

Einleitung	1
PROLOG		
P1	Drei Thesen zum Medical-Marketing in der Zukunftsgesellschaft 2
P2	Definitionen des Marketings 6
P3	Besonderheiten des Marketings für ein Krankenhaus 10
P4	Dienstleistungsmarketing 14
P5	Warum Marketing in einem Krankenhaus? 18
I PRODUKT		
1.1	Möglichkeiten und Grenzen des Klinikmarketings 22
1.2	Patientenmarketing 26
1.3	Rechtliche Möglichkeiten und Grenzen der Klinikwerbung 30
II PREIS		
2.1	Wirtschaftlichkeit hat für Marketing- strategen nichts mit Kosten zu tun – sie zeigt sich vielmehr in den Ergebnissen 44
2.2	DRG-Analysen und Marketing 48
2.3	Marketing-Controlling 62
III DISTRIBUTION		
3	Der Wettbewerb entscheidet sich in den Köpfen und Herzen der Kunden 68
IV KOMMUNIKATION		
4.1	Die Erfolgsgeschichte des MediClin Herzzentrums Lahr/Baden 72
4.2	Drei Erfolgsrezepte für erfolgreiches Medical-Marketing 78
4.3	Unternehmenskultur und Leitmotiv 82
4.4	Krisenkommunikation 88
4.5	Krankenhaus als Marke 94
4.6	Einsatz des Internets im Marketing 98
4.7	Virale Kommunikation als Ergänzung zu Pressearbeit und klassischer Kommunikation von Krankenhäusern und Kliniken 112

V PROZESS

5.1	Integrierte Versorgung, ein mögliches Marketinginstrument 122
5.2	Qualität als wesentlicher Wettbewerbsfaktor 126
5.3	Wettbewerbsvorteile durch Transparenz 144
5.4	Marketingstrategien und strategisches Marketing 150
5.5	Umsetzung von Marketing im Krankenhaus – mit Praxisbeispielen aus dem MediClin Herzzentrum Lahr/Baden 156

VI PERSONEN

6.1	Die Marketinggesellschaft 172
6.2	Patientenbeschaffung – die Stunde der Wahrheit 176
6.3	Einweisermarketing 184
6.4	Markt- und Zielgruppenanalyse 188
6.5	Zufriedenheitsanalyse 192
6.6	Internes Marketing als Wettbewerbsvorteil 202
6.7	Pflegemanagement – Marketingaspekte aus der Sicht der Krankenpflege 208

VII PHYSISCHER BEWEIS

7.1	Bundesweiter Spitzenplatz 216
7.2	Ärztliche Kooperationen 218
7.3	Krankenhausmarketing und Ethik 224

ANNEX

	Glossar Marketing 232
	Auswahl kommentierter Literatur zum Thema 240
	Literatur 244
	Autorenverzeichnis 248
	Sachverzeichnis 254
	Stichworte 262