

Umfeldanalyse als Grundlage des Healthcare-Marketings

CHRISTIAN STOFFERS

NOVEMBER 2014

Vorstellung

St. Marien-Krankenhaus Siegen gem. GmbH

- 11 Kliniken und Institute
 - Kompetenzbereiche Kardiologie, Onkologie, Chirurgie und Orthopädie, Zentrenbildung
 - 20.000 stationäre und 50.000 ambulante Fälle im Jahr
- 2 Tochtergesellschaften
 - GSS Gesundheits-Service Siegen gem. GmbH mit Wohn- und Pflegeeinrichtungen sowie Service-Gesellschaften
 - MVZ Medizinisches Versorgungszentrum GmbH mit Strahlentherapie, Chirurgie, Kardiologie, Onkologie und Diagnostische Radiologie
- ca. 2.000 Mitarbeiter, drittgrößtes Unternehmen der Region



Warum Klinik-Marketing?

Früher: war manches einfacher...



Heute: wird es immer schwieriger, ein Krankenhaus zu erklären

Warum Klinik-Marketing?

Zielgruppen werden schwerer greifbar



Und: Vermittlung von medizinischen Sachverhalten wird immer komplexer

Warum Klinik-Marketing?

Werbe- und Informationsflut



Und: Verdrängung von Krankheit und Tod aus dem Alltag der Menschen

Warum Klinik-Marketing?



Knackpunkte der Markenbildung



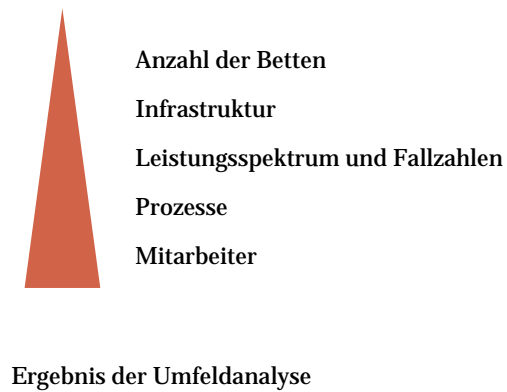
- **Individuelle Erbringung** der medizinischen Leistung
- **Standardisierung** allenfalls bei Prozessen möglich
- **Vergleich** der erbrachten Leistungen für Laien schwierig
- Leistungen sind für den Patienten **austauschbar**
- **Reduktion** der individuellen Ausgangslage
 - Information im Internet (ex ante)
 - Bewertung anhand leichter erfassbarer Merkmalsausprägungen (ex post)

