnet wurde.

Die besten Praxisbeispiele:

■ Patientengewinnung

Blick über den Zaun: Die Erfolgsgeschichte des Bangkok Hospital

Die Erfolgsgeschichte des Bangkok Hospital im Medizintourismus: 26% der Patienten kommen aus dem Ausland und tragen 45% des Umsatzes bei. Erfolgreiche Strategien und anregende Hypothesen für Kliniken in Deutschland, Österreich und der Schweiz. **Ralf Krewer**, International Marketing Director, Bangkok Hospital, Bangkok

■ Privatpatienten

Raus aus dem Deckel Umsatz- und Ergebnissteigerung durch Komfortkliniken und Komfortstationen - einer der vielleicht am meisten unterschätzten Erlösbringer.

Klaus Elfes, Inhaber, Elfes Unternehmensberatung, Krefeld

■ Klinik-App

Zahlen, Daten, Fakten - eine Klinik-App für Ihr Benchmark

Wissen Sie eigentlich, was das Internet über Ihre Klinik weiß? Für alle Teilnehmer des Zentralen Strategietages kostenfrei: die Siemens Klinik-App, ein Benchmarking-Tool, das eigene Stärken und Schwächen sichtbar macht - sowie die des Wettbewerbs **Bernhard Calmer**, Leiter IT-Vertrieb Deutschland, Siemens AG Healthcare Sector

■ Qualitätsmarketing

Qualität als Treiber im Klinik-Marketing Dr. Dr. Klaus Piwernetz, Geschäftsführer, Q4D - Qualitätskliniken.de, Köln

■ Sicherheitsmarketing

Patientensicherheit als Marketingstrategie

Auf der einen Seite: Krankenhäuser, die sich immer sicherer werden. Auf der anderen Seite: verunsicherte Patienten. In den USA stehen die Themen Patient Safety und Patient Empowerment ganz oben auf der Klinikagenda. Wie können Kliniken Patientensicherheit markenbildend einsetzen?

Dr. Peter Gausmann, Geschäftsführer, Gesellschaft für Risikoberatung, Detmold

■ Video



Der „Beste Klinikfilm“ des Jahres 2012

Zum Abschluss: Wir zeigen Ihnen den in einer großen Online-Abstimmung von der Klinikbranche ausgewählten Siegerfilm.

Take Home Message Die Essenz des Tages – zusammengestellt durch die Moderatoren im Kongress-TV Live – Stream via Messagewall die Diskussionen synchron via SMS und E-Mail mitgestalten



Rahmenprogramm

7:00-8:00 Uhr: Lauftreff „Rheinauhafen“

Frühsport zu den neuen architektonischen Highlight von Köln.

18:30 Brauhaus Tour

Lernen Sie die kulinarische Seite Kölns kennen – mit Kölsch, Kölschem Köbes und Halvem Hahn! Begrenzte Teilnehmerzahl (Verzehr auf eigene Rechnung).

Kongressforum am Donnerstag, 8. November 2012

Presse, Kampagnen & Krisen

Gesundheitsthemen sind in der Bevölkerung außerordentlich populär. Krankenhäuser verfügen über die medizinischen Experten und können dies in kostengünstige und wirksame PR umsetzen: Kooperationen mit der Lokalpresse, originelle Themenkampagnen und zielgruppenspezifische Informationsveranstaltungen sind Schlüssel zu Imagegewinn und Patientenakquise.



Early Bird Begrüßungskaffee und Welcome Speech des Kongresspräsidenten

NEU

Schwerpunktthema 2012:

„Strategien zur Krisenprävention und -bewältigung“

Leitung: **Caroline Bahnemann**, Stabsstelle Kommunikation und Presse, Universitätsmedizin Mainz

Krise

Der „Fall Bremen“

Anatomie einer Dauerkrise. Beobachtungen aus Sicht der Klinik und aus Sicht einer PR-Agentur zu Ablauf, Akteuren und Auswirkungen der Krise. **Karen Matiszick**, Leiterin Unternehmenskommunikation, Gesundheit Nord gGmbH Klinikverbund Bremen *

Presserecht

„No comment“ oder aktive Pressearbeit?

