



Bodo Kröger, Geschäftsführer ArztData

Alles neu macht der Mai...

Wir jedenfalls haben unsere Webseite aufgerüstet. Die Seite bietet nun einen guten Überblick über das breite Angebot von ArztData: Vom Adresskauf über die Pflege veralteter Daten bis zur automatisierten Belegverarbeitung ist alles dabei und verständlich erklärt. Auch unsere neuen Paketangebote für die großen Player in der Gesundheitsbranche finden sich dort. Zudem ein Leitfaden mit Tipps für das Direktmarketing – von unseren Experten erstellt. Daneben bleibt beinahe unbemerkt, dass auch die Online-Bestellfunktionen überarbeitet wurden. Und außerdem: Viel schöner ist die neue Seite auch geworden.

Medizinischer Kaufkraftindex

Ärzte mit hohem Anteil an Privatpatienten finden

Wie kommt man an die perfekt zugeschnittene Zielgruppe? Die Gretchenfrage des Marketings steht und fällt mit den Informationen, die zur Verfügung stehen. „Alle wollen die investitionsstarken und innovationsfreudigen Ärzte ausfindig machen“, berichtet Bodo Kröger, Geschäftsführer von ArztData, Hamburg.



Wer sind die investitionsstarken Ärzte?

Vadim Kogan, IT-Leiter bei ArztData. „Die zweite Komponente des Kaufkraftindex sind die Angaben zum Privatpatienten-Anteil der Ärzte.“ Daraus wird pro Postleitzahl der Medizinische Kaufkraftindex errechnet. Die Skala reicht von 0 bis 100. Je höher der Wert, desto höher ist die Selbstzahler-Nachfrage.

Edel-Ärzte gezielt ansprechen

Neuer Indikator: Medizinische Kaufkraft

Zu diesem Zweck hat ArztData den Medizinischen Kaufkraftindex entwickelt. Er zeigt an, wie groß in einem Einzugsgebiet die Nachfrage nach medizinischen Privat- und Selbstzahlerleistungen ist. „Dafür haben wir in unsere Strukturdatenbank für jede Postleitzahl statistische Angaben zum verfügbaren Einkommen der Privathaushalte von 1995 bis 2006 aufgenommen“, erklärt

„Ein Kaufkraftindex von mehr als 40 zeigt ein überdurchschnittliches Einkommen der privaten Haushalte und ein attraktives Privatpatienten-Volumen an“, so Kogan. „Ein Arzt mit einem solchen Einzugsgebiet wird eher offen für Investitionen und Neuerungen sein.“



Vadim Kogan,
IT-Leiter bei ArztData

Kongresstermine: ArztData persönlich

Besuchen Sie uns
an unserem Messestand.

Gesundheitswirtschaftskongress
02.+03.09.2009 in Hamburg

Kongress Klinik Kommunikation
04.+05.11.2009 in Köln

Kommunikationskongress der
Gesundheitswirtschaft
08.+09.12.2009 in Hamburg

Marketing mit Qualitätsdaten

Neues Webtool für Kliniken

Gesetzgeber und Kostenträger üben steigenden Druck auf Kliniken aus, ihre medizinische Qualität zu veröffentlichen. Auch Verbraucher fordern mehr Informationen. „Kliniken sollten die Veröffentlichung ihrer Qualität aktiv vorantreiben“, empfiehlt Henry Friedrich Meyer, Geschäftsführer von impressum health & science communication (www.impressum.de). Kliniken können jetzt das neue Webtool Quadata nutzen, mit dem sie BQS- und Routine-Daten vorteilhaft und patientenverständlich

darstellen können. Die Klinik-Website muss nicht verändert werden, das Tool wird im Klinik-Design nahtlos in die vorhandene Seite integriert.

Kliniken sollten mit Qualität werben

Ein erfolgreiches Beispiel für Eigen-Initiative ist auch der Hamburger Krankenhausspiegel. 26 Kliniken veröffentlichen in diesem Internet-Portal gemeinsam und patientenverständlich ihre BQS-Daten.

Ihr Adressenprofi in Sachen Medizin

ArztData GmbH Bahrenfelder Straße 244 22765 Hamburg

Tel. 040 / 822 20 52 - 0 Fax: 040 / 822 20 52 - 22 info@arztdata.de www.arztdata.de