

Gesundheitseinrichtungen/Medien/**Gesundheit**/Marketing

## **Gesundheitsmarketing: "Wir müssen Grenzen sprengen"**

Utl.: Experten fordern mehr Transparenz und zielgerichtete Kommunikation der Gesundheitsanbieter =

Wien (OTS) - Die ehemalige Gesundheitsministerin Dr. Andrea Kdolsky plädierte am Österreichischen Forum für Gesundheitsmarketing für mehr Transparenz und eine Kommunikation auf Augenhöhe zwischen Ärzten und Patienten. "Moderne elektronische Hilfsmittel bieten zwar vielfältige Chancen, sind aber nur Transport-, kein Allheilmittel", sagte Kdolsky, Managing Director Healthcare Services & Pharmaceuticals PwC PriceWaterhouseCoopers Wirtschaftsprüfung und Steuerberatung GmbH, bei der Abschlussdiskussion. "Eines der größten Probleme unseres Gesundheitssystems ist, dass wir zwar miteinander reden, viel zu oft aber nicht verständlich kommunizieren können. Ärzte sind heute akademische Dienstleister und haben die Verpflichtung, in einer Sprache zu kommunizieren, die Patienten auch verstehen", so die Expertin weiter. Noch immer würde mehr als die Hälfte der Patienten auch nach einem ärztlichen Aufklärungsgespräch nicht wissen, wie ihre Diagnose lautet.

Zwtl.: Gießkanne hat ausgedient

Auch Ines Windisch, Präsidentin des Pharma Marketing Club Austria, sieht in puncto Kommunikation noch großen Nachholbedarf. Die beim Forum präsentierten Marketingprojekte aus dem Gesundheitsbereich seien ein klarer Beleg dafür, wie wichtig eine zielgesteuerte, zielgruppenorientierte Kommunikation ist: "Die Zeit des Gießkannenprinzips ist in der Gesundheitskommunikation endgültig vorbei." Die öffentlichen Gesundheitsanbieter sollten sich dabei nicht scheuen, Kooperationsprojekte mit der Wirtschaft einzugehen, um deren Marketingkompetenz für sich zu nutzen.

Kdolsky sprach sich außerdem für mehr Transparenz bei der Nutzung von Gesundheitsdaten aus: "Alle fürchten sich davor, Gesundheitsdaten offenzulegen. Ich akzeptiere diese Ängste nicht." Fundierte Daten seien Voraussetzung für wissenschaftliche Erkenntnisse, eine bessere Bildung und effizientere Behandlungsmethoden.

Die Verlagerung des Fokus weg von der reinen Reparaturmedizin hin zur verstärkten Prävention sowie die in der Gesundheitsreform festgeschriebene Strategie "Health in All Policies" verlange zudem eine Überwindung von Ressortgrenzen sowie eine Neudefinition von politischen Zuständigkeiten, fordert Kdolsky: "Dazu müssen wir auch ein goldenes Kalb schlachten: den Föderalismus."

Zwtl.: Der Patient als Kunde

Für Dr. Martin Gleitsmann, Leiter der Abteilung für Sozialpolitik und **Gesundheit** in der Wirtschaftskammer, wurde mit der Gesundheitsreform zumindest der richtige Weg eingeschlagen: "Jetzt müssen wir nach dem Erkennen und Analysieren unserer Probleme aber auch handeln", verlangt Gleitsmann. Für ihn kommt dem Begriff Transparenz dabei zentrale Bedeutung zu: "Da muss sich zukünftig noch viel mehr tun. Das System hat sich bisher ganz bewusst selbst abgeschirmt. Wenn ich etwa als Patient in ein Krankenhaus muss, dann würde ich vorher gerne wissen: Was ist das für ein Haus, was kann es - und was kann es nicht? Das ist technisch heute überhaupt kein Problem. Es ist nur die Frage: Will ich transparent sein? Oder anders: Will ich kundenorientiert sein?"

Für mehr Konsequenz und Geschwindigkeit plädiert Gleitsmann auch bei der Umsetzung der E-Medikation: "Dass immer noch täglich Menschen an der Medizin Schaden nehmen, weil wir das noch nicht haben, ist für mich ein Wahnsinn. Da wünsche ich mir mehr Tempo, damit das endlich umgesetzt wird."

Einig waren sich alle Experten und Teilnehmer des Forums, dass mit dieser Veranstaltung ein Thema in den Mittelpunkt der öffentlichen Diskussion gerückt ist, das die Entwicklung des heimischen

Gesundheitssysteme in den kommenden Jahren entscheidend mitbestimmen wird. Erfolg oder Misserfolg von privaten wie öffentlichen Gesundheitseinrichtungen werden von einem zielgruppenorientierten Marketing zukünftig noch viel stärker abhängen als bisher. Dort, wo Ärzte zu Dienstleistern werden und der Markt das Angebot bestimmt statt umgekehrt, wird das Marketing an Bedeutung zulegen. Daher haben sich die Teilnehmer unisono für eine Fortsetzung der Veranstaltung im nächsten Jahr ausgesprochen.

Zwtl.: Über das Forum für Gesundheitsmarketing

Marketing im Gesundheitswesen - was auf den ersten Blick wie ein Widerspruch wirkt, birgt bei näherem Hinsehen ein Potenzial an zukunftsweisenden Themen. Vieles davon haben andere Branchen wie etwa der Tourismus oder der Lebensmittelhandel schon längst für sich entdeckt und besetzt. Die Gesundheitsbranche hinkt hinterher - schließlich passiert "Kranksein" ohnehin von selbst.

Das Forum für Gesundheitsmarketing nimmt sich unter der Dachmarke "**GESUND** INFORMIERT" dieser Themen an und veranstaltet dazu regelmäßig Kongresse und Arbeitskreise mit hochrangigen Experten der Branche. **GESUND** INFORMIERT ist ein Gemeinschaftsprojekt von vielgesundheit.at, der größten heimischen Medizinmediathek, und dem auf Gesundheitsthemen spezialisierten Redaktions- und PR-Unternehmen Publish Factory GmbH.

Einen umfassenden Überblick über den Auftakt-Event, das Forum für Gesundheitsmarketing in Wien, finden Sie auf [www.gesundinformiert.at](http://www.gesundinformiert.at).

~

Rückfragehinweis:

Publish Factory Medienproduktion GmbH

Tel.: 0043 2236 384348

<mailto:haiden@publishfactory.at>

~

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/3271/aom>

\*\*\* OTS-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLIESSLICHER INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSENDERS - WWW.OTS.AT \*\*\*

OTS0050 2013-10-22/10:13

221013 Okt 13