Presserechtliche Mechanismen zur Steuerung von Kommunikationsprozessen. Grenzen zulässiger Berichterstattung erkennen. Abwehrmaßnahmen auswählen. Eigene Positionen in presserechtlich zulässiger Weise darstellen. **Dr. Frauke Schmid-Petersen**, Rechtsanwältin, Höcker Rechtsanwälte, Köln

Marktbeobachtung

Strategisches Webmonitoring für Ihre Klinik

Präsenzstärke, Wettbewerbsfähigkeit und Akzeptanz mit kostenlosen Tools prüfen und optimieren - im Vergleich zu den Mitbewerbern. Eine kleine Werkzeugkiste für den Klinikalltag. **Prof. Dr. Lothar Rolke**, Wirtschaftswissenschaften, Fachhochschule Mainz

Handwerk

Storytelling als Königsweg?

Wie muss man die eigenen Botschaften medial aufbereiten? Was sind Themen und Stories, die bei den Redaktionen „ziehen“? Wie gehe ich mit meinen Themen auf die Presse zu? Was sind Themen, die zur Krise werden können?

Sina Vogt, ehem. Pressesprecherin der Uniklinik Köln, Coach und Trainerin

NEU

KongressDialog Plenumsdiskussion mit allen Referenten und Live-Interviews

KongressLounge Ganztägige Gelegenheit für persönliche Einzelgespräche mit den Referenten

Mittagspause & Fachmesse Raum für Networking mit Kollegen und fachliche Diskussion

Die besten Beispiele des Jahres 2012 im Bereich Presse, Kampagnen und Krisen

Leitung: **Rita Wilp**, Klinikom Gesundheitskommunikation GmbH *

Die beste Marketinginnovation 2012:

■ Gewinner des Award

Wir präsentieren das Gewinnerkonzept in der Kategorie "Beste Marketinginnovation"



Die besten Praxisbeispiele:

■ Loveparade – ein Disaster, auch medial?

Annette Debusmann, Leiterin Kommunikation und Marketing, Malteser St. Anna, Duisburg

■ „Fehler des Monats“: Pro und Kontra eines transparenten Fehlermanagements

Dr. Jürgen Zumbé, Ärztlicher Direktor, Klinikum Leverkusen

■ Wie Sie Ihre Position unter medialer Kritik am besten verteidigen

Dr. Pierre Saffarnia, Leiter Public Relations, Orthopädisches Spital, Speising/Wien

■ Medienkampagne „Beende Dein Schweigen – nicht Dein Leben“

Brigitte Jochum, Leiterin Marketing und Öffentlichkeitsarbeit, St. Hedwig-Kliniken, Berlin

NEU

Take Home Message Die Essenz des Tages – zusammengestellt durch die Moderatoren

Kölsche Runde Ausklang des Tages im Kongressfoyer mit kleinem Empfang



Rahmenprogramm

7:00-8:00 Uhr: Lauftreff „Brückenlauf“

Frühsport für Fitnessbegeisterte mit Lauf tour über die Kölner Rheinbrücken.

9:00 Uhr-13:00 Uhr

14:00 Uhr-18:00 Uhr

Kongressforum am Donnerstag, 8. November 2012

Interne Kommunikation & Service

in Kooperation mit:



Der demographische Wandel ist in den Krankenhäusern Deutschlands spürbar angekommen. Das Durchschnittsalter der Patienten steigt, Krankheitsbilder und Pflegesituationen gestalten sich zunehmend komplexer. Die Demographie trifft nicht nur Patienten, auch die Belegschaft in den Kliniken altert. Die Generation der Baby-Boomer kommt allmählich in das Rentenalter und was kommt danach? Dieses Spannungsfeld stellt die Verantwortlichen im Klinikmanagement vor besondere Herausforderungen.

