

# Zuweisermarketing

Patientenströme erfolgreich lenken -  
Zuweiser binden, bevor es andere tun

Regionen mit Fallpotenzial ermitteln

Zuweiserakquisition optimieren

Nichteinweiser für sich gewinnen

Anforderungen an die Arzt-Arzt-Kommunikation erkennen

Strategien jenseits kostenintensiver Werbung entwickeln

Zuweisermarketing gezielt anwenden

Praxiserprobte Werkzeuge einsetzen

Zuweiserbedürfnisse erkennen

Kommunikation zwischen Klinik und Zuweiser verbessern

Serviceleistungen für Zuweiser integrieren

Strategische Kennzahlen für ein nachhaltiges  
Zuweisermarketing

TERMIN/ORT



16. April 2010 in Köln

## LEITUNG



**Jens Hollmann**, Inhaber, medplus-kompetenz<sup>®</sup>, Führungs- und Organisationsberatung für das Gesundheitswesen, Bötersheim bei Hamburg

## REFERENTEN



**Dr. Joseph Düllings**, Hauptgeschäftsführer,  
St. Vincenz-Krankenhaus GmbH, Paderborn

**Dipl.Vw. Irmtraut Gürkan**, Kaufmännische Direktorin,  
Universitätsklinikum Heidelberg, Heidelberg

**Kurt M. Lang**, Geschäftsführer,  
Mecon measure & consult Deutschland GmbH, Lörrach

**Helge Lewerenz**, Geschäftsführer,  
Vendus Sales & Communication Group Schweiz GmbH, Baar

**Sascha Saßen**, Unternehmensentwicklung und Organisation,  
Evangelisches Krankenhaus Düsseldorf; Gewinner des Klinik Award 2008  
"Bestes Zuweiserkonzept"

**Dr. med. Peter Windeck**, Geschäftsführer, MummertHealthcare -  
Gesellschaft für Executive Consulting mbH, Hannover

## ZIELSETZUNG



Das eigene Klinikum gegenüber den Wettbewerben zu positionieren heißt heute, den Zuweiser zu verstehen und über attraktive Alleinstellungsmerkmale für den Einweiser zu verfügen. Einweiser sichern zu einem sehr hohen Prozentsatz die Auslastung der Klinik und können deshalb als wichtigster Partner und Kundengruppe angesehen werden.

Insbesondere die niedergelassenen Haus- und Fachärzte im lokalen Einzugsgebiet der Klinik brauchen mehr Aufmerksamkeit, um Patientenströme in das eigene Haus zu lenken. Es muß genauestens betrachtet werden, was der zuweisende Arzt vom Krankenhaus erwartet. So rückt neben der medizinisch-fachlichen Kompetenz die Informations- und Kommunikationsqualität zunehmend in den Vordergrund.

Um die eigene Klinik am Markt zu positionieren, müssen die Stärken und Schwächen analysiert bzw. optimiert werden. Eine Unterstützung durch Geodatierung mit grafischen Auswertungstools ist hier hilfreich. Neben der Geodatierung werden eine Vielzahl von unterschiedlichen Methoden und Instrumenten, die speziell in der Gesundheitswirtschaft Anwendungen finden, aus Expertensicht dargestellt. Darüber hinaus werden Klinkleiter Best-Practices aus ihren Krankenhäusern darstellen.

Die Veranstaltung gibt konkrete Anregungen für den Aufbau eines strategischen Einweisermanagements einerseits, wird aber auch Experten die Möglichkeit geben, das Bestehende kritisch zu überprüfen. Intelligentes Einweisermarketing ist viel mehr als eine monetäre Frage. Die komplexen Anforderungen der Zuweiser müssen verstanden werden, um diese Erkenntnisse in eine zukunftsweisende Strategie münden zu lassen. Nur so werden Sie die Patientenströme in Ihrer Organisation mit Erfolg lenken.

## TEILNEHMER



ZENO-Veranstaltungen stehen allen Interessierten offen, die solide Informationen für Entscheidungen benötigen, wo immer sie diese zu treffen haben. Als Entscheidungsträger im Krankenhaus, in Krankenkassen, als Arzt in der Praxis oder in der Kassenärztlichen Vereinigung, als Anbieter von Dienstleistungen sowie als Vertreter von interessierten Verbänden.

