



Strategien für den Gesundheitsmarkt

Strategisches Marketing für Krankenhäuser und Spitäler



**Das Intensivseminar für die
kaufmännische und ärztliche Leitungsebene
an der Universität St. Gallen**

**7. und 8. Juni 2022
St. Gallen**



rotthaus.com

Strategisches Marketing für Krankenhäuser und Spitäler

Marktorientierte Unternehmensführung wird bei Organisationen aus dem Health Care-Bereich zunehmend zu einem **entscheidenden Wettbewerbsfaktor**. Da der Markt für Spitäler und Krankenhäuser im deutschsprachigen Raum allerdings staatlich stark reglementiert ist, sind der Differenzierung von der Konkurrenz über die Kernleistung, d.h. die medizinische Qualität, sehr enge Grenzen gesetzt.

Umso mehr ist es für Kliniken erforderlich:

1. in den Köpfen der verschiedenen Kundengruppen (=Zuweiser, Patienten, Verbände, Behörden) eine Alleinstellung zu erzielen, die
2. auf relevanten Bedürfnissen beruht,
3. maßgeschneidert und effizient ist,
4. sich von der Konkurrenz deutlich abhebt,
5. verständlich und einfach zu kommunizieren ist sowie
6. nachhaltig umgesetzt werden kann und somit „erlebbar“ ist.

Das gemeinsame Seminar der Universität St. Gallen mit rotthaus.com liefert hierfür mit Top-Referenten das notwendige theoretische und praktische Rüstzeug.



Prof. Dr. Sven Reinecke ist Direktor des Instituts für Marketing und Customer Insight an der Universität St. Gallen und Mitglied des Centers of Health Care an der dortigen Universität. Seine Forschungs- und Anwendungsschwerpunkte sind strategisches Marketing, Marketingcontrolling sowie Marketing für Spitäler und Pharmaunternehmen. Im Bereich Health Care Marketing hat er sich insbesondere mit Fragen des Zuweisermarketing auseinandergesetzt.



Stephan Rotthaus ist internationaler Experte für Klinikmarketing. Als geschäftsführender Gesellschafter von rotthaus medical GmbH ist er Initiator des Internationalen Kongress Klinikmarketing. Er trägt seit über 15 Jahren mit dem KlinikAward entscheidend dazu bei, den Erfahrungstransfer im Klinikmarketing in Deutschland, Österreich und der Schweiz zu organisieren.



Dr. Benedikt Simon verantwortete als CDO den Bereich Unternehmensentwicklung bei MEDIAN Kliniken, Deutschlands größtem privaten Betreiber von Rehabilitationskliniken. Zuvor arbeitete er für McKinsey. Aktuell ist er als Harkness Fellow des Commonwealth Fund bei Kaiser Permanente in Kalifornien und beim Urban Institute, einem Health Care Think Tank, in Washington D.C., um sich mit Erfolgsfaktoren von Integrated Care Organizations auseinander zu setzen.



Urs Baumberger ist Spitaldirektor des Kantonsspitals Nidwalden AG und Mitglied der erw. Geschäftsleitung der LUKS Gruppe. Er führt seit über 18 Jahren erfolgreich private wie öffentliche Spitäler. Für die Entwicklung eines Spital-Führungs- und Strategiekonzeptes mit starker Marketingverankerung, und insbesondere für die erfolgreiche Praxisumsetzung, erhielt er die Auszeichnung KlinikAward 2019 «Manager des Jahres» für den gesamten deutschsprachigen Raum.



Dr. Daniel Liedtke ist CEO der Privatklinikgruppe Hirslanden.