Early Bird Begrüßungskaffee und Welcome Speech des Kongresspräsidenten

Schwerpunktthema 2012:

„Generationskonflikt in der Pflege – und die Patienten mittendrin?“

Leitung: Irene Hößl, Bundesverband Pflegemanagement, Fürth

Kulturwandel

Generationsgerechtes Führen im Krankenhaus

Von Generation 55+ zur Generation Y. **Prof. Dr. Christian Schmidt MPH**, Medizinischer Geschäftsführer, Kliniken der Stadt Köln

Berufsprofil

Pflegemitarbeitende im Spannungsfeld des wirtschaftlichen Wettbewerbs Pflegefachpersonen können im Patientenprozess zunehmend Führungs- und Steuerungsaufgaben übernehmen. Welche Anforderungen sind zu beachten: Qualitätsniveau klären, kompetenzgerechte Aufgabenverteilung, Belastungen eliminieren, Arbeitsklima beachten, patientengerechte Arbeitsorganisation. **Monika Beck**, Pflegewissenschaftlerin, MonikaBeck Analysen und Entwicklung, Buchs bei Aarau

Libero-Modell

Beschwerdemanagement und Patientenbindung: Proaktiv statt reaktiv!

Frühzeitig potentielle Probleme im Umgang mit Patienten erkennen und proaktiv eingreifen. Den Mitarbeitern dies als Entlastung für die eigene Arbeit nahebringen. Eine Mitarbeiterin, für solche Aufgaben als „Libero“ freigestellt, eng an die Geschäftsführung angebunden. Ein solches Modell wird seit geraumer Zeit mit gutem Erfolg erprobt. **Walter Schiller**, Geschäftsführer, und **Heike Schiffer**, Beschwerdemanagerin, Evang. Krankenhaus Bethesda, Mönchengladbach

KongressDialog Plenumsdiskussion mit allen Referenten und Live-Interviews

KongressLounge Ganztägige Gelegenheit für persönliche Einzelgespräche mit den Referenten

Mittagspause & Fachmesse Raum für Networking mit Kollegen und fachliche Diskussion

Die besten Konzepte und Kampagnen des Jahres 2012

Leitung: Tom Krause, Qualitätsmanagement Albertinen-Gruppe, Albertinen-Diakoniewerk, Hamburg

Die besten Praxisbeispiele:

- **Das Patientenhandbuch - Zeit für neue Wege**
Gudrun Steininger, Leitung Kommunikation und Marketing, Krankenhaus Hietzing, Wien
- **Lebensphasengerechtes Arbeiten im Pflegedienst (LAP@SKK)**
Sandra Lehnert, Stellvertretende Pflegedirektorin, Städtisches Klinikum Karlsruhe
- **Was hab' ich? Gute Kommunikation als Qualitätsmerkmal für Kliniken**
Johannes Bittner, Netzmanufaktur, Dresden
- **Patienten-Informations-Zentrum: Patientenorientierung und -zufriedenheit**

Eva Nordkämper, Leitung Patienten-Informations-Zentrum, Universitäts-Herzzentrum, Bad Krozingen

- **Teams führen und Konflikte entschärfen durch gute interne Kommunikation**
Martin von Berswordt-Wallrabe, von Berswordt-Wallrabe & Partner, Düsseldorf*
- **Beschwerdemanagement: Der tägliche Wahnsinn und Patienten und Mitarbeiter mittendrin.**
Tom Krause, Qualitätsmanagement Albertinen-Gruppe, Albertinen Diakoniewerk, Hamburg

Take Home Message Die Essenz des Tages – zusammengestellt durch die Moderatoren

Kölsche Runde Ausklang des Tages im Kongressfoyer mit kleinem Empfang



Rahmenprogramm

7:00-8:00 Uhr: Lauftreff „Brückenlauf“

Frühsport für Fitnessbegeisterte mit Lauf tour über die Kölner Rheinbrücken

9:00 Uhr-13:00 Uhr

14:00 Uhr-18:00 Uhr

Das Online-Voting „Bester Klinikfilm 2012“

Küren Sie den „Besten Klinikfilm 2012“ auf dem innovativsten Kongress Klinikmarketing, den es je gab!

