



Bodo Kröger, Vertriebsleiter ArztData

Ihre Meinung zählt

Eine unfreundliche Bedienung im Café? Eine unübersichtliche Homepage? Wie oft ärgern Sie sich täglich über Dienstleister, ohne dass Sie Ihrem Ärger Luft machen können?

Wir wollen Ihre Meinung über uns hören. Ganz besonders, wenn Sie unzufrieden sind. Nur so können wir uns nach Ihren Wünschen richten. Deshalb haben wir auf unserer Homepage www.arztdata.de eine kurze Umfrage geschaltet. Geben Sie uns Noten wie im Schulsystem oder Anregungen im Freitext. Nur so können wir uns verbessern. Für Sie – denn Ihre Meinung ist uns wichtig. Und wenn Sie mit uns zufrieden sind, erzählen Sie es den anderen.

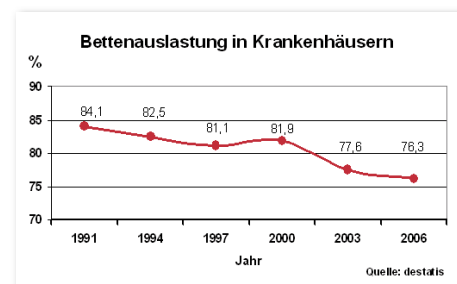
Kliniken gehen neue Wege zum Patienten Werben um niedergelassene Ärzte

Rund ein Drittel der deutschen Krankenhäuser schreibt Verluste. Das geht aus dem Krankenhaus Barometer 2007 der DKG (Deutsche Krankenhausgesellschaft) hervor. Um ihr Überleben zu sichern, betreiben die Kliniken Zuweisermarketing. Die Krankenhäuser bewerben die niedergelassenen Ärzte in ihrer Umgebung, denn sie sind die wichtigste Instanz, wenn sich Patienten für eine Klinik entscheiden müssen. Eine Untersuchung der CMK Unternehmensberatung im Gesundheitswesen, Freiburg, geht davon aus, dass die zuweisenden Ärzte für bis zu 90 Prozent der Patienten in einem Krankenhaus verantwortlich sind.

„Valide Adressdaten sind unverzichtbar.“

„Deshalb sind Befragungen der niedergelassenen Ärzte zum Image oder zur Ausrichtung des Krankenhauses sehr wichtig, um die Beweggründe der Zuweiser zu kennen“, erklärt Christian Keller, Partner der CMK. „Die Befragungen werden heutzutage vielfach schriftlich durchgeführt. Da sind valide Adressdaten unverzichtbar.“ Die meisten Kli-

niken haben zwar die Daten ihrer zuweisenden Ärzte – die werden bei der Aufnahme der Patienten gleich mit gespeichert – aber eben nicht die der nicht-zuweisenden Ärzte in der Umgebung.



Durch effektives Zuweisermarketing können Kliniken den leeren Betten entgegenwirken.

Zuweisermarketing ist notwendig

Auch beim Marketing ist die direkte Ansprache der Ärzte mit personalisiertem Anschreiben von großer Bedeutung. So können Krankenhäuser sich den Zuweisern als Spezialisten auf einem bestimmten Fachgebiet präsentieren wie etwa für Herzchirurgie oder Gelenk-Orthopädie. Denn die Zeiten, in denen Patienten von selbst kommen, sind passé.

Patienten wünschen naturheilkundliche Behandlung ArztData nennt spezialisierte Ärzte und Apotheken

Naturheilkunde und alternative Medizin liegen im Trend. 73 Prozent der Befragten wünscht sich, mit Naturheilverfahren behandelt zu werden, so lautet das Ergebnis der Pascoe Studie 2007. Auch eine Studie des Instituts für Naturheilverfahren an der Universität Köln bestätigt diesen Trend: 76 Prozent sind sogar bereit, für Naturmedizin mehr Geld auszugeben und knapp 92 Prozent erhoffen sich weniger Nebenwirkungen und eine bessere Wirksamkeit.

ArztData nennt Ärzte mit

- Homöopathie
- Eigenblut-Behandlungen
- Kinesiologie
- Bio-Resonanz-Therapie
- TCM u.v.m.

Mehr als 33.000 Ärzte bieten auch naturheilkundliche Behandlungen an. ArztData differenziert das Adressmaterial.

Adressenprofil in Sachen Medizin

Alternative Behandlungsmethoden wie Akupunktur bieten auch Heilpraktiker. Ebenso hat ArztData Apotheken in ihrem Adressbestand, die sich beispielsweise auf Homöopathie oder TCM spezialisiert haben. „Immer mehr Kunden wünschen dieses Adressprofil mit Detailinformation“, sagt Bodo Kröger, Vertriebsleiter von ArztData. „Aber genau dafür ist unser Team auch da.“