

Kommunikationsstrategien Erfolgsmessung Mediennutzung
Vertrauen **Social Media** Interne Kommunikation
Dialog Patienteninformationen Online-Marketing Internet
Online-PR Unternehmenskommunikation
Twitter Foren Facebook Blogs RSS Feeds
Social Media News Release Fachmedien SEO Suchmaschinen
Marke CSR Nachhaltigkeit Verantwortung



Die Unternehmen der
Medizintechnologie
www.bvmed.de

Montag, 6. Juni 2011 (Abendveranstaltung)

Dienstag, 7. Juni 2011 (Tageskonferenz)

Radisson Blu Hotel, Leipzig

7. Kommunikationskongress Medizintechnologie

Kommunikation 2015: Wie Social Media und gesellschaftlicher Wandel die Unternehmenskommunikation verändern

- > Strategien für die Online-Kommunikation
- > Social Media und Unternehmenskommunikation
- > Reputationsmanagement im Web 2.0
- > Fallstudien aus der MedTech-Branche
- > Rechtsrahmen der Online-Kommunikation
- > Vorabendveranstaltung mit Keynote

:::: **MedInform**

Informations- und Seminarservice
Medizintechnologie

7. MedTech-Kommunikationskongress Kommunikation 2015

Übersicht

Zum Thema

Online-Kommunikation ist ein wichtiger Baustein für die Professionalisierung der Kommunikationsarbeit in der Medizintechnik-Branche. Twitter, Blogs und soziale Netze haben die Online-Kommunikation entscheidend geprägt. MedTech-Unternehmen stehen vor der Herausforderung, eine Vielzahl unterschiedlicher Instrumente zu identifizieren, zu bewerten und für die eigenen Kommunikationsziele einzusetzen. Gerade für kleine und mittelständische Unternehmen der MedTech-Branche bietet die Online-Kommunikation Chancen für eine zielgerichtete Kommunikation. Ein entscheidender Faktor ist die Integration der Online-Kommunikation in die Gesamtstrategie.

Die Unternehmenskommunikation ist insgesamt einem dramatischen Wandel unterzogen. Die Beschleunigung durch die technologische Entwicklung ist dabei nur ein Aspekt. Der demographische Wandel und der beginnende Fachkräftemangel ein anderer, da sich Unternehmen im Kampf um die „besten Talente“ gut positionieren müssen. Aber auch die Gesellschaft insgesamt wandelt sich. Die Menschen sind zunehmend verunsichert. Auf diese Veränderungen müssen sich auch die Marketing- und Kommunikationsexperten der Unternehmen einstellen.

Am Beginn des diesjährigen MedTech-Kommunikationskongresses steht deshalb im Rahmen einer Vorabendveranstaltung ein Blick auf die „gute Gesellschaft“ und die neue Rolle der Unternehmen in einer veränderten Gesellschaft.

Ziel der Konferenz

Der 7. MedTech-Kommunikationskongress will mit Expertenwissen und Fallstudien aus der Praxis die Entwicklung zielgerichteter Kommunikations- und Online-Strategien unterstützen. Die Teilnehmer sollen dadurch bewerten können, welche Instrumente ihrer Zielgruppe entsprechen und wie Botschaften zielgerichtet vermittelt werden können.

Themen der Konferenz

- > Strategien für die Online-Kommunikation
- > Social Media und Unternehmenskommunikation
- > Fallstudien aus der MedTech-Branche
- > Auswirkungen des gesellschaftlichen Wandels
- > Rechtsrahmen der Online-Kommunikation

Zielgruppen

Der Kongress richtet sich an das Management und Mitarbeiter aus dem Marketing oder der Kommunikation von Unternehmen und Dienstleistern aus der gesamten Medizintechnik- und Gesundheitsbranche.