Und so funktioniert es: Wir stellen Ihnen die von der KlinikAward Jury 2012 nominierten Filme auf unserer Website vor. Sie bewerten die nominierten Filme online **bis zum 25. Oktober 2012**.

Der Gewinner wird am Galaabend bekannt gegeben und stellt seinen Film am Zentralen Strategietag vor.



www.klinikaward.org

Die Kongressvideos

Auch in diesem Jahr werden wir in Zusammenarbeit mit KIK-TV professionelle und Videos während des Kongress Klinikmarketing produzieren. Auf unserer Homepage haben wir interessante Zusammenschnitte und Highlights der einzelnen Kongresstage aus dem Vorjahr zusammengestellt.

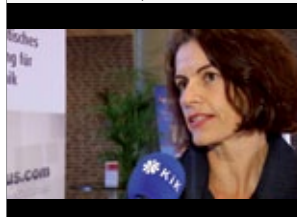


www.kongress-klinikmarketing.org/kongress-tv



KongressTV

Domenika Schneider, PDGR Chur



Montag, 21.11.2011 „Personalmarketing“

KongressTV

Dr. Ralf Michael Schmitz, Klinikum Stuttgart



Dienstag, 22.11.2011 „Best-Practice-Forum“

KongressTV

Claus Hager, Barmherzige Schwestern Linz



Mittwoch, 23.11.2011 „Social Media“

KongressTV

Dr. Elizabeth Harrison, Klinikum München



Mittwoch, 23.11.2011 „Galaabend“

KongressTV

Michael Franz, CompuGroup Medical



Donnerstag, 24.11.2011 „Erlössteigerung“

KongressTV

Prof. Dr. R. Kreienberg, Uniklinikum Ulm



Donnerstag, 24.11.2011 „Geburtshilfe“

KongressTV

Prof. Dr. Christof Sohn, Uniklinik Heidelberg



Freitag, 25.11.2011 „Leitende Ärzte“

KongressTV

Winfried Behler, St. Franziskus Stiftung



Freitag, 25.11.2011 „Interne Kommunikation“

Ihre Anmeldung in drei Schritten ☒ ☒ ☒

☒ Bitte ein Kongressforum pro Tag wählen

Montag, 05.11.2012 • Kongressforen

- ☐ Zuweiser-
marketing &
Vernetzung
- ☐ Personal-
marketing &
Recruiting
- ☐ Marketing
für Senioren-
einrichtungen
- ☐ Abendprogramm

Dienstag, 06.11.2012 • Kongressforen

- ☐ Social Media,
Web & Film
- ☐ Selektive
Erlösopti-
mierung
- ☐ Marketing für
Rehakliniken
- ☐ Klinik-
fundraising
- ☐ Erfolgswerk-
zeuge für lei-
tende Ärzte
- ☐ Galaabend mit KlinikAward-Verleihung (begrenzte Plätze)

Mittwoch, 07.11.2012 • Zentraler Strategietag

- ☐ Marktstrategien, Markenführung, Internationale Experten (für ML und GF)
- ☐ Ich möchte kostenlos den Zugang zur Klinik-App erhalten
- ☐ Abendprogramm

Donnerstag, 08.11.2012 • Kongressforen

- ☐ Presse, Kampagnen
& Krisen
- ☐ Interne Kommunikation & Service
(insb. für PDL)

Die Rabattstaffel*

1. Tagesticket	590 Euro
2. Tagesticket	540 Euro
3. Tagesticket	490 Euro
4. Tagesticket	440 Euro
Jedes weitere Ticket	390 Euro

Garantie: Günstigster Preis

Wir berücksichtigen vorangegangene Anmeldungen aus Ihrer Klinik: Alle Teilnehmer aus einer Klinik werden zusammengerechnet und erhalten automatisch den richtigen Rabatt.