Programm

Dienstag, 7. Juni 2022

Grundprinzipien des strategischen Marketing für Spitäler und Krankenhäuser

9:00 Uhr	Begrüßung
Block 1	Relevante Bedürfnisse erkennen
Block 2	Kundengruppen segmentieren (Fokus auf Patienten, Zuweiser, Mitarbeitende) – Kaffeepause –
Block 3	Maßgeschneiderte Leistungssysteme erstellen
12:30 Uhr	– Mittagspause –
Block 4	Einzigartige Differenzierung von der Konkurrenz
Block 5	Grundprinzipien wirksamer Kommunikation – Kaffeepause –
Block 6	Nachhaltige Zufriedenheit der Anspruchsgruppen sicherstellen
17:30 Uhr	Abendprogramm und Kamingespräch mit Dr. Daniel Liedtke

Methodik: Impulsreferat von Prof. Dr. Sven Reinecke mit zahlreichen Kurzworkshops

Mittwoch, 8. Juni 2022

Umsetzung des strategischen Marketing

9:00 Uhr	Begrüßung
Block 1	Strategische Unternehmensführung: der Beitrag des Marketing zum Unternehmenserfolg Referent: Urs Baumberger
Block 2	Zielgerichtetes Zuweisermarketing zur Erlösoptimierung – Erfolgsbeispiele aus der Beratungspraxis Referent: Stephan Rotthaus – Kaffeepause –
Block 3	Digitalisierung des Patientenflusses von Reha-Antrag bis Nachsorge – strategisches Marketing am Beispiel der MEDIAN-Kliniken Referent: Dr. Benedikt Simon
16:00 Uhr	Verabschiedung und Seminarende

Methodik: Kurzpräsentationen, strukturierte Interviews und Anwendung auf die Situation der eigenen Klinik

Das Seminar

Die Referenten dieses Seminars vermitteln auf der Basis wissenschaftlicher Studien und zahlreicher Praxisprojekte im Gesundheitswesen die Grundprinzipien einer marktorientierten Führung von Spitälern und Krankenhäusern.

Damit werden Mitglieder der Geschäftsleitung von Krankenhäusern angesprochen, die Mehrwert für Kunden und ihre Organisationen erwirtschaften wollen. Insbesondere möchten wir auch Chefärzte und Klinikleiter zu einer Teilnahme motivieren – denn ohne das medizinische Spitzenpersonal ist es nicht möglich, eine Marktorientierung glaubhaft und nachhaltig umzusetzen.

Der Veranstalter

Veranstalter ist die Universität St. Gallen, Institut für Marketing und Customer Insight.

Die Kosten

Reguläre Teilnahmegebühr (für beide Tage, mehrwertsteuerfrei): 2750 CHF

Ermässigte Teilnahmegebühr bei Buchung bis zum 07. März 2022 (für beide Tage, mehrwertsteuerfrei): 2450 CHF

In der Teilnahmegebühr sind ein Teilnahmezertifikat der Universität St. Gallen, die Tagungsunterlagen sowie die Tagungsverpflegung enthalten. Übernachtungspreis (Einzelzimmer inkl. Frühstück):

6.-7. 06. 2022 180 CHF/plus Gasttaxe

7.-8. 06. 2022 180 CHF/plus Gasttaxe

Die Stornierungsbedingungen

Falls Sie an der Teilnahme verhindert sein sollten, haben Sie jederzeit die Möglichkeit, eine Ersatzperson zur Veranstaltung zu schicken. Andernfalls fallen bei Annullierung des Seminars folgende Kosten an: bis 8 Wochen vor Seminarbeginn: 25% der Teilnahmegebühr; bis 4 Wochen vor Seminarbeginn: 50% der Teilnahmegebühr; bis 1 Woche vor Seminarbeginn: 75% der Teilnahmegebühr; weniger als 1 Woche vor Seminarbeginn und bei Nichtantritt: 100% der Teilnahmegebühr.

Jetzt anmelden

<https://ifmhsg.ch/formulare/anmeldung-intensivseminar-strategisches-marketing-fuer-krankenhaeuser-und-spitaeler>



Universität St. Gallen

Institut für Marketing und Customer Insight

 **rotthaus.com**

Strategien für den Gesundheitsmarkt