



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

16. und 17. Juni 2025
St. Gallen



 **rotthaus.com**

Strategisches Marketing für Krankenhäuser und Spitäler

Programm

Montag, 16. Juni 2025

Grundprinzipien des strategischen Marketing für Spitäler und Krankenhäuser

Methodik: Impulsreferate mit zahlreichen Kurzworkshops

9:00 Uhr	Begrüßung Referenten: Prof. Dr. Sven Reinecke & Stephan Rotthaus
9:15 Uhr	Relevante Bedürfnisse erkennen
10:15 Uhr	Kundengruppen segmentieren (Fokus auf Patienten, Zuweiser, Mitarbeitende) Referent: Prof. Dr. Sven Reinecke
11:15 Uhr	Kaffeepause
11:30 Uhr	Massgeschneiderte Leistungssysteme erstellen Referent: Prof. Dr. Sven Reinecke
12:30 Uhr	Mittagspause
13:30 Uhr	Einzigartige Differenzierung von der Konkurrenz Referent: Prof. Dr. Sven Reinecke
14:30 Uhr	Grundprinzipien wirksamer Kommunikation Referent: Prof. Dr. Sven Reinecke
15:30 Uhr	Kaffeepause
15:45 Uhr	Nachhaltige Zufriedenheit der Anspruchsgruppen sicherstellen Referent: Prof. Dr. Sven Reinecke
17:30 Uhr	Apéro
18:00 Uhr	Kamingespräch Referent & Moderator: Dr. Daniel Liedtke & Prof Dr. Sven Reinecke

Dienstag, 17. Juni 2025

Strategisches Marketing in der Umsetzung

Methodik: Kurzpräsentationen, strukturierte Interviews, Anwendung auf das eigene Spital

9:00 Uhr	Begrüßung & Reflektion Referent: Stephan Rotthaus
9:05 Uhr	Systematisches Personalmarketing: Total Recruiting als strategischer Ansatz gegen den Personalmangel. Referent: Stephan Rotthaus
10:00 Uhr	Kaffeepause
10:15 Uhr	Kulturwandel dank interaktiver Kommunikation: Wie Mut zum Dialog von den Mitarbeitenden belohnt wird. Referent: Adrian Schmitter
12:00 Uhr	Mittagspause
13:00 Uhr	Systematisches Zuweisermarketing: Mit optimaler Zuweiserbetreuung Wirkung erzielen. Referent: Stephan Rotthaus
14:00 Uhr	Erfolgsfaktor Zuweisermarketing: Erkenntnisse aus 4 Jahren gezielter Fallzahlsteigerung. Referent: Dr. Quirin Schlott
16:00 Uhr	Verabschiedung & Seminarende

Referenten



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. Quirin Schlott ist Direktor der Fachkliniken Wangen und seit acht Jahren in verschiedenen Führungspositionen im Gesundheitswesen tätig. Für die gezielte Unternehmenssteuerung setzt er auf die Schaffung eines aussagefähigen Berichtswesen, die Implementierung von effizienten Prozessen sowie auf gelebte Kommunikation und Präsenz im Unternehmen. Die Entwicklung und Umsetzung seines analysegestützten Zuweisungsmanagement wurde mit dem KlinikAward ausgezeichnet und führte zu einer Fallzahlsteigerung von rund 30 % in 3 Jahren.



Adrian Schmitter ist seit 2014 CEO der Kantonsspital Baden AG. Zuvor hat er die Regionalspital Emmental AG geleitet, nachdem er zehn Jahre lang als Generalsekretär des Departements für Gesundheit und Soziales im Kanton Aargau politisch und planerisch im Gesundheitswesen tätig war. 2016 wählte ihn der Verband Aargauischer Krankenanstalten (VAKA) zum Präsidenten Akutsomatik. Im Zentralvorstand der VAKA ist er Vizepräsident. Zudem ist er Mitglied der Aufsichtskommission afsain, des Stiftungsrats der Rehabilitationsklinik AarReha Schinznach und des Verwaltungsrats der Oda Aargau AG.



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.

Hinweis: Änderungen bei Programm und Referenten vorbehalten.

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.

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 Chefärzte, 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 15. März 2025 (für beide Tage, Mehrwertsteuerfrei): 2450 CHF

In der Teilnahmegebühr sind ein Teilnahmezertifikat der Universität St. Gallen, die Tagungsunterlagen sowie die Tagungsverpflegung enthalten. Ungefährer Übernachtungspreis im Einzelzimmer pro Nacht inkl. Frühstück etwa 160 CHF zzgl. Gasttaxe 4 CHF. Die Hotelrechnung ist beim Check-Out im Hotel zu bezahlen.

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