Großkundenrabatt

Sie möchten mehr als zehn Tagestickets für Ihre Klinikgruppe buchen? Fordern Sie hier Ihr Großkundenangebot an: kongress@rotthaus.com

*20 % Aufschlag für Nicht-Kliniken (siehe Allgemeine Kongressbedingungen). Alle Preise zzgl. MwSt.

Ich möchte kostenlos ...

- ☐ den Check zur Arbeitgeberattraktivität unserer Internetpräsenz erhalten
- ☐ den Check zur Sichtbarkeit unserer Homepage erhalten

☒ Bitte Ihre Daten angeben

Klinik

Fax

Vor- und Nachname

E-Mail

Funktion

☐ Vegetarische Verpflegung gewünscht.

Straße, Hausnummer

Wie sind Sie auf uns aufmerksam geworden?

PLZ, Ort

☐ Über das Internet:

Rechnungsadresse (NUR wenn abweichend)

☐ Über persönliche(n) Empfehlung/Kontakt:

Telefon Büro

☐ Über Presse/Anzeigen/Werbematerial:

Telefon mobil

Datum, Unterschrift (Die Allg. Kongressbedingungen werden akzeptiert.)

☒ Bitte dieses Formular zurücksenden

per Telefax an +49-221-430 919-10

per E-Mail an kongress@rotthaus.com

Ich stimme der Weitergabe meiner E-Mail-Adresse und Telefonnummer an die Teilnehmer des Kongress zur Verbesserung des Networking zu:

☐ Ja ☐ Nein

rotthaus.com

Strategien für den Gesundheitsmarkt

Führender Anbieter für Klinikmarketing · Initiator des Kongress Klinikmarketing, des KlinikAward und der KlinikAkademie · rotthaus medical gmbh · Franzstr. 75 · D-50935 Köln · Telefon +49-221-430919-0 · Telefax +49-221-430919-10 · www.klinikerfolg.org · info@rotthaus.com

Mobilitätspartner: **DB BAHN**

Die Sonderkonditionen (max. 99 Euro innerhalb Deutschlands) finden Sie unter: www.kongress-klinikmarketing.org/anreise

Der Veranstalter

r rotthaus.com
Strategien für den Gesundheitsmarkt

www.klinikerfolg.org

Kongress
Klinik
Marketing
2012

rotthaus medical GmbH
Franzstraße 75
D-50935 Köln
Tel: +49-221-430 919-0

Bei Fragen zum Kongress:
Julia Kanthak
Durchwahl -26
kongress@rotthaus.com

Bei Fragen zum Sponsoring:
Alexander Lehmann
Durchwahl -14
kongresspartner@rotthaus.com

