



Strategien für den Gesundheitsmarkt

Strategisches Marketing für Krankenhäuser und Spitäler



© psdesign1 / Fotolia.com

Das Intensivseminar für die kaufmännische und
ärztliche Leitung sowie Marketingverantwortliche
an der Universität St. Gallen

3. und 4. Juli 2023
St. Gallen

Anmeldeschluss 5. Juni 2023



r 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 verantwortet seit 1.1.2022 als Chief Officer Integrated and Digital Care bei Asklepios digitale Versorgungsinitiativen sowie neue Ansätze zu sektorenübergreifenden Versorgungsmodellen. In 2020/2021 war er bei Kaiser Permanente in den USA, um sich mit Erfolgsfaktoren von Integrated Care Organizations auseinanderzusetzen. Zuvor war er einer der vier Geschäftsführer bei den MEDIAN Kliniken und arbeitete für McKinsey sowie AMEOS.



Urs Baumberger ist seit 27 Jahren im Spital- und Gesundheitswesen aktiv, davon 21 Jahre Spitaldirektor in renommierten Privatkliniken und öffentlichen Spitälern, seit 2022 als Berater im Gesundheitswesen. Für die Entwicklung sowie erfolgreiche Umsetzung eines Führungs- und Strategiekonzeptes mit starker Marketingverankerung erhielt er die Auszeichnung KlinikAward 2019 «Manager des Jahres» für den gesamten deutschsprachigen Raum.



Dr. Daniel Liedtke ist seit 2019 CEO der Hirslanden-Gruppe und Mitglied des Group Executive Committee von Mediclinic International, der Muttergesellschaft von Hirslanden. Zuvor hatte er mehrere leitende Positionen innerhalb des Unternehmens inne. So war er stv. Direktor in Luzern sowie Direktor in Zürich, bevor er 2015 als Chief Operating Officer in die Hirslanden-Konzernleitung berufen wurde. Seitdem spielt er eine entscheidende Rolle bei der erfolgreichen Führung des Unternehmens.

Programm

Montag, 3. Juli 2023

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

Dienstag, 4. Juli 2023

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 Mehr Versorgungsqualität zu niedrigen Kosten – sektorenübergreifende und digitale Versorgungsmodelle als Treiber für eine Neupositionierung am Markt

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 Referierenden 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 und Spitälern, Chefärztinnen und Chefarzte, Klinikleiterinnen und Klinikleiter sowie Marketingverantwortliche angesprochen, die Mehrwert für Kundinnen und Kunden sowie ihre Organisationen erwirtschaften wollen, 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 31. März 2023 (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):

2.-3. Juli 2023 180 CHF/plus Gasttaxe

3.-4. Juli 2023 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://imc.unisg.ch/anmeldung-strategisches-marketing-fuer-krankenhaeuser-und-spitaeler/>



Universität St. Gallen

Institut für Marketing und Customer Insight

 **rotthaus.com**

Strategien für den Gesundheitsmarkt