

2010

5

# das Krankenhaus

Erfolgsfaktor Informationstechnologie

Ä



Bild ↓

Ende

Qualität, Transparenz und Patientenbindung im digitalen Zeitalter

## Bundeskanzlerin Angela Merkel: Zukunftsmarkt Gesundheitswesen

Editorial: Leitschnur ist der Patient

Entscheidungsverhalten bei der Krankenhauswahl

Krankenhausmarketing im Web 2.0

Benchmarking deutscher Krankenhausapotheken

im Krankheitsfall werden nachrichtlich nachgewiesen. Begründet durch diese Abgrenzung weichen die Gesundheitsausgaben in der Gesundheitsausgabenrechnung von den Ausgaben der einzelnen Sozialversicherungsträger, insbesondere der GKV, ab. Detaillierte Informationen und lange Zeitreihen zu den Gesundheitsausgaben sind kostenfrei in der GENESIS-Online-Datenbank über die Tabellen zur Gesundheitsausgabenrechnung abrufbar. Diese und viele weitere gesundheitsbezogene Daten finden sich auch unter der Adresse [www.gbe-bund.de](http://www.gbe-bund.de).

### **Johanniter: Neuer Kurs für Mediziner aus Nicht-EU-Staaten**

Seit 1996 führt die Johanniter-Unfall-Hilfe Weimar Qualifizierungsmaßnahmen für Mediziner aus Nicht-EU-Staaten durch und leistet damit eine wichtige Arbeit für die berufliche und gesellschaftliche Integration von Übersiedlern aus den ehemaligen GUS-Staaten und Einwanderern aus anderen Staaten. Die Maßnahmen sind auch angesichts des drohenden Ärztemangels in Thüringen von Bedeutung. Die Kurse dienen dazu, die theoretischen und praktischen Kenntnisse der in ihren Heimatländern oft berufserfahrenen Ärzte dem hiesigen Standard anzupassen und sie damit auf die Gleichwertigkeitsprüfung vor der Landesärztekammer vorzubereiten. Ohne diese Prüfung dürfen die Betroffenen nicht in Deutschland als Mediziner arbeiten und/oder sich in einer eigenen Praxis niederlassen.

Der Kurs „Anpassungsjahr für Mediziner aus Nicht-EU-Staaten“ findet in Weimar statt, dauert 18 Monate und wird aus dem Europäischen Sozialfonds finanziert. Die Teilnehmer werden in deutscher Fachsprache, Grundlagen der Inneren Medizin, Chirurgie, Notfallmedizin und allgemeinen Grundlagen der deutschen Medizin unterrichtet und mit deutschen Standards im Gesundheitswesen vertraut gemacht. Die Johanniter vermitteln den Teilnehmern außerdem Praktikumsplätze in einer wohnortnahen Klinik und ermöglichen damit praxisnahe Einblicke und eine fundierte

Ausbildung in den Fachgebieten der Inneren Medizin und der Chirurgie.

Eine Voraussetzung für die Teilnahme am Anpassungsjahr ist ein Deutschsprachkurs und die bestandene Sprachkundigenprüfung B1. Der für den Erhalt einer Berufserlaubnis notwendige B2-Abschluss wird im Anpassungsjahr vorbereitet und durchgeführt.

Im November 2010 soll die nächste Anpassungsqualifizierung für Mediziner aus Nicht-EU-Staaten beginnen. Dafür laufen derzeit bereits Gespräche mit potenziellen Teilnehmern, denen sich mit diesem Bildungsangebot eine Chance auf eine berufliche Zukunft in Deutschland bietet. Interessenten können sich an den Projektleiter, Herrn Michael, Telefon 0 36 43/4 78 88-14, oder an die Projektkoordinatorin, Frau Schirmer, Telefon 0 36 43/4 78 88-33, wenden. Unter [www.johanniter.de/mittelthueringen](http://www.johanniter.de/mittelthueringen) sind weitere Informationen erhältlich.

### **Fachgesellschaft für Klinikmarketing gegründet**

Regelmäßige Publikationen in einschlägigen Magazinen verdeutlichen, dass dem Thema Marketing in den deutschen Kliniken seit einigen Jahren eine immer höhere Bedeutung beigemessen wird. Die Erkenntnis, dass eine marktorientierte Unternehmensführung mehr ist als bloße Werbung mit Broschüren und Webseiten, muss jedoch eine professionelle Umsetzung nach sich ziehen, die alle Aspekte des marktorientierten Beziehungsmanagements abdeckt und die Anspruchsgruppen in den Mittelpunkt des Handelns stellt.

Um diesen Ansprüchen gerecht zu werden, muss Marketing in ein Gesamtkonzept eingebunden werden, das alle relevanten Faktoren berücksichtigt. Dazu gehören unter anderem die Sicherung bzw. Schaffung personeller Kompetenzen im Marketingbereich, die Einführung von Instrumenten zur erfolgreichen Einweiserbindung, die Verbesserung der internen Kommunikation, ein Konzept zum Umgang mit kostenpflichtigen Internetseiten für Krankenhäuser und auch der sinnvolle Einsatz der neuen Medien.

Um die Professionalisierung von Marketing in Krankenhäusern voran zu bringen, haben sich Experten des Krankenhausmarketings, Geschäftsführer, führende Wirtschaftswissenschaftler sowie einige Organisationen aus dem Gesundheitswesen innerhalb einer Fachgesellschaft für Krankenhausmarketing im ganzheitlichen Sinne einer marktorientierten Unternehmensführung zusammengeschlossen. Die Gesellschaft für marktorientierte Unternehmensführung im Krankenhaus wird im Juni 2010 formell gegründet. Interessierte Praktiker und Wissenschaftler, die bei der Professionalisierung von Marketing im Krankenhaus mitwirken möchten, sind herzlich eingeladen.

Kontakt: Patric Sommerhoff, Universitätsklinikum Düsseldorf, Telefon: 02 11/8 11 87 01, E-Mail: [sommerhoff@med.uni-duesseldorf.de](mailto:sommerhoff@med.uni-duesseldorf.de)

### **Diagnostica-Industrie legt zu**

Die Diagnostica-Industrie hat das Jahr 2009 wirtschaftlich besser abgeschlossen, als noch zu Jahresbeginn erwartet worden war. Dies zeigen die endgültigen Zahlen für den deutschen Markt, die der Verband der Diagnostica-Industrie (VDGH) am 30. März 2010 in Berlin vorgelegt hat. Demnach wuchs der gesamte Markt der Reagenzien und Geräte für das ärztliche Labor um 1,8 Prozent auf 2,16 Mrd. €. Das sind 0,5 Prozentpunkte mehr, als noch Anfang des Jahres angenommen wurde. Das klassische Laborgeschäft, das rund zwei Drittel des Gesamtmarkts ausmacht, hat mit einem Plus von 2,6 Prozent deutlich besser abgeschnitten als das Geschäft mit diagnostischen Schnelltests, das lediglich um 0,5 Prozent gewachsen ist.

Besonders erfolgreich entwickelte sich der Markt für die im VDGH organisierten Anbieter von Nachweissystemen, Reagenzien und Verbrauchsmaterialien für die Grundlagen- und Spitzenforschung im Gesundheitswesen. Wie die Fachabteilung Life Science Research im VDGH ermittelte, wuchs der Umsatz im zurückliegenden Jahr um 4,8 Prozent auf 1,56 Mrd. €.

Die Branche hat sich im Krisenjahr 2009 im Vergleich zu anderen Wirt-