Der Kongressort (5. - 8.11.12):
Maternushaus
Kardinal-Frings-Str. 1-3
50668 Köln

Die Allgemeinen Kongressbedingungen

1. Mit der Einsendung des von Ihnen ausgefüllten und unterschriebenen Anmeldeformulars bieten Sie dem Veranstalter rotthaus medical GmbH (rotthaus.com) schriftlich den Abschluss eines Vertrages an und akzeptieren damit gleichzeitig diese Allgemeinen Kongressbedingungen. Nach Eingang der Anmeldung erhalten Sie eine Anmeldebestätigung/Rechnung. Mit Absendung dieser Anmeldebestätigung/Rechnung nimmt der Veranstalter Ihr Vertragsangebot an. Die Teilnehmerzahl bei den einzelnen Veranstaltungen ist begrenzt. Die Buchung erfolgt in der Reihenfolge des Anmeldungseingangs.
2. Der Tagungsbeitrag versteht sich inkl. Verpflegung und Teilnahmeunterlagen. Nicht enthalten sind Übernachtung, zusätzliche Getränke bei Mittagessen, Essen und Getränke bei den Abendveranstaltungen, Parkgebühren etc. Kosten für gebuchte Leistungen, die nicht in Anspruch genommen werden, werden nicht erstattet.
3. Mit der Anmeldung erteilen Sie rotthaus.com die unwiderrufliche Erlaubnis, Sie während der Veranstaltungen des Kongresses zu fotografieren bzw. zu filmen und diese Tonaufnahmen, Fotos bzw. Filme in der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für diesen und folgende Kongresse sowie für rotthaus.com in jeglicher Form unentgeltlich zu verwenden sowie Dritte zur Nutzung dieser Medien zu ermächtigen. Die Namen der Teilnehmer werden in einer Teilnehmerliste, auch online, veröffentlicht. Mit Ihrer Anmeldung erkennen Sie das Urheberrecht der Referenten an den von ihnen erstellten Präsentationen und Unterlagen an. Eine Vervielfältigung und/oder Verbreitung der Präsentationen und Unterlagen in jeglicher Form muss vorher genehmigt werden. Tonaufnahmen, Fotos und Filmaufnahmen dürfen Sie auf dem Kongress nur für private Nutzungszwecke machen. Sie dürfen diese nur mit vorheriger Genehmigung von rotthaus.com an Dritte weitergeben, insbesondere durch Einstellung und Verbreitung über das Internet oder in Social Media wie Facebook.
4. Die Höhe des Tagungsbeitrages ergibt sich aus dem Anmeldeformular. **Alle Preisangaben zzgl. MwSt.** Der Tagungsbeitrag ist bei Anmeldung fällig. Teilnehmer, die nicht Mitarbeiter von Kliniken, Krankenhäusern, MVZ oder Arzthäusern sind, zahlen einen Aufschlag von 20% auf den im Anmeldeformular angegebenen Preis. Ein Rücktritt von der Buchung muss schriftlich erklärt werden; maßgeblich ist das Datum des Eingangs der Rücktrittserklärung bei dem Veranstalter. Im Falle des Rücktritts entstehen folgende Kosten:
 - Bei Rücktritt vor dem 15.8.2012 sind 50% des Tagungsbeitrages,
 - bei Rücktritt am oder nach dem 15.8.2012, bei Nichterscheinen oder bei höherer Gewalt ist der gesamte Teilnahmebeitrag zu zahlen. Sie können jederzeit einen Ersatzteilnehmer aus Ihrer Klinik für diesen Kongress benennen.
5. Die im Rahmen der Apple-Aktion (2. bis 30. April 2012) gebuchten Tickets sind nicht auf Rabattstaffeln anwendbar.
6. Änderungen des Programms wie Änderung von Referenten oder Absage des Kongresses bei zu geringer Nachfrage behalten wir uns vor. Bei Absage des Kongresses erstattet rotthaus.com den bereits geleisteten Tagungsbeitrag. Die Haftung des Veranstalters ist in jedem Fall auf die Höhe des Tagungsbeitrags begrenzt.
7. Soweit es sich nicht um wesentliche Pflichten aus dem Vertragsverhältnis handelt, haftet rotthaus.com für sich und seine Erfüllungsgehilfen nur für Schäden, die nachweislich auf einer vorsätzlichen oder grob fahrlässigen Pflichtverletzung im Rahmen des Vertragsverhältnisses beruhen und noch als typische Schäden im Rahmen des Vorhersehbaren liegen. Sie beteiligen sich als Teilnehmer an dem Kongress auf eigene Gefahr. Es gilt das materielle Recht der Bundesrepublik Deutschland. Gerichtsstand für alle Streitigkeiten aus der Teilnahme des Kongresses ist Köln, soweit der Vertragspartner Kaufmann, juristische Person des öffentlichen Rechts oder öffentlich-rechtliches Sondervermögen ist oder keinen allgemeinen Gerichtsstand in Deutschland hat. Die Unwirksamkeit einer der vorstehenden Bedingungen berührt die Wirksamkeit der übrigen Bedingungen nicht.

