

4. Kongress Preview

Klinik Kommunikation 2008

Die wichtigsten Impulse für Klinikkommunikation,
Marketing und Public Relations

27. bis 30. Oktober 2008 in Köln



KLINIK
AWARD

mit Preisverleihung und
Gala-Abend am 28.10.08

Hauptsponsor:



Medienpartner:



Co-Sponsoren:



Sponsor KlinikAward:



Kooperationspartner:

DGCC
DVKC

WHO/Unicef-Initiative
„Babyfreundliches Krankenhaus“

GQMG
VLKKD

Das ist Ihr Nutzen

Systematische Klinikkommunikation von A bis Z

Zwei Kongresstage präsentieren alle Themen rund um Theorie, Konzeption und Praxis von Klinikmarketing und PR. Zwei zusätzliche Seminartage bieten Ihnen eine kostenoptimale Möglichkeit, sich systematisch fortzubilden. Im Programm finden Sie Empfehlungen zu Zielgruppen und Wissensniveaus der einzelnen Kongresselemente als Leitfaden für Ihre persönliche Planung.

- A** Anfänger
- F** Fortgeschrittene
- E** Experten

Top-Referenten aus dem In- und Ausland

Auf dem Kongress erfahren Sie alles über innovative Strategien und Maßnahmen aus erster Hand. Nationale und internationale Referenten wie Joann Rodgers, Top-Klinikmarketingfrau aus den USA, geben ihre Erfahrungen persönlich an Sie weiter. In Workshops und Diskussionsforen bekommen Sie Ideen und Tipps für Marketing und PR für große wie für kleine Häuser.

Ideen für ein ganzes Jahr

Der Kongress bietet einen maximalen Praxisnutzen: Die mehr als 70 Referenten und Presenter kommen aus der Praxis und präsentieren Ihnen ihre Erfolgsprojekte. Von Konzeptionen über Maßnahmen bis hin zu konkreten Ergebnissen stellen sie alle Details vor. Und: Alle wichtigen Inhalte zu den einzelnen Veranstaltungen erhalten Sie auf dem Kongress als Zusammenfassungen.

Die Besten der Branche

Im BestPractice-Forum, dem Gala-Abend mit der Verleihung des KlinikAward und in den Workshops sehen Sie die besten Projekte des Jahres: bis zu 40 Nominierte und Gewinner des KlinikAward sowie weitere Kliniken mit herausragenden Projekten.

Hervorragendes Preis-Leistungs-Verhältnis

Ein großes Lob gilt jedes Jahr dem Preis-Leistungs-Verhältnis. In diesem Jahr bieten wir Ihnen bis zu vier spannende, praxisnahe und professionelle Tage als Fortbildung und zum Austausch mit Kollegen. Damit lohnt sich die Anreise noch mehr!

Über 240 Teilnehmer beim Kongress 2007:
konzentrierte Arbeitsatmosphäre in den
Medienwerkstätten

Kongressprofil

Das Ziel

Der Kongress vermittelt praxisnahes Know-how und liefert jedem Teilnehmer Ideen und Instrumente zur Optimierung der eigenen Marketing-, PR- und Kommunikationsmaßnahmen.

Der Kongress bietet Kliniken mit innovativen und qualitativ hochwertigen Maßnahmen und Projekten eine Plattform, sich der Branche zu präsentieren.

Die Zielgruppe

Der Kongress ist optimal abgestimmt auf die Bedürfnisse von

- Geschäftsführern und Verwaltungsleitern,
- Mitarbeitern aus Marketing, Öffentlichkeitsarbeit, Controlling und Qualitätsmanagement,
- Chefärzten und Pflegeleitung.

Die Teilnehmer und Referenten kommen aus Deutschland, Österreich, der Schweiz und den USA. Angesprochen werden Akut-, Reha- und Fachkliniken.

Termin und Tagungsort

- 27. bis 30. Oktober 2008
- Tagungsort ist das Maternushaus, Kardinal-Frings-Str. 1-3, 50668 Köln.

Das Expertenseminar am 30. Oktober findet im Rotonda Business Club, Salierring 32, 50677 Köln statt.

