

Erwartungen des Kliniklers an die Kolleginnen und Kollegen in der Praxis

AEKBV 30.6.11

Dr. Jörg Franke
Leitender Oberarzt der 6. Med. Klinik
(Nieren- und Hochdruckerkrankungen/Rheumatologie)
Chefarzt Prof. J. Mann)
Klinikum Schwabing
Klinikum München GmbH
Tel.: 089 – 3068 – 2386 (Sekretariat)
089-3068-1 (Vermittlung)
joerg.franke@klinikum-muenchen.de



Google Stichworte: Klinik, Einweiser



Einweiser-Marketing: ein Zauberwort im Wettbewerb

Niedergelassene Ärzte zählen zu den wichtigsten Zielgruppen eines Krankenhauses. Wer weist ein, wer nicht? Und wenn nicht, warum nicht? Antworten auf diese Fragen können für das wirtschaftliche Bestehen einer Klinik von ganz entscheidender Bedeutung sein. Kein Wunder also, dass das Thema Einweiser-Marketing für Krankenhausgeschäftsführer immer mehr in den Fokus rückt.

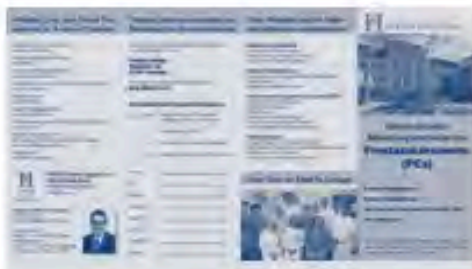
Vielfach treffen Patienten heutzutage eigenständig die Entscheidung, in welchem Krankenhaus sie sich behandeln lassen wollen. Häufiger wird diese Entscheidung aber gemeinsam mit dem Hausarzt getroffen oder wie in den allermeisten Fällen nach wie vor von dem behandelnden Arzt in Eigenregie. Für die Krankenhäuser haben die niedergelassenen Ärzte daher eine enorm wichtige Bedeutung. Sie fungieren als Vermittler zwischen Klinik und Patient und steuern die Patientenströme durch ihre Empfehlungen.

Spezialgebiete - Themenschwerpunkte

Patientenmarketing Presseartikel Patientengeschichten Redaktionelle Anzeigen **Zuweisermarketing**



Klinikbroschüre Charite Berlin,
Leistungsportfolio für Prostatakrebs



Zuweisermarketing - Zuweisermanagement

Die Umstrukturierung im Gesundheitswesen verlangt ein komplettes Umdenken von Krankenhäusern und Versorgungszentren. Um die Zukunftssicherheit eines medizinischen Standortes zu gewährleisten, muss der Patientenfluss ausgebaut bzw. gesichert werden. Eine entscheidende Rolle spielen hierbei die niedergelassenen Fachärzte und die API's im lokalen Einzugsgebiet der Klinik. Vor allem in Ballungszentren, wo der Konkurrenzdruck am höchsten ist, benötigen Krankenhäuser wirkungsvolle Tools für den Ausbau und die Pflege Ihrer Zuweiser. Fortbildungsveranstaltungen und "Ärztstammtische" alleine, reichen für diese Aufgabe nicht mehr aus.

Kommunikations-Tools für erfolgreiches Zuweisermarketing/Zuweisermanagement:

- Krankenhausbroschüre zur Darstellung des Leistungsportfolios jeder Einzelklinik bei bestimmten Indikationen.
- Zielgruppenorientierter Internetauftritt (Patienten, Ärzte, Partner, usw.).
- Extranet - Ärztinformationssystem mit elektronischer Überweisung von Patienten.
- Digitales Zuweisermanagement - Zuweiserdatenbank mit grafischem Auswertungstool.
- Maßnahmenplanung zum Aufbau eines Partner-Beziehungs-Management.
- Presse- und Öffentlichkeitsarbeit.

Google Stichworte: Klinik, Einweiser

König Einweiser

Mit finanziellen Anreizen versuchen Krankenhäuser, einweisende Ärzte an sich zu binden. Doch deren Macht ist groß— und die Mittel der Kliniken sind nicht immer legal
Lukas Heiny

Für 100 € kauft sich das Krankenhaus Patienten von benachbarten Ärzten. Offiziell ist es eine Pauschale, für die „poststationär Behandlung“, wie es in der Vereinbarung mit den Ärzten heißt, also Fädenziehen, Wundbehandlungen, und Ähnliche. Das Geld wird pauschal gezahlt, unabhängig von den wirklichen Leistungen. Denn eigentlich geht bei dem Deal nicht um Medizin: Es ist eine getarnte Kopfprämie - damit rund 25 Ärzte der norddeutschen Klinik Patienten zuschieben. Ein einträchtiges Geschäft. „Wir sichern uns so Patienten“, sagt der Geschäftsführer der Klinik. Er will unerkannt bleiben, solche **Kick-Back-Geschäfte sind illegal.** Mehrere Gerichte haben ähnliche Absprachen verurteilt.

Doch für viele Häuser geht es ums Überleben. Die Geheimabsprechen sind Tiefpunkt eines Trends: Die Bindung einweisender Ärzte wird für die Krankenhäuser strategisch immer bedeutender. Spätestens ab 2009 müssen sie dafür sorgen, dass der Zustrom an Patienten nicht abreißt. Dann fallen die festen Budgets die die Häuser Jahr für Jahr aufs Neue mit den Krankenkassen aushandeln. Dann zählt nur noch die wirkliche Fallzahl.