Allgemeine Teilnahmebedingungen zum Erhalt der „Klinik-App“

1. Mit der Anforderung der Klinik-App erhalten Sie einen Produktcode für die Freischaltung der Klinik-App von der Siemens AG - Siemens Deutschland.
2. Lieferung des Produkt-Codes: Der Code zur Freischaltung der Klinik-App wird schnellstmöglich nach Zahlung der Teilnahmegebühren per E-Mail an den Kongressteilnehmer versendet. Zur Bereitstellung eines Produkt-Codes stellt der Veranstalter der Firma Siemens AG folgende Daten des Kongressteilnehmers zur Verfügung: Name, Firma/Klinik, die E-Mail-Adresse. Der Teilnehmer erklärt sich ausdrücklich damit einverstanden, dass die Siemens AG die Daten speichert. Es steht dem Teilnehmer jederzeit frei, per Widerruf die Einwilligung in die Speicherung aufzuheben. In Hinblick auf die registrierten Daten der Teilnehmer verpflichtet sich die Siemens AG, die datenschutz- und medienrechtlichen Bestimmungen einzuhalten. Insbesondere werden die Daten vertraulich behandelt. Erhobene Daten werden innerhalb der Unternehmensgruppe sowie von Kooperationspartnern zu Marktforschungs-, Marketing- und Werbezwecken genutzt.
3. Garantie: Die rotthaus medical GmbH bietet keine Garantie für das im Rahmen der Aktion erworbene Produkt.
4. Aktualität: Die rotthaus medical GmbH behält sich ferner das Recht vor, diese Teilnahmebedingungen auch unangekündigt zu ändern. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

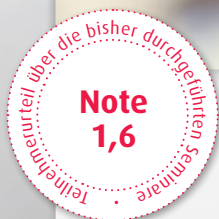
Allgemeine Teilnahmebedingungen zur Aktion "Arbeitgeber-Attraktivitäts-Check" und "Visibility-Check"

1. Mit der Anforderung der Checks fordern Sie kostenlose Dienstleistungen des Unternehmens KÖHN & KOLLEGEN GmbH bzw. antwerpes ag an. Zu diesem Zwecke leiten wir Ihre Kontaktdaten an das genannte Unternehmen weiter.
2. Ab dem Zeitpunkt der Datenübermittlung Ihrer Daten übernimmt die rotthaus medical GmbH keine weitere Haftung für die Erbringung der angebotenen Dienstleistung. Dies betrifft die Erbringung sowie den Umfang der Dienstleistung, wie daraus resultierende rechtliche Forderungen Dritter. Mit der Anforderung des Checks auf Arbeitgeberattraktivität bzw. Visibility mittels dieses Formulars entsteht kein rechtsverbindlicher Vertrag zur Dienstleistungserbringung.

Weitere interessante Veranstaltungen

KlinikAkademie

Das Know-how für Ihren **Klinikerfolg**



Seminare und Workshops für Geschäftsführung, Marketing und PR, leitende Ärzte und Verwaltung in Kliniken und Krankenhäusern

Die **KlinikAkademie** hat den Anspruch, Ihnen Fortbildungen anzubieten, die höchsten Ansprüchen genügen. Alle Veranstaltungen sind auf die Themen der Zeit, aktuelle Fragestellungen und verschiedene Berufsgruppen innerhalb einer Klinik zugeschnitten.



KlinikAkademie-Zertifikat

Wählen Sie eine fundierte Fortbildung und weisen Sie sich zukünftig als zertifizierte Expertin bzw. Experte aus!

