



Katholische  
Hospitalgesellschaft  
Südwestfalen gGmbH

# „Vermarktungs-Check-Up im Darmkrebszentrum Südwestfalen“

Thomas Klur

Referent für Unternehmenskommunikation





Katholische  
Hospitalgesellschaft  
Südwestfalen gGmbH

**Darmzentrum**  
Südwestfalen



- Erstzertifizierung 2007
- kontinuierlich re-zertifiziert
- rd. 1000 Patienten pro Jahr
  - Kolonkarzinome  
rd. 40-45 Primärfälle p. a.
  - Rektumkarzinome  
rd. 30 Primärfälle p. a.
- Besonderheiten:
  - Umfassende Stomatherapie
  - Intersektorale Psychoonkologie
  - Onkologische Fachpflege



# Zeitlicher Ablauf des VCU

Verzögerung

08.11.2016  
Kick-Off

02.02.2017  
Termin-  
abstimmung

14.03.2017  
Ergebnis-  
präsentation

A

A

B

B

C

23.01.2017  
Lieferung  
Materialien

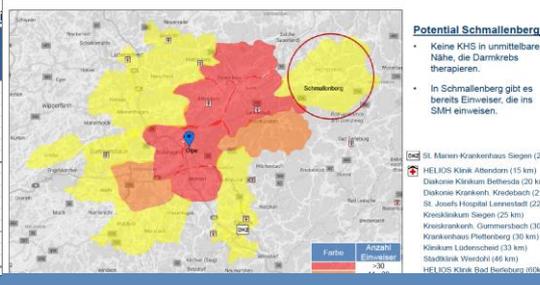
20.02.2017  
Interview und  
Begehung

### 3. Beispiel: Potentialanalyse DKZ Südwestfalen 2016

#### Patientenpotential im Kreis Olpe, Hochsauerlandkreis und Kreis Siegen-Wittgenstein

Kreis	Gebiet*	PLZ	Einwohnerzahl (2011)	Vollstationäre Patienten (ICD 10 C18-21 in Deutschland) in %**	Patientenpotential	Anzahl 2015	Marktanteil 2015
Kreis Olpe	Attendorn	57439	24.508	0,19%	47		
	Drolshagen	57489	11.847	0,19%	23		
	Franzenberg	57413	17.155	0,19%	33		
	Kirchhundem	57399	12.092	0,19%	23		I=260
	Lennebstadt	57368	26.546	0,19%	51		
Hochsauerlandkreis	Olpe	57462	24.847	0,19%	47		
	Werden	57452	19.698	0,19%	37		
	Bestwig	59009	11.454	0,19%	22		
	Eislohe	59889	9.073	0,19%	17		
	Meschede	59872	30.792	0,19%	59		I=225
Kreis Siegen-Wittgenstein	Schmallenberg	57392	25.521	0,19%	49		
	Sundern	59846	28.591	0,19%	54		
	Winterberg	69055	12.998	0,19%	25		
	Stadt Freudenberg	57258	18.011	0,19%	34		
	Stadt Hohenbach	57271	15.353	0,19%	29		I=122
Stadt Kreuztal	57223	30.797	0,19%	59			
Gesamt			119.314	0,19%	609		

### 3. Beispiel: Potential-Analyse des DKZ Südwestfalen 2016



### 3. Ergebnisse und Handlungsempfehlungen Kommunikation

**Website – zentrale Content-Plattform für die Kommunikation**

**Prozedere**

- Leitfaden kommt erst oft zu
- Eine (einfache) visuelle Patienten-Information der Aufhänger. Versteht man anstelle der gewöhnlichen Textversion?

Ständige Information des Patienten im Auftrags-Wartebereich

### 3. Ergebnisse und Handlungsempfehlungen Kommunikation

#### Broschüre zur Selbstdarstellung

**Ansprechendes Design**  
 Kurze Texte  
 Klare Anordnung

**ABER:**  
 keine Infos zur Behandlung. Was passiert während des Aufenthaltes? Was bedeuten diese Infos für meine Situation?

