

Marketing & Werbung für das Krankenhaus und MVZ

Richtiger Umgang mit Internet, Print, Jameda und Co.

Werbung durch das Krankenhaus - Gesetzliche Grundlagen
und ihre Auslegung durch die Rechtsprechung

Online-Marketing 2.0 – was geht, was geht nicht?

Patienten online erreichen – Welche Rolle spielen Google,
Facebook, Jameda und Co?

Ein Krankenhaus als Social-Media-Influencer? So gewinnt ein
Klinikum im Multi-Channel-Treiben Patienten & Personal



M. Raschke

M. Reif

Prof. T. Schlegel

Prof. H. Schneider

TERMIN/ORT



27. September 2018 in Frankfurt

LEITUNG



Prof. Dr. jur. Hendrik Schneider, Lehrstuhl für Strafrecht,
Juristenfakultät, Universität Leipzig, Leipzig

REFERENTEN



Marc Raschke, Leiter Stabstelle Unternehmenskommunikation,
Öffentlichkeitsarbeit, Marketing und Veranstaltungsmanagement,
Klinikum Dortmund gGmbH, Dortmund
Seine PR-Arbeit ist bereits zahlreich national und international ausgezeichnet worden, darunter etwa mit dem Preis „Pressestelle des Jahres 2017“ vom Bundesverband deutscher Pressesprecher sowie dem „Personalmanagement Award 2017“ des Bundesverbandes der Personalmanager. Zuletzt gab es den „Personal Marketing Innovation Award 2018“ sowie den „German Brand Award 2018“.

Markus Reif, Geschäftsführer,
Reif & Kollegen GmbH, Agentur für Praxismarketing, München

Prof. Dr. jur. Thomas Schlegel, Rechtsanwalt, Kanzlei für Medizinrecht,
Prof. Schlegel Hohmann Mangold & Partner, Frankfurt a.M.

Prof. Dr. jur. Hendrik Schneider, Lehrstuhl für Strafrecht,
Juristenfakultät, Universität Leipzig, Leipzig

ZIELSETZUNG



Der Internetauftritt von Krankenhaus, MVZ und Praxis ist die Visitenkarte der Einrichtung und einer der wichtigsten Wegweiser für die Patienten. Während Trendforscher noch im Jahr 2001 der Auffassung waren, das „Internet“ werde sich „nicht zu einem Massenmedium entwickeln, weil es „eine kompliziert zu bedienende Einrichtung sei“ informieren sich gemäß einer Untersuchung im Jahr 2010 altersunabhängig bereits 81 % der Befragten über Gesundheitsthemen und Einrichtungen über das www (Dt. Ärzteblatt Jg. 107, Heft 51-52 A 2554 ff.). Die Entwicklung ist dynamisch. Die Kommunikation beschränkt sich mittlerweile nicht mehr auf die Ansprache des Patienten. Auch die Rückkommunikation des Patienten an die Einrichtung oder den Arzt (social media, Apps) ist möglich, sichert die Nachhaltigkeit und Stabilität der Vertrauensbeziehung und kann zur Neugewinnung von Patienten eingesetzt werden.

Der Workshop informiert, wie Sie diese Chancen optimal nutzen, mit Werbeportalen adäquat umgehen und den virtuellen Auftritt erfolgreich auf ihre Darstellung in den Printmedien abstimmen. Den wirtschaftlichen Chancen korrespondieren Rechtsrisiken. Diese zu kennen und zu beherrschen ist zweite Zielsetzung des Workshops. Dargestellt wird das gesamte rechtliche Umfeld der einschlägigen Maßnahmen der Außendarstellung, das heißt die Grenzen des Heilmittelwerberechts, des ärztlichen Berufsrechts, des Datenschutzes und des Strafrechts. Die Darstellung erfolgt praxisnah anhand einschlägiger Beispiele und Szenarien.

EXCELLENCE WORKSHOP



Die Verfügbarkeit hoch-qualitativer und aktueller Informationen ist in immer stärkerem Maße entscheidend, um bei sich ändernden Rahmenbedingungen die richtigen Entscheidungen treffen und geeignete Handlungen durchführen zu können. Unsere Excellence Workshops bieten Ihnen optimal aufbereitete Informationen, die genau diesen Informationsbedarf befriedigen. Denn unsere Experten sind bestens mit den Marktgegebenheiten und Ihren Interessen vertraut und gewährleisten somit eine hohe Informationsqualität.