Unsere Programme für Ihre Weiterbildung:

- Zuweisermarketing-Experte für den Gesundheitsmarkt
- Marketingstrategie-Experte für den Gesundheitsmarkt
- Personalmarketing-Experte für den Gesundheitsmarkt
- PR-Experte für den Gesundheitsmarkt

Alle Informationen finden Sie im Internet unter:

www.klinikakademie.org/zertifizierung

Swiss Forum Klinikmarketing 2013

Strategisches Marketing für Geschäftsführung, Marketing und PR, leitende Ärzte, Pflege und Verwaltung in Spitälern.

Auch für Schweizer Kollegen bieten wir einen Kongress mit maßgeschneiderten Themen an. Denn die individuellen Rahmenbedingungen in der Schweiz erfordern eine spezielle Marketingstrategie.

Merken Sie sich diesen Termin vor: **11. - 12. März 2013 in Zürich**

4. Swiss Forum

**Klinik
+ Marketing
2013**

www.klinikerfolg.org/swissforum.aspx

Austria Forum Klinikmarketing 2013

Strategisches Marketing für Geschäftsführung, Marketing und PR, leitende Ärzte, Pflege und Verwaltung in Kliniken und Krankenhäusern.

Stetig steigt der Wettbewerbsdruck auch für Kliniken in Österreich. Um die optimale Belegung gewährleisten zu können, wird die erfolgreiche Positionierung am Markt zunehmend relevant.

Merken Sie sich diesen Termin vor: **13. - 14. Mai 2013 in Wien**

3. Austria Forum

**Klinik
= Marketing
2013**

www.klinikerfolg.org/austriaforum.aspx

Der Veranstalter

rotthaus.com ist führend im Klinikmarketing mit direkten Kundenkontakten zu über 900 Akut- und Rehakliniken in Deutschland, Österreich und der Schweiz.

Unser Schwerpunkt liegt in der strategischen Beratung sowie der Entwicklung integrierter Marketingkonzepte für Kliniken sowie dem Aufbau des Zuweiser- und Personalmarketings.

Ansprechpartner:

Kongressorganisation: Julia Kanthak, Durchwahl -26
kongress@rotthaus.com

Kongresssponsoring: Alexander Lehmann, Durchwahl -14
kongresspartner@rotthaus.com

www.klinikerfolg.org



rotthaus medical gmbh
Franzstraße 75
D-50935 Köln
Tel: +49-221-430 919-0

rotthaus.com
Strategien für den Gesundheitsmarkt

Unsere Kooperationspartner



BDPK
Bundesverband
Deutscher Privatkliniken e.V.



Bundesverband Pflegemanagement



Bundesverband privater
Anbieter sozialer Dienste e.V.



DVKC Deutscher Verein für
Krankenhaus-Controlling e.V.



Deutsche Gesellschaft für
Gynäkologie und Geburtshilfe e. V.



Centrum für
Krankenhausmanagement



Kooperation für Transparenz und
Qualität im Gesundheitswesen



Verband der Krankenhaus-
direktoren Deutschlands e.V.

Unsere Sponsoren und Firmenpartner



adCONVERSE



Alto Products



Zufriedenheit analysieren: für messbar mehr Erfolg
anaQuestra
Zufriedenheitsanalysen



antwerpes



Baby Smile Fotografie



Health Connectivity Services
CompuGroup Medical
Deutschland



Rechtsanwälte Steuerberater
C/M'S Hasche Sigle
Rechtsanwälte Steuerberater



COMPAREX



Das Chefarzt-Portal



Deutsche Post
Dialog Marketing



Leonardoreticulum



effective Webwork



Great Place to Work



Klinik Info Kanal - Wohlfühl-
Fernsehen für Patienten



KlinikRente
Versorgungswerk



klinikfinder.de



Klinikum Ingolstadt



KÖHN & KOLLEGEN



medirekt plus



Deutscher Verlag für
Gesundheitsinformation



Medtronic



Personalberatung Silvia Dobrindt



public one



CRM Full Service Provider
Sensix
CRM Full Service Provider



Siemens