Die Themengebiete

Der Kongress wächst mit den Ansprüchen der Zielgruppe: Von drei Tagen wird der Kongress in diesem Jahr auf vier Tage erweitert. Die Veranstaltungen decken folgende Themengebiete ab:

- Strategisches Marketing
- Zuweiserkommunikation
- Pressearbeit/PR
- Patientenkommunikation
- Internet/Neue Medien
- Interne Kommunikation
- Marketingcontrolling
- Qualitätsmarketing
- Case- und Caremanagement



Top-Referenten

Joann Rodgers

Joann Rodgers ist eine der führenden Klinikmarketing-Experten in den USA. Beim Johns Hopkins Hospital, einem der besten Krankenhäuser der USA, ist sie seit 1984 verantwortlich für die gesamte interne und externe Kommunikation im Print-, Radio- und Fernsbereich. Unterstützt wird sie durch 25 Mitarbeiter, hinzu kommt ein Stab von zehn Personen, der täglich den Informationsfluss innerhalb und außerhalb koordiniert. Zu ihren großen Projekten zählt „The Hopkins Medical Letter – Health after 50“ mit über 500.000 bezahlten Abonnements. Vor ihrer Tätigkeit in Baltimore war sie 18 Jahre lang preisgekrönte Medizin-Journalistin und Kolumnistin. > **For 24 years now you and your colleagues have been promoting the world-famous Johns Hopkins Hospital and the Johns Hopkins University School of Medicine. What is the secret of the team’s success?** „The leadership recognized that the intellectual drive of faculty physicians, as well as the dedication of nurses and other caregivers, were the foundation of reputation. As a consequence, they have invested substantial resources not only in classical marketing and advertising, but also in high level news and information services, and reputation and brand management“. Wir freuen uns auf Joann Rodgers am zweiten Kongresstag.



Prof. Dr. med. theol. Matthias Volkenandt

Matthias Volkenandt ist Theologe und Arzt an der Dermatologischen Klinik der Ludwig-Maximilians Universität München sowie Vorstandsmitglied des Interdisziplinären Zentrums für Palliativmedizin. Er legt Wert auf eine umfassende und sensible Kommunikation zwischen Arzt und Patient. Auf die Aussage „Wir haben keine Zeit“ antwortet er: „Gute Gespräche dauern nicht länger als schlechte.“ > **Was zeichnet gute Gespräche zwischen Arzt und Patient aus und wie können diese zum Erfolg einer Klinik beitragen?** „Zu den Grundlagen gehört ein Einüben der Grundelemente des ‚Aktiven Zuhörens‘ und der ‚Empathischen Antwort‘ – Elemente, die in emotional belastenden Situationen immer einer fachlichen Antwort vorausgehen sollten und die häufig auch in sehr kurzen Arzt-Patienten-Gesprächen realisiert werden können“. Professor Volkenandts Vortrag ist Teil des Gala-Abends am ersten Kongresstag.



Top-Referenten



Birgit Fischer

Birgit Fischer war von 1998 bis 2005 Gesundheits- und Sozialministerin des Landes Nordrhein-Westfalen. Sie ist stellvertretende Vorsitzende der Barmer Ersatzkasse, der mit 7,2 Millionen Versicherten größten Krankenkasse Deutschlands.



Catrin Gekle

Catrin Gekle sah, nach ihrer Tätigkeit bei BOSS, schon früh die Entwicklungs- und Veränderungsfähigkeit der Gesundheitsbranche, die sie zunächst als Leiterin für Unternehmensentwicklung und Marketing bei den Kliniken Essen-Mitte umsetzte. Mittlerweile ist sie auf Vorstandsebene bei der ATEGRIS GmbH für Change Management und Marketing zuständig und ‚Managerin des Jahres‘ 2007.



Priv.-Doz. Dr. Mathias Goyen

Dr. Goyen war von 2004 bis 2007 Leiter Unternehmenskommunikation & Marketing am Universitätsklinikum Hamburg-Eppendorf, bevor er als Geschäftsführer und CEO zur Tochtergesellschaft UKE Consult & Management GmbH wechselte. Er wurde 2006 zum ‚Manager des Jahres‘ gewählt.



Leo A. Nefiodow

Leo A. Nefiodow ist seit 1965 in Forschung und Entwicklung tätig, zudem als Berater des Bundesministeriums für Forschung und Technologie, mehrerer Landesregierungen, internationaler Organisationen und privater Unternehmen. Zu seinen Schwerpunkten zählt die Zukunftsforschung.