## PROGRAMM



16. April 2010

Leitung: Jens Hollmann

Beginn 9.30 Uhr  
Jens Hollmann  
Begrüßung der Teilnehmer und Einführung

9.45 Uhr  
Sascha Saßen  
**Zuweisermarketing - Eine preisgekrönte Lösung**  
- Warum wir diesen Preis gewonnen haben  
- Einsatz von Zuweiserportalen in der sektorübergreifenden Kommunikation  
- Veredelungsprogramme bestehender Zuweiserströme  
- Entwicklung von neuen Geschäftsmodellen

10.30 Uhr  
Dr. Joseph Düllings  
**Die praktische Seite des Zuweisermarketings - Was zählt, sind Erfolge!**  
- Lessons learned - Ergebnisse einer Einweiserbefragung  
- Zukunftsperspektive: verschärfter Wettbewerb um Patienten  
- Die unterschätzte Bedeutung der Kommunikation

11.15 Uhr  
*Kaffee und Tee im Foyer*

11.45 Uhr  
Helge Lewerenz  
**Erfolgshebel aus Expertensicht**  
- Planung und Spektrum eines gezielten Zuweisermarketings  
- Vier Kriterien, auf die es ankommt  
- Don'ts und Do's

12.30 Uhr  
**Diskussion**

13.00 Uhr  
*Gemeinsames Mittagessen*

14.00 Uhr  
Dipl.Vw. Irmtraut Gürkan  
**Erfolgreiches Zuweiser-Marketing des Universitätsklinikums**  
- Muß sich ein Universitätsklinikum überhaupt um Zuweiser bemühen?  
- Schwerpunkt Maximalversorgung - Integrations- und Kooperationsstrategien  
- Analyse der Zuweisung und Entwicklung von Marketingstrategien für ein Universitätsklinikum am Beispiel des Universitätsklinikums Heidelberg

14.45 Uhr  
Dr. med. Peter Windeck  
**Zuweisermarketing und Personalmanagement - eine sinnvolle Verknüpfung?**  
- Aspekte der Personalrekrutierung und der Personalentwicklung  
- Zielvereinbarungen und Belohnung

15.30 Uhr  
**Diskussion**

16.00 Uhr  
*Kaffee und Tee im Foyer*

16.30 Uhr  
Kurt M. Lang  
**Strategische Kennzahlen für ein nachhaltiges Zuweisermarketing**  
- Was die Einweiser heute bewegt (Analyse aus mehr als 1.000 befragten Einweisern)  
- 360°-Analysen für strategisches und operatives Einweisermarketing nutzbringend einsetzen  
- Zusammenhänge zwischen Einweiser, Patienten und Mitarbeiterzufriedenheit zielgerichtet optimieren

17.15 Uhr  
Ende ca. 17.45 Uhr  
**Diskussion**

## INFORMATION

Termin	16. April 2010, 9.30 Uhr bis ca. 17.45 Uhr
Veranstaltungsort/Hotel	Radisson BLU Hotel Köln, Messe-Kreisel 3, 50679 Köln Telefon 0221/277 20-0, Telefax 0221/277 20-10
Zimmerreservierung	Für die Teilnehmer steht im Veranstaltungshotel ein begrenztes Zimmerkontingent zu Sonderkonditionen zur Verfügung. Die Reservierung nehmen Sie bitte unter Bezug auf ZENO direkt vor.
Gebühr	€ 950,00 zzgl. 19% MwSt.
Leistungen	Die Gebühr beinhaltet die Teilnahme am Workshop, aktuelle Dokumente, Mittagessen sowie Pausen- und Konferenzgetränke.
Konferenz-Nr.	Z1004-01.

## ANMELDUNG



### **Zuweisermarketing - Patientenströme erfolgreich lenken**

16. April 2010

Vorname/Name	_____
Position	_____
Firma/Institution	_____
Straße	_____
PLZ/Ort	_____
Telefon/Telefax	_____
e-Mail	_____
Datum/Unterschrift	_____

Anmeldungen können telefonisch, per Fax, per e-Mail oder schriftlich erfolgen. Nach Eingang der Anmeldung erhalten Sie eine Teilnahmekarte sowie die Rechnung. Bei Abmeldung eines Teilnehmers bis 2 Wochen vor dem Veranstaltungstermin fallen Stornierungskosten in Höhe von € 50,00 (zzgl. 19% MwSt.) an. Bei Abmeldungen, die später als 14 Tage vor Veranstaltungsbeginn eingehen, berechnen wir 50 % der Konferenzgebühr und später als 7 Tage vor Veranstaltungsbeginn die gesamte Gebühr. Wir akzeptieren ohne zusätzliche Kosten gerne einen Stellvertreter. Zur Fristenwahrung müssen Stornierungen schriftlich erfolgen. Programmänderungen aus dringendem Anlaß behält sich der Veranstalter vor.

**ZENO Veranstaltungen GmbH**  
**Executive Conferences**  
Neuenheimer Landstraße 38/2  
69120 Heidelberg

Telefon 0 62 21/58 80 - 80  
**Telefax** 0 62 21/58 80 - 810  
e-Mail [info@zeno24.de](mailto:info@zeno24.de)  
Internet [www.zeno24.de](http://www.zeno24.de)