Referenten & Diskussteilnehmer

- > Dirk Artmann, Leiter Unternehmenskommunikation/ Unternehmenssprecher, Otto Bock HealthCare GmbH, Duderstadt
- > Manfred Beeres, Leiter Kommunikation/Presse, Bundesverband Medizintechnologie e. V. (BVMed), Stellvertretender Geschäftsführer MedInform, Berlin
- > Rüdiger Hacke, Leiter Marketing Medical Deutschland, medi GmbH & Co.KG, Bayreuth
- > Ralf-Thomas Hillebrand, Geschäftsführer und Inhaber, Politik & Internet – Konzepte für die politische Online-Kommunikation, Berlin
- > Marc L. Holtorf, Rechtsanwalt, Fachanwalt für Gewerblichen Rechtsschutz, Lehrbeauftragter der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf, Partner, Clifford Chance, Düsseldorf
- > Heiko Leske, Leiter Unternehmenskommunikation/ Pressesprecher, Universitätsklinikum Leipzig
- > Franziska Preissing, Head of Marketing, Novalung GmbH, Heilbronn
- > Klaus-Peter Schöppner, Geschäftsführer, TNS Emnid Medien- und Sozialforschung GmbH, Bielefeld
- > Vera Schormann, Head of Corporate Knowledge Management, B. Braun Melsungen AG, Melsungen
- > Dr. Holger Storcks, Leiter Marketing Services, Medtronic Deutschland GmbH, Meerbusch bei Düsseldorf

Moderation

- > Joachim M. Schmitt, Geschäftsführer MedInform, Geschäftsführer und Mitglied des Vorstands des Bundesverbandes Medizintechnologie e. V. (BVMed), Berlin

Konferenzbetreuung

- > Manfred Beeres, Stellvertretender Geschäftsführer, MedInform, Berlin
- > Claudia Kunze, PR-Projektmanagerin, Bundesverband Medizintechnologie e. V. (BVMed), Berlin

7. MedTech-Kommunikationskongress Kommunikation 2015

Montag, 6. Juni 2011 – Vorabendveranstaltung

18:00 Uhr Sekt-Empfang

19:00 Uhr Abendveranstaltung mit Buffet
(Ende gegen 22.30 Uhr)

19:30 Uhr Klaus-Peter Schöppner

Die neue Rolle der Unternehmenskommunikation in der "guten Gesellschaft"

- > Gesellschaftliche Grundstimmungen
- > Die wichtigsten Lösungsansätze für die Unternehmenskommunikation

Dienstag, 7. Juni 2011 – Konferenzprogramm

09:00 Uhr Kaffee-Empfang

09:30 Uhr Joachim M. Schmitt
Eröffnung und Begrüßung

Manfred Beeres
Social Media und zielgruppengerichtete Kommunikation in der MedTech-Branche

- > Umfrageergebnisse
- > Fallbeispiele BVMed

10:00 Uhr Dirk Artmann
Fallstudie: Reputationsmanagement im Gesundheitsmarkt

- > Nachhaltigkeitsstrategie als Teil der Unternehmensmarke
- > Dialogmöglichkeiten mit gesellschaftlichen Gruppen und Patienten schaffen
- > Online-Reputations-Management und Erfolgsmessung

10:30 Uhr Ralf-Thomas Hillebrand
Online- und Social Media-Strategien für MedTech-Unternehmen

- > Online-Kommunikationsstrategien
- > Bedeutung von Twitter, Facebook & Co.
- > Chancen und Grenzen

11:00 Uhr Kaffeepause

11:30 Uhr Franziska Preissing
Fallstudie: Social Media für kleine und mittelständische MedTech-Unternehmen

- > Warum Social Media?
- > Erfahrungen mit Facebook, Twitter und Wikipedia
- > Praxisbeispiele zu Online-PR

12:00 Uhr Rüdiger Hacke
Fallstudie: Neue Wege in der Markenkommunikation

- > Markenaufbau durch Promi-PR und TV
- > Social Media im Hilfsmittelbereich
- > Erfahrungen mit einem Facebook-Profil

12:30 Uhr Mittagessen

14:00 Uhr Dr. Holger Storcks
Fallstudie: Aufbau und Kommunikation einer Arbeitgebermarke

- > Herausforderung "Employer Branding"
- > Innovationsportal für Ärzte und Erfinder