Dr. med. Andreas Tecklenburg

Seit 2004 ist Dr. Tecklenburg Vorstand der Krankenversorgung der Medizinischen Hochschule Hannover und zugleich Vizepräsident der Hochschule. Er ist Vorstandsmitglied des Verbands der Universitätsklinika Deutschlands (VUD).

___ Seminar am Mo, 27.10.2008

_____ „Strategisches Marketing für Führungskräfte“

Strategisches Marketing nimmt eine Schlüsselstellung für den Unternehmenserfolg Ihres Krankenhauses ein. Das Seminar vermittelt gezielt für die Krankenhaus-Führungsebene das wichtigste Klinikmarketing-Wissen. Erfahren Sie von Stephan Rotthaus, einem der erfahrensten Experten für Klinikmarketing im deutschsprachigen Raum und geschäftsführendem Gesellschafter von rotthaus.com, wie Sie mit marktorientierten Strategien, Maßnahmen und Medien ein wirkungsvolles Marketingkonzept umsetzen.



F E

_____ Die Themen

- Systematische Marketingplanung - die zentrale Steuerung Ihrer Aktivitäten
- Wettbewerbssituation, SWOT-Analyse, Alleinstellungsmerkmale (USP)
- Kernprofil und Markenstrategie
- Zielformulierung und Einbindung in die Unternehmensplanung
- Systematische Kundenbindung und -pflege (Customer Relationship)
- Maßnahmenplanung und Marketingcontrolling
- Umsetzung des strategischen Marketings anhand von zwei Case Studies

_____ Zielgruppen, Termin und Ort

Geschäftsführung, Marketingleitung, Controlling

- Montag, 27.10.2008
- 10-17 Uhr im Maternushaus

_____ Der Nutzen für Ihre Klinik

In dem Seminar erfahren Sie anhand konkreter Umsetzungsbeispiele und Checklisten, wie Sie ein Marketingkonzept für Ihre Klinik erstellen und umsetzen. Das Tagesseminar zur perfekten Einstimmung auf den Kongress – praxisnäher geht es nicht.

_____ Ab 19.30 Uhr Kollegentreff

Fachlicher Austausch und gemütliches Beisammensein im Kölschen Brauhaus.

Kongresstag I am Di, 28.10.2008

Hier präsentieren wir Ihnen eine kurze Vorschau auf das Kongressprogramm.

Keynotes

- **KEYNOTE I:** „Wachstum und Aufschwung im Gesundheitsmarkt - Der sechste Kondratieffzyklus gewinnt an Dynamik“ LEO A. NEFIODOW/NORMAN NEFIODOW
- **KEYNOTE II:** „Der Klinikmarkt wird international. Ein Erfahrungsbericht zu Auslandsmarketing und Patientenakquise.“ PRIV.-DOZ. DR. MATHIAS GOYEN

Unser BestPractice-Forum

Das Forum präsentiert die besten Marketing- & PR-Konzepte und -Maßnahmen des Jahres.



- **DIE AWARD-NOMINIERUNGEN:** Bis zu 40 Kliniken präsentieren Ihnen und der Jury die Strategien und Umsetzungen, mit denen sie sich um den Klinik-Award in diesem Jahr bewerben.



- **DIE BESTEN ERFOLGSGESCHICHTEN:** In diesem Bereich präsentieren Kliniken und Unternehmen der Gesundheitsbranche herausragende Umsetzungen mit messbarem Erfolg.



- **DIE BESTEN TOOLS:** Wir stellen Ihnen die wichtigsten Instrumente für erfolgreiches Marketing und PR vor.

Speaker's Corner



- **SPEAKER'S CORNER I:** Thema Zuweisermarketing. Sie stellen Fragen und diskutieren mit Mitgliedern unseres Ärztlichen Beraterkreises, einer ausgewählten Gruppe niedergelassener Ärzte, über die optimale Pflege Ihrer Zuweiser.
- **SPEAKER'S CORNER II:** Neuverteilung der Aufgaben im Krankenhaus der Zukunft am Beispiel Case Management

Die Medienwerkstätten



INTERNET UND PRINT: Optimieren Sie gemeinsam mit Profis Ihre Medien anhand unserer Checklisten und Best-Practice-Beispiele.

