

Netzwerk für Öffentlichkeitsarbeit im Krankenhaus ermöglicht professionellen Gedankenaustausch

Marketing, Öffentlichkeitsarbeit und Werbung sind Themen, die für das Krankenhaus-Management nicht zuletzt wegen der zunehmenden Wettbewerbssituation immer wichtiger geworden sind.

In der Zeit des zunehmenden Wettbewerbs und dem intensiven Kostendruck, dem sich die Kliniken ausgesetzt sehen, haben viele Einrichtungen längst die Bedeutung von Öffentlichkeitsarbeit und auch Werbung für ihre Kliniken im Rahmen der rechtlichen und ethischen Möglichkeiten erkannt.

Viele Klinikbetreiber haben inzwischen eigens Mitarbeiter oder auch Teams damit betraut, sich dieses für den Krankenhausbereich immer noch zu wenig beachteten Thema anzunehmen.

Auch die Bayerische Krankenhausgesellschaft (BKG) ist als Verband der Krankenhausträger von Printmedien wie auch von Rundfunk und Fernsehen ein gefragter Gesprächspartner, um Statements zu aktuellen Themen zu liefern oder im Hintergrund fachliche Aufklärungsarbeit und Informationen für Journalisten und Redaktionen zu liefern.

Krankenhausträger und ihre Einrichtungen stehen mehr denn je im öffentlichen Interesse. Die wirtschaftliche Situation der Krankenhäuser ist ebenso in den Focus der Medien und der Bevölkerung gerückt wie das Angebot und die Qualität der dort erbrachten medizinischen und sonstigen Leistungen.

Zeitgleich kämpfen Kliniken verstärkt mit unterschiedlichsten Problemen im Bereich Öffentlichkeitsarbeit und Marketing sowie mit dem Werberecht wie z. B. die Wahrnehmung der Leistungsvielfalt einer Einrichtung oder die speziellen rechtlichen Einschränkungen als Dienstleister in der Gesundheitsbranche.

Dass die neue Wettbewerbssituation unter den Kliniken nicht gleichzeitig zum „kalten Krieg“ führen muss und man sich untereinander nicht mehr austauschen würde, mag für branchenfremde Beobachter vielleicht etwas ungewöhnlich erscheinen.

Trotz vermeintlichen Konkurrenzdenkens haben sich nun unter Federführung der BKG bereits etwa 70 Verantwortliche im Bereich Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie Krankenhaus-Marketing aus über 100 Kliniken zu einem Netzwerk für Öffentlichkeitsarbeit im Krankenhaus zusammengeschlossen.

Dipl. oec. Eduard Fuchshuber, Leiter der Stabsstelle für Politik und Öffentlichkeitsarbeit und verantwortlich für das neu gegründete Netzwerk kann dabei auf Pressesprecher und Verantwortliche im Bereich Öffentlichkeitsarbeit aus allen Teilen Bayerns, von Kliniken sämtlicher Versorgungsstufen, angefangen vom kleinen ländlichen Krankenhaus bis hin zu den Universitätskliniken und ebenso von öffentlichen, frei-gemeinnützigen und privaten Trägern gleichermaßen zurückgreifen.

Damit spiegelt das Netzwerk einen repräsentativen Querschnitt der bayerischen Krankenhauslandschaft wider.

Dem Wunsch nach einem intensiven Informations- und Gedankenaustausch zwischen den Öffentlichkeitsarbeitern soll bei regelmäßigen Treffen sowie über ein Online-Forum im Mitgliederbereich der BKG-Homepage Rechnung getragen werden.

Beim Gründungstreffen am 26. April 2006 in München stand neben dem Kennenlernen auch eine erste fachliche Diskussion im Mittelpunkt. Einen Gastvortrag zum Krankenhaus-Marketing hielt Dr. Alexander G. Mayer, Autor des Fachbuches "Marktorientierung im Krankenhaus der Zukunft" sowie der Studie "Marktorientierung deutscher Krankenhäuser – Wie Kliniken ihre Wettbewerbschancen nutzen".

Auf Wunsch der Teilnehmer war die zweite Sitzung bereits für den 6. Juli 2006 terminiert worden. Im Krankenhaus Barmherzige Brüder in Regensburg wurden die im April andiskutierten Themen wie z. B. Marketingmedien und -budgets vertieft. Besonders wertvoll war den aus ganz Bayern Angereisten der Dialog und Austausch über weniger seriöse Anbieter von Klinikverzeichnissen und Medienprodukten.

Gegen Ende 2006 traf man sich am 15. November im Klinikum Nürnberg zum dritten Mal innerhalb eines Jahres.

Nachdem in den beiden vorausgegangenen Treffen der Wunsch nach Kommunikation und Diskussion sehr ausgeprägt war, wurde das Treffen zu einer Ganztagesveranstaltung ausgedehnt. Nach einer ausführlichen Präsentation des Gastgebers, Pressesprecher Peter Petrich, über sein Haus und seine professionelle Öffentlichkeits- und PR-Arbeit war ein Impulsreferat zum Thema "Patientenorientiertes Marketing und Kommunikation" von Ulrike Goßmann von der Agentur go-connecting Ausgangspunkt eines intensiven Erfahrungsaustausches.

Das Netzwerk, das selbstverständlich im Rahmen der BKG-Mitgliedschaft kostenlos ist, wird sich im März 2007 zur nächsten Veranstaltung treffen. Dann möchte man neben professionellen Impulsvorträgen vor allem den Austausch von Ideen und Lösungsansätzen bei Problemen in den Vordergrund stellen. Als weitere Themen sind u. a. die zielgruppenorientierte Krankenhaushomepage sowie das Werberecht für Kliniken, die Kooperation mit Printmedien, Rundfunk und Fernsehen, Einweisermarketing und auch z. B. Krisen-PR geplant.

Nähere Informationen erhalten Interessierte bei
Eduard Fuchshuber, Leiter der Stabsstelle für Politik und Öffentlichkeitsarbeit
bei der Bayerischen Krankenhausgesellschaft,
Radlsteg 1, 80331 München,
E-Mail: stabsstelle@bkg-online.de, Tel.: 089 290830-0.



Unsere Fotos zeigen die Expertenrunde
bei ihrem Treffen im November 2006 im Klinikum Nürnberg.

Bayerische Krankenhausgesellschaft

Eduard Fuchshuber

Leiter der Stabsstelle für Politik und Öffentlichkeitsarbeit

Radlsteg 1

80331 München

E-Mail: stabsstelle@bkg-online.de

Tel.: 089 290830-0