14:30 Uhr Vera Schormann
Fallstudie Wissensmanagement

- > Zielgruppenorientierte Online-Projekte im Gesundheitsmarkt
- > Direkter Wissensaustausch mit den Partnern im Gesundheitsmarkt

15:00 Uhr Marc L. Holtorf
Rechtliche Rahmenbedingungen für Kommunikation und Werbung mit Medizinprodukten im Internet

- > Rahmenbedingungen im Überblick: HWG, UWG, Datenschutz
- > Fallbeispiele

15:30 Uhr Kaffeepause

16:00 Uhr Heiko Leske
Krankenhauskommunikation im Web 2.0-Zeitalter

- > Social Media und klassische Klinik-kommunikation – zwei Welten prallen aufeinander
- > Brauchen Krankenhäuser eine Social Media-Strategie?
- > Gemeinsame Kommunikation medizinischer Themen mit Unternehmen

16:30 Uhr Podiumsdiskussion & abschließende Plenumsdiskussion
Patienten- und Zuweiser-Kommunikation: Strategien, Chancen, Hürden
Dirk Artmann
Rüdiger Hacke
Heiko Leske
Franziska Preissing
Vera Schormann
Dr. Holger Storcks

Ende der Veranstaltung gegen 17:00 Uhr

7. Kommunikationskongress Medizintechnologie Kommunikation 2015 am 6. und 7. Juni 2011 in Leipzig

Anmeldung

Anmeldeschluss: 30. Mai 2011
Fax an: +49 (0)30 280 416-53

Name, Vorname:

Position:

E-Mail:

Firma:

Ansprechpartner:

Straße:

PLZ/Ort:

Telefon:

Telefax:

E-Mail:

Datum, Unterschrift:

Information

Claudia Kunze
Tel.: +49 (0)30 246 255-19
E-Mail: kunze@bvmed.de

Termin

Montag, 6. Juni 2011, ab 18:00 Uhr
Dienstag, 7. Juni 2011, 09:00 – 17:00 Uhr

Veranstaltungsort

Radisson Blu Hotel, Leipzig
Augustusplatz 5-6, 04109 Leipzig
Tel: +49 341 21 460, Fax: +49 341 21 46 815
info.leipzig@radissonblu.com
<http://www.radissonblu.com/hotel-leipzig>

Zimmerreservierung

Stichwort "Kommunikationskongress"
Einzelzimmer 129,00 Euro
Doppelzimmer 157,00 Euro
inklusive Frühstücksbuffet

Teilnahmegebühr

Die Teilnahmegebühr beträgt 495 € pro Person zzgl. gesetzlicher MwSt. Inbegriffen sind Mittagessen, Tagungsgetränke sowie die Veranstaltungsunterlagen. Die Teilnahmegebühr wird nach Erhalt der Rechnung ohne jeden Abzug fällig.

Anmeldung

Bis spätestens 30. Mai 2011 auf diesem Anmeldebogen oder im Internet unter www.bvmed.de (Veranstaltungen).

Die Teilnahme ist nur nach vorheriger Anmeldung möglich, für die Sie eine Anmeldebestätigung per E-Mail erhalten. Die Teilnehmerzahl ist begrenzt.

Stornierung

Wird eine Anmeldung nicht spätestens fünf Werktage vor dem Veranstaltungsbeginn schriftlich widerrufen, so wird die volle Teilnahmegebühr auch bei Nichtteilnahme fällig.

MedInform behält sich den Wechsel von Dozenten und/oder Verschiebungen bzw. Änderungen im Programmablauf vor. Muss eine Veranstaltung aus Gründen, die MedInform zu vertreten hat, ausfallen, so werden lediglich bereits gezahlte Teilnahmegebühren erstattet. Weitergehende Ansprüche sind ausgeschlossen.

MedInform

c/o Bundesverband Medizintechnologie e. V.
Reinhardtstraße 29 b, 10117 Berlin
Tel.: +49 (0)30 246 255-0
Fax: +49 (0)30 280 416-53
www.medinform.de