Ab 19.00 Uhr Gala-Abend

Genießen Sie den Abschluss des ersten Kongress-tages mit den Gewinnern des Klinik-Award, der Jury, der Fachpresse und Kollegen aus der Branche in angenehmer Atmosphäre (siehe Seite 11).

– Kongresstag II am Mi, 29.10.2008

Dieser Kongresstag bietet Ihnen eine Fülle von Workshops, von denen wir Ihnen hier eine erste Auswahl zeigen. In jedem Workshop haben Sie Gelegenheit, individuelle Fragen zu stellen.

Keynote

„Reputation and Brand Management: Best Practices from the USA in Discovery Marketing and Earned Media“ JOANN RODGERS

- A** Anfänger
- F** Fortgeschrittene
- E** Experten

Strategisches Marketing

1. „Fünf vor zwölf? Mit Marketing und Mitarbeitermotivation den Unternehmenserfolg sichern.“
HAGEN HEIGEL
2. „Durch Vernetzung und Standards Markenwerte schaffen – Die Kommunikation der HELIOS Kliniken“ TOBIAS MEIXNER
3. „Vertriebschance Privatpatienten und Selbstzahler – das Best Care-Programm der DKV“
DR. MED. MARTINA SCHILLING

F E

F E

A F E

Zuweiserkommunikation

4. „Belegarztwesen, Schnittstelle stationär-ambulant, Einbindung der niedergelassenen Ärzte: Wesentliche Veränderungen im Gesundheitsmarkt“ MATTHIAS WALLHÄUSER
5. „Die besten Strategien der Zuweiserbindung – fünf Beispiele aus der Praxis“
STEPHAN ROTTHAUS

A F E

A F E

PR/Pressearbeit

6. „PR und Pressearbeit im Aufschwung – erfolgreiche Kommunikation am Beispiel Klinikum Ingolstadt“ JOSCHI HAUNSPERGER
7. „Klinikzeitschriften erfolgreich gestalten am Beispiel der Salzburger Landeskliniken“
MICK WEINBERGER
8. „Höhen und Tiefen von Pressearbeit im Krankenhaus“ HEIKO LESKE
9. „Gute Pressarbeit für Gesundheitsthemen. Wie sieht eine optimale Zusammenarbeit zwischen Krankenhäusern und Lokalredaktion aus?“ WILHELM KLÜMPER

A F

A F

A F

A F

Internet

10. „Rehabilitation im Web: Gelungene Kundenkommunikation durch Informationstiefe und emotionale Nähe“ THOMAS STEINACKER
11. „Zielgruppenmarketing am Beispiel Geburtshilfe: Das neue Elternportal der WHO/Unicef-Initiative „Babyfreundliches Krankenhaus“ GISELA MEESE, M.A.

A F

A F

Interne Kommunikation

12. „Zielvereinbarungsgespräche – wie Sie mit interner Kommunikation die Projektvorhaben in Ihrem Haus unterstützen“ HELGA BOHNET

F E

Patientenkommunikation

13. „Migranten als Kunden – Patientenakquise am Beispiel des Städtischen Klinikums München“ ELISABETH WESSELMAN
14. Forum: Qualitätsmanagement und Marketing
DR. MED. MARIA EBERLEIN-GONSKA

F E

A F E 

Ab ca. 19 Uhr Domführung

Wir laden Sie zu einer exklusiven Führung über die Dächer des Kölner Doms ein (begrenzte Plätze).
Nach der Führung spazieren wir am Rhein zur nagelneuen Bistolounge „Kap am Südkai“.

REDAKTIONSSESSEL

Köln ist eine der größten Medienstädte in Deutschland. Das nutzen wir als Standortvorteil für unseren Kongress. Sehen Sie bei Redaktionsbesuchen im Kölner Stadtanzeiger und bei n-tv wie Journalisten arbeiten und was sie von Ihnen erwarten.



Seminar am Do, 30.10.2008



A F

„Zuweisermarketing: Zuweiser systematisch binden und akquirieren“

Wie kann der Kontakt zu den Zuweisern verbessert und die Kommunikation effektiver gestaltet werden? Wer sich den entscheidenden Wettbewerbsvorsprung bei der Lenkung der Patientenströme sichern will, muss sich diese Fragen stellen – bis zu 90 % der Patienten folgen den Empfehlungen des Arztes bei der Krankenhauswahl. In dem Seminar stellt Ihnen Stephan Rotthaus das aktualisierte „Neun-Ebenen-Modell“ der Zuweiserkommunikation vor. Sie erfahren konkrete Strategien und Instrumente zur Zuweiserbindung.