Knackpunkte der Markenbildung

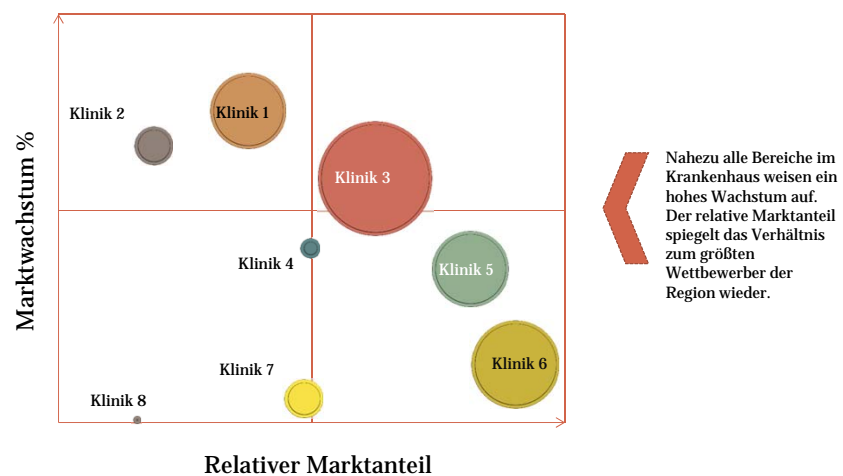


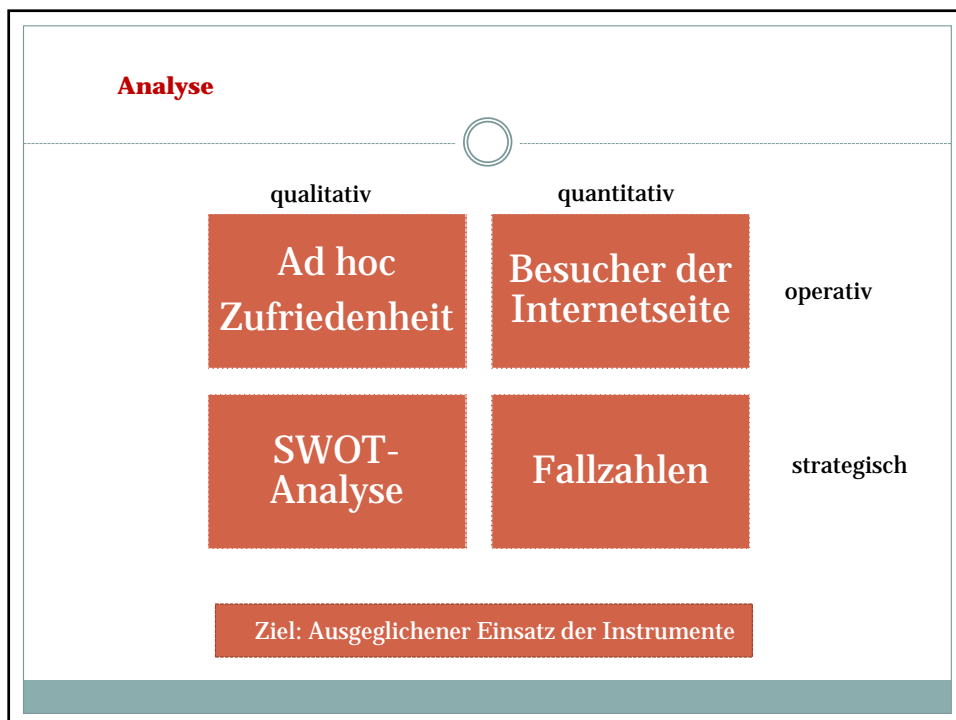
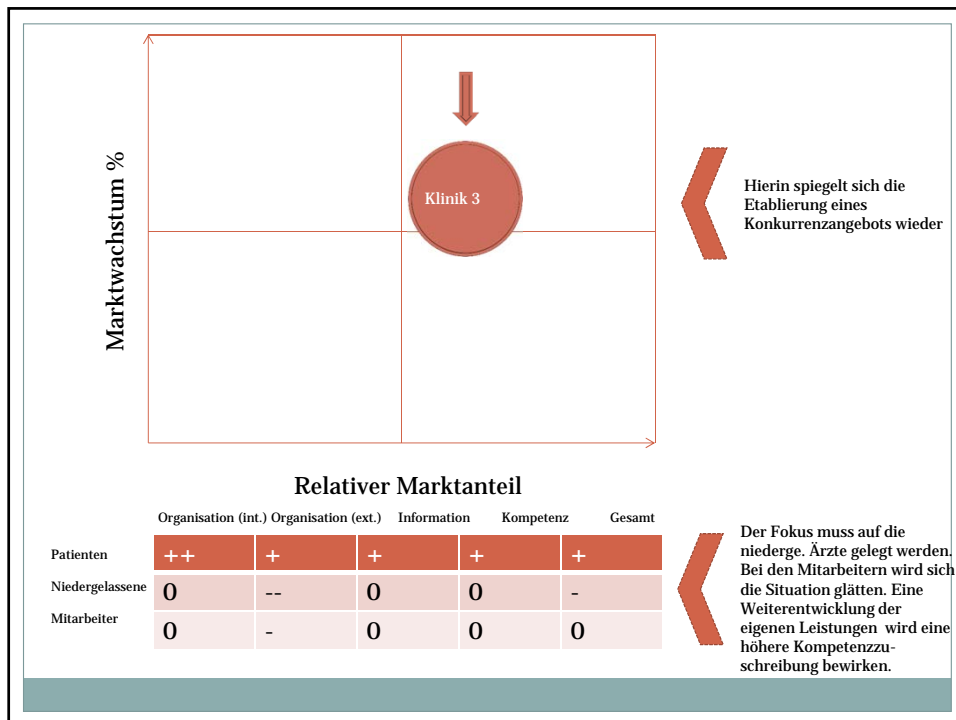
- Berücksichtigung der **Anforderungen** der Zielgruppen
- Herbeiführung einer **Abgrenzung** zum Wettbewerb
- Erwarteter **Zusatznutzen** von entscheidender Bedeutung
- Zusatznutzen als Ergebnis unterschiedlicher Faktoren
- Wandlung vom reinen Gesundheit- zum **Problemlösungsexperten**

Determinanten für den Wert der Krankenhausmarke



Analyse





Analyse

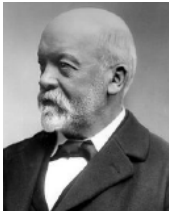
Regel 1

- Grundsätzlich ist jedes Instrument geeignet, das die Planung, Steuerung und Kontrolle ermöglicht

Regel 2

- Die meisten Instrumente lassen sich mehrfach nutzen (z.B. für das Qualitätsmanagement)

Analyse



Vorhersagen

„Die weltweite Nachfrage nach Kraftfahrzeugen wird 1 Million nicht überschreiten – allein schon aus Mangel an verfügbaren Chauffeuren.“ (Gottlieb Daimler, in einer früheren Marktforschungsstudie der Daimler Motoren Gesellschaft)

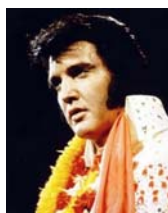
Analyse



Vorhersagen

„Das Fernsehen wird nach den ersten sechs Monaten am Markt scheitern. Die Menschen werden es bald satt haben, jeden Abend in eine Sperrholzkiste zu starren.“ (Darryl F. Zanuck, Chef der 20th Century Fox)

Analyse



Vorhersagen

Als Elvis 1977 starb, gab es weltweit 37 Elvis-Imitatoren. Heute gibt es 48.000. Die Hochrechnung ergibt, dass im Jahr 2030 jeder 3. Erdenbürger ein Elvis-Imitator sein wird.



Dr. Christian Stoffers

St. Marien-Krankenhaus Siegen gem. GmbH
Leitung Kommunikation & Marketing
Kampenstraße 51 | 57072 Siegen

Tel.: (0271) 231-2115 | Fax: (0271) 231-2289

Mail: c.stoffers@marienkrankenhaus.com

<http://www.marienkrankenhaus.com>