

Patientenorientierter und professioneller kommunizieren

KommGe formuliert die Erwartungen der Gesundheitswirtschaft an die Kommunikation der Zukunft

Hamburg, 27. Oktober 2011 – Patientenorientierter und professioneller kommunizieren – vor diesen Herausforderungen steht die Kommunikation in der Gesundheitsbranche nach Ansicht der Experten beim 5. KommGe. Denn für die Vermittlung der komplexen Inhalte benötigt die Gesundheitswirtschaft als weltweit wachsende Zukunftsbranche überzeugende und ansprechende Konzepte: bei der Frage nach der verständlichen Ansprache von Patienten, nach der erfolgreichen Werbung von medizinischen Personal oder bei der Frage nach aktuellen Instrumenten der Informationsvermittlung. „Der Anspruch von Patientinnen und Patienten sowie ihren Angehörigen nach Information ist – zu Recht – in den letzten Jahren immens gewachsen“, sagt Kongressveranstalter Siegmар Eligehausen anlässlich der Abschlusspressekonferenz des 5. KommGe. „Diesen Erwartungen gerecht zu werden und zugleich die modernen Medien einzusetzen, die Konsumenten heute gewohnt sind, stellt insbesondere Gesundheits- und Pflegeunternehmen vor große Herausforderungen“.

Der 5. Kommunikationskongress der Gesundheitswirtschaft, der rund 250 Kommunikationsprofis und Entscheider aus Kliniken, Krankenversicherungen, Industrie und Agenturen aus dem gesamten Bundesgebiet sowie Medienvertreter aus Tages- und Fachmedien in Hamburg zusammenbrachte, diskutierte unter dem diesjährigen Motto „Patienten, Personal, Professionalität, Publicity“ kommunikative Aufgaben, der sich die Gesundheitswirtschaft gegenüber sieht, so beispielsweise: Wie verändert das Internet die Beziehung zwischen Arzt und Patient? Sind Marken in der Medizin wirklich ausschlaggebend für Patientenentscheidungen? Und wie können Kliniken gefahrlos Social Media nutzen? Alle Veranstaltungen zeichneten sich durch einen starken Praxisbezug und eine aktive Einbindung der Zuhörer aus.

„Abgesehen von der pharmazeutischen Industrie liegen große Teile der Gesundheitswirtschaft Jahre hinter den professionellen Kommunikationsstandards anderer Branchen zurück“, sagt Rudi Schmidt, Konzernsprecher der Asklepios Kliniken als Sponsor des Kongresses. „Kongresse wie der KommGe zeigen, dass Kommunikation nur von ausgebildeten Fachleuten und nicht im Nebenjob zu machen ist.“

Auch Simone Hoffmann, Sprecherin der Paracelsus Kliniken Deutschland und Sponsorin des Kongresses, befürwortet intensive Bemühungen um Professionalisierung: „Wenn man die Unternehmenskommunikation für ein großes Unternehmen wie die Paracelsus-Kliniken erfolgreich steuern will, sind professionelle Standards und klare Strukturen essentiell - das gleiche gilt aber auch für regionale Häuser und kleinere Anbieter.“

„Auch im Wettbewerb der Krankenkassen erweist sich professionelle Unternehmenskommunikation zunehmend als ein wesentlicher Erfolgsfaktor neben Angeboten, Service und Beitragsstabilität“, betonte Michael Förstermann, Pressesprecher der IKK classic. Die binnen 24 Monaten durch zwei Fusionen entstandene und zur Nummer sechs der deutschen Krankenkassen aufgestiegene IKK classic war auch in diesem Jahr Partner des KommGe.

Der Kongress, der heute in Hamburg zu Ende geht, war unter anderem wegen seiner hochrangigen Referenten und seiner Themenvielfalt ein großer Erfolg. „Wie noch in keinem Jahr zuvor ist es uns gelungen, die brennenden Themen der Branche zu adressieren und kluge Köpfe dazu zu gewinnen, ihre Ideen mit anderen zu teilen“ resümiert Veranstalter Siegmар Eligehausen. „Wir wünschen uns, dass wir aus der Community wieder viele Hinweise erhalten, wo der Schuh am ärgsten drückt und welche Themen die Branche bewegen“.

Der Kongress-Termin für 2012 steht bereits fest. Der 6. KommGe findet am 9. und 10. Oktober 2012 erneut in der Handwerkskammer Hamburg statt.

Weitere Informationen: www.kommge.de