

# Marketing: Werbeanzeigen – und noch viel mehr

Kasseler Kompetenz im Marketing für Gesundheitswesen war gefragt – ein Bericht von der ZeMark.

Ende September trafen sich Leiter von Einrichtungen im Gesundheitswesen auf der ZeMark, der Zentralen Marketing-Tagung in Kassel. Dort wurde über aktuelle Trends und Entwicklungen im Gesundheits-Marketing informiert. Dem Ruf der Veranstaltung, organisiert vom Kernke-Institut für Marketing und Kommunikation in der Gesundheitswirtschaft in Kooperation mit der Universität Kassel, Professor Hellstern, folgten rund 90 Teilnehmer und Referenten aus ganz Deutschland.

## In Sachen Marketing besteht ein hoher Informationsbedarf

„In einer Befragung von fast 300 Einrichtungen wurde ein enormer Informationsbedarf in Sachen Marketing ermittelt“, so Sylvia E. Kernke, die mit einer Reihe von Seminaren und Tagungen diese wichtige Thematik aufgreifen will. Denn eine gute Marketingstrategie trägt enorm zur Steigerung der Wirtschaftlichkeit bei.

Sehr facettenreich waren die Themen der elf Referate und Vorträge. Der „Star“-Referent Prof. Dr. von Eiff aus Münster setzte bereits zu Beginn ein Highlight mit seinem Vortrag. Er zeigte auf, wo die deutschen Kliniken und Gesundheitsleistungen im Vergleich zum internationalen Wettbewerb stehen und wie sie sich besser profilieren können.

## Wann wird ein Produkt zu einer „Marke“?

Ein Schwerpunkt der Tagung war die Produktpolitik im Gesundheitswesen.

## Auch Rechtsfragen kamen nicht zu kurz

Rechtsanwalt Stefan Rohpeter, spezialisiert auf Arzt- und Krankenhausrecht, bildete den Abschluss. Für den teilweise sehr undurchsichtigen Paragrafen-Dschungel gab er viele Tipps und Hinweise heraus.

Dominik Ose, klar heraus, Mitarbeiter der Universität Bielefeld, abieten, stellte der wissenschaftliche zentrum mit kompetenten Mitarbeitern und Konzepten für Mitarbeiterfragen, Eventmarketing sowie Praxisbeispiele zur Erstellung von Flyern und Broschüren. Die Geschäftsführerin Sylvia E. Kernke versprach, möglichst viele der Themen zu realisieren – natürlich wie der mit hochkarätigen Referenten.

Das Fazit der Besucher war ausnahmslos sehr positiv. Viele meldeten schon vor der Entwicklung des Produktes auch durch Markenbildung geprägt sein kann. Ein Kompetenz-Zentrum, das den Begriff „Marke“ verdient, sollte auch ein Gesundheits- und Patienteninformationszentrum mit kompetenten Mitarbeitern anbieten, stelle der wissenschaftliche Mitarbeiter der Universität Bielefeld, Dominik Ose, klar heraus.

## Fachanwalt Stefan Rohpeter und Geschäftsführerin Sylvia E. Kernke

Foto: Stephan Kernke