TEILNEHMERZAHL



Um einen intensiven Gedankenaustausch aller Teilnehmer des Workshops zu gewährleisten, ist die Zahl auf 30 Personen begrenzt. Die Anmeldungen werden in der Reihenfolge des Eingangs berücksichtigt.

TEILNEHMER



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

PROGRAMM



27. September 2018 in Frankfurt

Leitung: Prof. Dr. jur. Hendrik Schneider

Beginn 9.30 Uhr

Begrüßung und Einführung

Prof. Dr. jur. Hendrik Schneider

Werbung durch das Krankenhaus - Gesetzliche Grundlagen und ihre Auslegung durch die Rechtsprechung

- Praxisrelevante Verbotstatbestände des HWG
- Empfehlungen Dritte in der Werbung/Krankengeschichten
- Bildliche Darstellung des ärztlichen Personals z.B. in der Homepage
- Verwendung von Fachterminologie/Fremdsprache in der Werbung
- Grenzen zulässiger Werbung im ärztlichen Berufsrecht
- Strafrechtliche Fallstricke z.B. im Zusammenhang mit § 219a StGB

11.00 Uhr

Kaffee und Tee im Foyer

11.30 Uhr

Prof. Dr. Thomas Schlegel

Online-Marketing 2.0 – was geht, was geht nicht?

- Bewertungsportale und Social Media (Jameda, Facebook, youtube & Co)
- Auswirkungen des Facebook-Urteils des EUGH
- Einwerbung ausländischer Patienten
- Verbindung zu kommerziellen Angeboten
- Einbindung in digitale Versorgungsapps...

13.00 Uhr

Gemeinsames Mittagessen

14.00 Uhr

Markus Reif

Patienten online erreichen – Welche Rolle spielen Google, Facebook, Jameda und Co?

- Wie finden Patienten online einen Arzt?
- Anforderungen an eine Website
- Möglichkeiten in der Google-Suche
- Jameda – Chancen der Patientengewinnung
- Social Media – Relevant oder nur Reichweite?
- Messbarkeit von Online-Maßnahmen

15.15 Uhr

Kaffee und Tee im Foyer

15.45 Uhr

Marc Raschke

Ein Krankenhaus als Social-Media-Influencer? So gewinnt ein Klinikum im Multi-Channel-Treiben Patienten & Personal

- Multi-Channel - alter Wein in neuen Schläuchen?
- Personalgewinnung und -bindung durch Social Media
- Best-Practice-Beispiele zu Social Media für das Personalrecruiting
- Herausforderungen eines Klinikums im Community-Management

Abschlußdiskussion

Ende ca. 17.00 Uhr

INFORMATION

Termin	27. September 2018, 9.30 Uhr bis ca. 17.00 Uhr
Veranstaltungsort/Hotel	INNSIDE Frankfurt Niederrad, Herriotstr. 2, 60528 Frankfurt, 069-67732-0
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	€ 990,00 zzgl. 19% MwSt. (ab dem 2. Teilnehmer einer Firma/Institution beträgt die Gebühr € 595,00 zzgl. MwSt.) Sollten Sie die Online-Anmeldung nutzen, reduziert sich die Gebühr um € 10,00 zzgl. MwSt.
Leistungen	Die Gebühr beinhaltet die Teilnahme am Workshop, aktuelle Dokumente, Mittagessen sowie Pausen- und Konferenzgetränke.
Konferenz-Nr.	Z1809-06.

ANMELDUNG

Marketing & Werbung für das Krankenhaus und MVZ

27. September 2018

Teilnehmer:

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

- Ich bin ich damit einverstanden, dass ich von der ZENO Veranstaltungen GmbH Veranstaltungshinweise erhalte. Diese Einwilligung kann ich jederzeit widerrufen.
- Mit der Anmeldung zu der Veranstaltung wird ausdrücklich das Einverständnis zur Erfassung in der Teilnehmerliste erklärt, die allen Teilnehmenden zur Verfügung gestellt wird.

Anmeldungen können 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

Internet www.zeno24.de