Marketingagentur für Healthcare & Lifestyle

Home :: Klinikmarketing :: Einweiser-Marketing

Einweiser-Marketing

Von den vielfältigen Möglichkeiten sich vom Mitbewerber positiv abzuheben, spielt die Beziehung zwischen Klinik und Einweisern eine zentrale Rolle. Je besser Ihre Beziehung zu einweisenden Ärzten ist, desto mehr Einweisungen pro Arzt können Sie zukünftig erwarten – neben Honorar und Anzahl der Leistungen die zwei wichtigsten, beeinflussbaren Faktoren.

Daher setzen wir auf den gezielten Aufbau und die Pflege der Krankenhaus-Einweiser-Beziehung.

Wir unterstützen Sie dabei:

Wir unterstützen Sie dabei:

- Die Stärken Ihres Hauses hervorzuheben
- Durch konsequente Analysen, Schwächen aus Sicht der Einweiser gezielt entgegenzuwirken
- Die Erwartungen an Ihr Haus als Schrittmacher für Veränderungen oder Optimierungen zu erkennen und umzusetzen
- Veränderungen im Einweiserverhalten zeitnah wahrzunehmen und gezielte Maßnahmen zu ergreifen
- Eine dauerhafte Stärkung Ihrer Einweiser-Beziehung über umfassende, professionelle und detaillierte Informationen zur Klinik zu erreichen

Klinikmarketing
Corporate Identity
Einweiser-Marketing
Patienten-Marketing
PR & Öffentlichkeitsarbeit
Website|Online Marketing



Vorschläge des Kliniklers zur Zusammenarbeit mit den Kolleginnen und Kollegen in der Praxis

AEKBV 30.6.11

Das Ideal (1)

- Der Zuweiser ruft den betreuenden Arzt in der Klinik vor bzw. bei der Einweisung an
- Die Klinik ruft den Zuweiser bei Notfallaufnahmen innerhalb der ersten Stunden nach Aufnahme an und kann Information abrufen
- Information über Aufnahmegrund / medizinischen und sozialen Hintergrund werden ausgetauscht
 - Diagnosenliste
 - Medikation
 - Die problembezogene Vorgeschichte wird mitgeteilt
- Der Zuweiser/Hausarzt benennt seine Erwartungen bezüglich des Klinikaufenthaltes

Das Ideal (2)

- Entlassungen werden dem Zuweiser vorab mitgeteilt bzw. mit ihm abgesprochen
- Differente medizinische Beurteilungen werden in gegenseitiger Wertschätzung erörtert
- Unzufriedenheiten werden von beiden Seiten artikuliert.
- Regelmäßige Treffen dienen der Synchronisation der med. Grundlageninformationen und dem Meinungsaustausch

Das Ideal funktioniert ! (> 90%)

z.B. in einer nephrologischen Abteilung

- Bei einer überschaubaren Zahl von Akteuren,
 - die sich persönlich kennen
 - die häufig gemeinsame Patienten haben
- Innerhalb eines umschriebenen Fachgebietes
- Auf dem Boden der Dialysestrukturen
 - Dialysebehandlungen müssen geplant werden
 - Diagnose und Medikationslisten liegen formalisiert und aktuell vor

Schwierigkeiten in der Praxis

(aus Kliniksicht)

- Die Praxis ist nicht erreichbar /Die Helferin stellt Anrufe nicht durch
- Rückrufe kommen nach Ende der Dienstzeit des Stationsarztes
- Das Interesse des Zuweisers (Einweisungsgrund) ist nicht ausreichend erkennbar
- Nachfragen werden als Kritik verstanden und führen zu Missstimmungen
- Die Erstellung/Zusammenstellung von Vorbefunden verzögert sich z. T. erheblich

Ggf. wichtige Vorbefunde

- Arztbriefe (von vorangegangenen stationären Aufenthalten)
- Laborverlauf aus dem ambulanten Bereich
- Vor EKGs
- Röntgenbefunde
- *Information über soziale Hintergründe*
- *Patiententestament / Betreuung...*

Der Arztbrief

- soll dem Hausarzt einen raschen Überblick über wesentliche Ergebnisse des stationären Aufenthaltes ermöglichen

aber

- gibt auch die Überlegungen und Grundlagen der Diagnosefindung und Therapie wieder
- dient auch der Dokumentation zur Begründung des stationären Aufenthaltes der Kasse gegenüber
- ist auch grundlegende Information bei erneuten stationären Aufnahmen

Bitte um Verständnis für

- **Umfassendere Arztbriefe**
(sofern eine brauchbare Zusammenfassung enthalten ist)
- **Diskontinuitäten auf der Station wegen der Notwendigkeit zur Nacht- und Wochenenddienstbesetzung**
- **Erheblichen Zeitdruck durch verkürzte Liegezeiten im DRG System**

Bitte um Unterstützung bei

- Erhalt der Fachabteilungsstrukturen
 - z.B. durch gezielte Zuweisung in die Fachabteilungen
 - in Diskussionen mit Klinikverwaltungen
- Erhalt des kurzen Kommunikationsweges
Zuweiser -Klinikfacharzt
 - neben dem Case-management !!!!
- Erhalt der Schreibdienste

Wünsche des Klinikers (Zusammenfassung)

- Mitteilung über med. Vorgeschichte und Medikation so früh wie möglich
- **Mitteilung aller (v. a. fachgebietsfremder) Begleit bzw. Zusatzerkrankungen**
- Möglichst genaue Aufträge an die Klinik bei der Einweisung (enger oder weiter Auftrag)
- Erreichbarkeit für Rückfragen
- Verständnis für komplexere Arztbriefe (solange eine vernünftige Zusammenfassung mitgeliefert wird !)
- Unterstützung der Fachabteilungsstruktur und der kollegialen Kommunikation
- **Keine Einweisung mit der Einweisungsdiagnose: „soziale Indikation“**
- Ein guter und konstruktiver Kontakt mit den Kolleginnen und Kollegen in der Praxis