**Zentrale Zielgruppen für ein Instrument!**

#### Website

**Inhalte**

- Schnell-Check-Darmkrebs
- Organigramm
- Kooperationspartner und Kontaktdaten
- Teilnahme an Studien
- Tumorboardkonferenz
- Morbiditäts- und Mortalitätskonferenz
- Veranstaltungen
- Newsletter
- Downloads

**Inhalte bedienen nicht das Patientenbedürfnis.**

**Patient kann solche Menüpunkte nicht einordnen.**

**Einweiserbefragung**

**Patientenbefragung**

#### Entlassmanagement

**Zielsetzung**  
 100 % - 100 % - 100 %  
 100 % - 100 % - 100 %  
 100 % - 100 % - 100 %

**Schwerfeld**  
 Fett und Graue Toner über Hautaufbereitung  
 Fett und Graue Toner über Hautaufbereitung

**Einweiserbefragung**

**Patientenbefragung**

#### Kooperationen mit Firmen

**Möglicher Inhalt:**

- Immunologischer Stuhltest kostenlos für alle Mitarbeiter
- Auswertung durch Partnerlabor des DKZ
- Bei positivem Befund Anschlussbetreuung durch das DKZ
- Begleitprogramm durch das DKZ: Vorträge, Infomaterial, Einladung ins DKZ etc.
- Kooperation als Kommunikationsanlass nutzen

### 3. Ergebnisse und Handlungsempfehlungen Kommunikation

#### Einweiserkommunikation – Empfehlungen

- Infovorträge des Zentrumsleiters per Webinar
- Umsetzung:
  - Live-Tonspur
  - PowerPoint-Folien zur Unterstützung
  - Vortragender per Foto sichtbar
  - 1 – 2 Schwerpunkte pro Webinar
  - Aufzeichnen und danach zur Verfügung stellen
  - Ggf. Zertifizierung für CME-Punkte
  - Einladung per Email mit Link und Rückmeldung

**➔ Ressourcensparend, einfach durchführbar, nachhaltig einsetzbar, modern**

#### Einweiserkommunikation

Regelmäßiger Newsletter an ca. 100 niedergelassene Ärzte  
 2016: 3x  
 2015: 1x  
 2014: 2x

Bisher keine detaillierte Analyse zur Herkunft von Einweisungen

Letzte Einweiserbefragung: 2011

#### Zertifizierung / Qualität – Empfehlungen zur Darstellung

- Spezifische Darstellung einzelner Indikatoren
- Laienverständliche Erklärungen
- Schnelle visuelle Erfassbarkeit
- Leichte Suche über einfache Navigation
- Ergänzende Texte zur Validität der Daten

**Mögliches Tool zur Darstellung von Qualitätsergebnissen:**

**quadata klinik**

#### Zertifizierung / Qualität

**Sehr gut: Prominente Platzierung und patientenverständliche Erläuterung per Video.**

**Zertifikat schwer auffindbar.**

**Keine spezifische Darstellung der Qualität.**

### 3. Ergebnisse und Handlungsempfehlungen Kommunikation

#### Broschüre – Empfehlungen zur Verbesserung

**Patientenratgeber mit hohem Nutzwert**

- Größeres Format (A5 oder A4)
- Lebendigeres Design mit sympathischen Fotos
- Fokus auf Patienten/Angehörige
- Patientenrelevante Informationen zum Behandlungsablauf
- Fachbegriffe und Bezeichnungen übersetzen
- Alleinstellungsmerkmale hervorheben
- Strategischer Einsatz: z.B. als Instrument zur Unterstützung von Einweisern und anderen Partnern nutzen

#### Website

**Erscheinungsbild**

Gut! Riskotest als interaktives Element.

**ABER:**  
 User wird weitergeleitet an externe Domain.

**Website Informationen**

- Wie schnell die Seite aufrufen kann
- Reaktionzeit des Servers
- Reaktionzeit des Browsers
- Reaktionzeit des Netzwerkes
- Reaktionzeit des Betriebssystems
- Reaktionzeit des Betriebssystems

#### Website – gute Auffindbarkeit ist entscheidend

**Eigene Domain**

[www.darmzentrum-suedwestfalen.de](http://www.darmzentrum-suedwestfalen.de)

- Direkte Verlinkung auf Untereiten
- Erwähnung in allen Materialien, bei Pressearbeit, Veranstaltungen etc.

**Suchmaschinenoptimierung**

- Kryptische Seiten-URLs vermeiden: [http://www.hospitalgesellschaft.com/cms/front\\_content.php?idcat=240](http://www.hospitalgesellschaft.com/cms/front_content.php?idcat=240)
- Möglichst viele Backlinks erzeugen (über Social Media und andere Websites)
- Möglichst viele externe + interne Links auf der eigenen Seite
- Responsive Design

**Google**

#### Erstellung eines Controlling-Cockpits sinnvoll

**Erstellung eines Controlling-Cockpits sinnvoll**





Katholische  
Hospitalgesellschaft  
Südwestfalen gGmbH

# Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

## Thomas Klur

Referent für Unternehmenskommunikation

Katholische Hospitalgesellschaft Südwestfalen gGmbH

Hospitalweg 6

57462 Olpe

Fon (02761) 85 – 2558

Fax (02761) 85 – 208 – 2558

t.klur@hospitalgesellschaft.de

www.hospitalgesellschaft.de