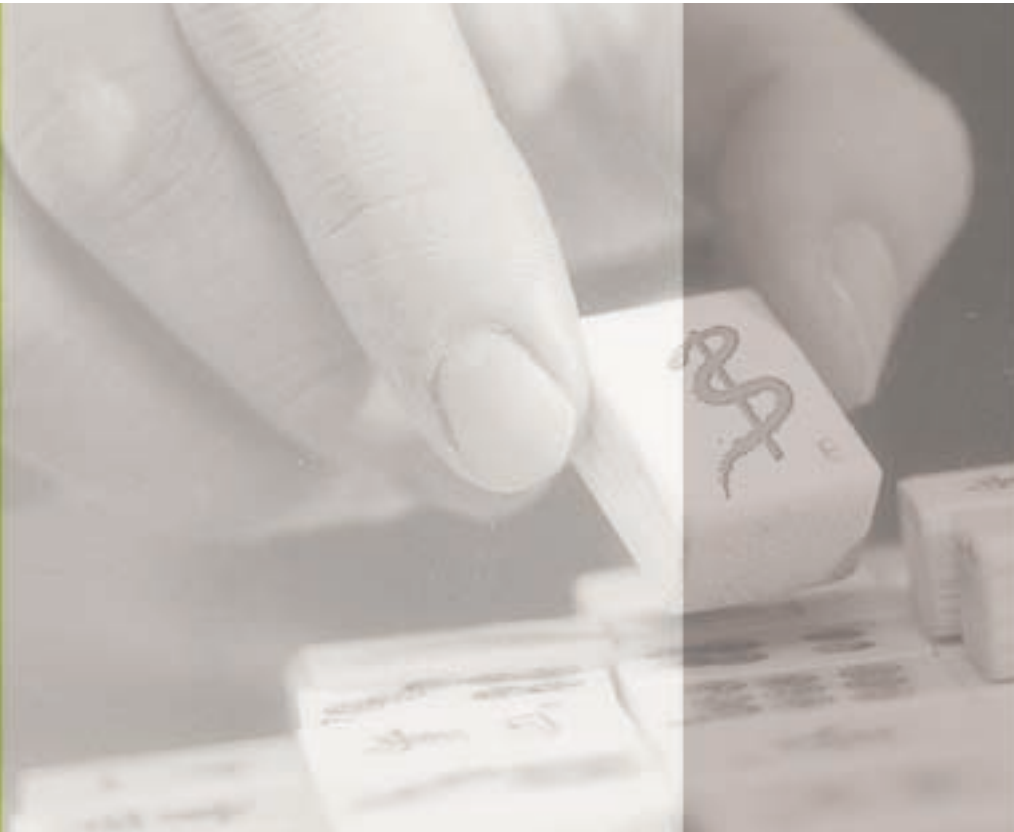


Die Zukunftsfähigkeit sichern

Marketing- und Kommunikationsdienstleistungen für Kliniken



more virtual agency

Wir sind als Dienstleister in den Bereichen Kommunikation, Marketing und IT tätig und bieten unseren Kunden schwerpunktmäßig folgende Leistungen an:

- Strategie- und Marketingberatung
- Konzeption von Außendarstellung und interner Kommunikation
- Umsetzung von Kommunikationskonzepten mit traditionellen und digitalen Medien

In unseren Arbeitsschwerpunkten werden wir durch starke hausinterne Abteilungen wie more research oder more digital unterstützt. Dadurch, dass diese auch direkt für Kunden tätig werden können, wird unser Leistungsspektrum um Bereiche wie Marktforschung oder Programmierung erweitert.

Mit starken Wurzeln in vielen Branchen sowie Bereichen der öffentlichen Hand sind wir auch im Gesundheitssektor tätig - einem Markt, der durch seine besondere Beschaffenheit auch besondere Vorgehensweisen erfordert.



Der Krankenhausmarkt: Herausforderungen

Aufgrund der starken Veränderungen im Gesundheitswesen müssen Krankenhäuser heute zunehmend wettbewerbsorientiert agieren. Einige besonders bedeutende Entwicklungen und Tendenzen sind:

- Die pauschalierte Vergütung von Krankenhausleistungen über das ab 2004 verbindliche DRG -System erhöht das Kostenrisiko der Häuser.
 - Bezogen auf Mittel, die von Länderseite gewährt werden, ist - wie allgemein für Mittel von Seiten der öffentlichen Hand - eine Verschärfung der Vergabesituation zu erwarten.
 - Durch ständig verbesserte Verfahrensstandards (neue Techniken, Apparate etc.), generell steigende Kosten (Personal, Infrastruktur etc.) und die im Verhältnis unterproportional wachsenden Deckungsbeiträge der Kostenträger wird sich der Kostendruck auf Krankenhäuser weiter verstärken.
 - Durch Konsolidierungen und Kooperationen kommt es zu Konzentrationsprozessen und zu einer Verschärfung des Wettbewerbs.
- Gleichzeitig drängen neue Wettbewerber in den Krankenhausmarkt - beispielsweise Krankenhausketten oder ausländische Anbieter von Versorgungsleistungen.

In diesem dynamischen Umfeld sind Krankenhäuser in ihrer Finanzierung weiterhin an relativ starre Budgets und öffentliche Fördermittel gebunden. Dadurch ist es schwierig für sie, ausreichend flexibel auf Veränderungen zu reagieren - beispielsweise mit dem Aufbau neuer Fachabteilungen. Liquiditätsengpässe und schlimmstenfalls Schließung sind mögliche Folgen dieser Situation.



Der Krankenhausmarkt: Chancen

Unter anderem lassen sich demgemäß folgende Erfolgsfaktoren für ein mittel- und langfristiges Bestehen von Krankenhäusern am Markt herausarbeiten:

- Positionierung und Leistungsspektrum: Krankenhäuser müssen unter Wettbewerbsbedingungen ihre Patienten halten bzw. "attraktive Patienten" hinzu gewinnen. Die Häuser müssen die Bedürfnisse ihrer Bezugsgruppen (Patienten, Einweiser etc.) durch ein geeignetes und eigenständiges Leistungsspektrum bedienen und dies glaubhaft und transparent nach außen kommunizieren.
- Kostenmanagement: Krankenhäuser sind weiterhin gezwungen, ihre Kostensituation genau zu kalkulieren und aktiv zu kontrollieren. Besonders die Finanzierung zusätzlicher Serviceleistungen für Patienten wird damit zu einer wichtigen Herausforderung.
- Umgang mit Kostenträgern: Nur über den Nachweis der Bedarfsdeckung können Krankenhäuser ihre Finanzierung sichern. Dies ist am ehesten durch die Demonstration eines einzigartigen oder herausragenden Leistungsangebotes und proaktives Denken und Handeln im Sinne der Kostenträger zu realisieren.

Auf dieser Grundlage können Krankenhäuser eine solide Basis-Absicherung durch die Kostenträger erreichen und darüber hinaus durch die Gewinnung neuer Patienten, die Erschließung neuer Geschäftsfelder und das Angebot zusätzliche Leistungen frei verfügbare Gelder erwirtschaften. Damit erlangen sie die finanzielle Unabhängigkeit, die für ein erfolgreiches Navigieren im Krankenhausmarkt von morgen wichtig ist.

Wir unterstützen Krankenhäuser in diesen erfolgskritischen Bereichen u.a. durch:

- die Analyse und Evaluation der aktuellen Position im Bezugsmarkt
- die Entwicklung einer stimmigen Positionierung
- den Aufbau einer Kommunikationsstrategie und die Ableitung effizienter Maßnahmen
- deren Realisierung und praktische Umsetzung
- innovative Ideen zur Erschließung neuer Geschäftsfelder
- innovative Konzepte zur Finanzierung patienten-orientierter Serviceleistungen



Leistungsmodule zu Ihrer Unterstützung

Viele Krankenhäuser haben auf die veränderte Situation im Gesundheitswesen bereits mit unterschiedlichsten Maßnahmen reagiert. Die dadurch gegebene Ausgangsposition sowie die individuelle Budgetsituation jedes einzelnen Hauses machen deutlich, dass es keine allgemeingültige "Best Practice" für Krankenhausmarketing geben kann.

Wir unterstützen daher unsere Kunden vor dem Hintergrund ganzheitlichen Denkens durch ein modulares Leistungsspektrum das von Beratung bis hin zur konkreten Erstellung einzelzielorientierter Maßnahmen reicht und den individuellen Zuschnitt auf die Bedürfnisse jedes Hauses erlaubt.

Wir strukturieren unsere Leistungen für Krankenhäuser in 3 Hauptbereiche:

Marktmonitoring

Die Gestaltung leistungsbezogener und kommunikativer Maßnahmen läßt sich nur dann zielgerichtet vornehmen und überprüfen, wenn Informationen über das regionale Marktgeschehen vorliegen. Die Analyse von Bezugsgruppen und Konkurrenzaktivitäten sollte im Idealfall kontinuierlich

vorgenommen werden, um Veränderungen rechtzeitig zu registrieren und reagieren zu können. Gut geplant und vernetzt lassen sich jedoch auch die Ergebnisse weniger kleinerer Aktivitäten zu einem brauchbaren Bild zusammensetzen. Wir beraten Sie gerne, wie Sie hierbei möglichst ökonomisch und effizient vorgehen können.

Positionierung und Geschäftsfelder

Wir unterstützen Krankenhäuser bei der Erarbeitung einer stimmigen Positionierung und der Erschließung neuer Geschäftsfelder. Neben Kernkompetenzen im Bereich der medizinischen Versorgung werden in Zukunft auch zusätzliche Leistungen - etwa Services für Patienten in den Bereichen Information und Unterhaltung - für die Alleinstellung von Krankenhäusern an Bedeutung gewinnen. Wir denken nicht nur über solche Services nach, sondern suchen auch mit Ihnen zusammen nach innovativen Lösungen für deren Finanzierung.



Kommunikation

Das gesamte Leistungsspektrum eines Krankenhauses kann nur dann seine volle Wirkung im Markt entfalten, wenn es entsprechend kommuniziert wird. Wir erschließen für Sie das enorme Potential, das digitale Medien und insbesondere das Internet in diesem Zusammenhang aufweisen. Hier lassen sich zentral einzelne Bezugsgruppen über gesonderte Schnittstellen ansprechen, ein interaktiver Austausch mit Patienten gestalten, Sponsoring - Konzepte realisieren und vieles mehr.

Auch die traditionellen Medien bieten enorme Möglichkeiten: Leitbild und CD als handlungsleitender Rahmen, eine Krankenhausbroschüre als "Souvenir" für Patienten oder Seminare für die Mitarbeiter von Krankenkassen sind Beispiele für Maßnahmen aus diesem Bereich.

Darüber hinaus können wir Sie mit einer Fülle von Einzelleistungen unterstützen, seien es Mitarbeiterschulungen zu den von uns bearbeiteten Themen oder die Anbindung Ihrer Patientendatenbank an das Intranet. Genaueres läßt sich unserer Erfahrung nach am besten in einem persönlichen Gespräch klären.



Kontakt

Sollten Sie Interesse an unseren Leistungen oder an weiterführenden Informationen haben, können Sie auf folgenden Wegen Kontakt zu uns aufnehmen:

more virtual agency

Kommunikations- und Technologieberatung

Peter Scharpfenecker

Geschäftsleitung / more virtual agency

PAS@virtual-agency.com

Ludger Nienhaus

Leitung / more research

LN@virtual-agency.com

ardtstrasse 20 - 53113 bonn

fon 0228 . 24.336.0

fax 0228 . 24.336.299

info@virtual-agency.com