Die Themen

- Das „Neun-Ebenen-Modell“ der Zuweiserkommunikation
- Kriterien der Krankenhauswahl aus Sicht der niedergelassenen Ärzte
- ABC-Analyse der Zuweiser und potenzialorientierte Zielgruppendefinition
- Die „Optimierte Zuweiserbefragung“
- Strategien und Instrumente zur Zuweiserbindung
- Zuweiserportale als „Königsweg“ der Zuweiserbindung?
- Medien: vom Internet bis zum Zuweiser-Newsletter
- Die Zielgruppe der Nichtzuweiser
- Beispiele aus der Praxis

Zielgruppen, Termin und Ort

Geschäftsführung, PR/Marketing, Qualitätsmanagement, Klinik-ärzte, Pflege, Sekretariate mit Zuweiserkontakten, Sozialdienste von Rehakliniken

- Donnerstag, 30.10.2008
- 10-17 Uhr im Rotonda Business Club

Der Nutzen für Ihre Klinik

Eine bessere Zuweiserbindung sichert Ihnen einen entscheidenden Wettbewerbsvorsprung bei der Lenkung der Patientenströme. Mit diesem Tagesseminar runden Sie Ihre Teilnahme am Kongress ab.

Der KlinikAward

Wir wissen, wie wichtig Innovationen und neue Ideen in der Klinikbranche sind und zeichnen dieses Jahr zum dritten Mal Kliniken mit dem KlinikAward aus.

In diesem Jahr schreibt rotthaus.com den KlinikAward in sechs Kategorien aus:

- Bestes Marketingkonzept
- Bestes Zuweiserkonzept
- Beste Website
- Manager/in des Jahres

Mit Kooperationspartnern:

- Bestes Marketing einer Kinderklinik (mit VLKKD)
- Bestes Marketing eines „Babyfreundlichen Krankenhauses“ (mit WHO/Unicef-Initiative)

Kliniken aus Deutschland, Österreich und der Schweiz können bis zum 10. September 2008 (Datum des Poststempels) ihre Bewerbungsunterlagen einreichen.

Zusätzlich zu den schriftlichen Bewerbungen wird die Jury am Tag der Verleihung alle Nominierten bitten, sich im Rahmen des BestPractice-Forums auf dem Kongress zu präsentieren. Am Abend werden dann die Gewinner die begehrte Trophäe vor den Augen des Fachpublikums entgegen nehmen. Alle Nominierten erhalten vorab die Auszeichnung als Award-Nominierte.

Neben Prestige und PR-Vorteil für die eigene Klinik durften sich die Gewinner des KlinikAward 2007 über die kostenlose Teilnahme an der Fachexkursion nach Washington freuen. Einige der Awards 2008 sind entsprechend dotiert.

Bewerben Sie sich! Alle Details finden Sie unter www.klinikaward.org.

Bewerbungsfrist:
10. September 2008



Sponsor
Manager/in
des Jahres:

Kienbaum[®]
Executive Search
Human Resource & Management Consulting



Der Gala-Abend

Der KlinikAward wird im Rahmen des Kongresses während einer exklusiven Abend-Gala verliehen. Wer die Gewinner sind, bleibt bis zur letzten Minute geheim. Spannung ist garantiert!

Festvortrag

Nachdem im vergangenen Jahr Prof. Dr. Linus Geisler zum Thema Medizin und Ethik einen spannenden Festvortrag hielt, dürfen sich alle Gäste auch in diesem Jahr auf einen ereignisreichen Abend freuen.

Prof. Dr. Matthias Volkenandt, Theologe und Arzt an der Dermatologischen Klinik der Ludwig-Maximilians Universität München, rückt das Thema „Mit den Patienten sprechen“ in den Mittelpunkt seiner Rede. Nach der Preisverleihung laden wir Sie zu einem Gala-Dinner ein. Den Abend können Sie anschließend mit interessanten Gesprächen und guter Musik ausklingen lassen.

Ein schöner Ausklang

Wie im letzten Jahr wird die Gala von Helge Haas, bekannt aus der Sendung „Kopfball“ der ARD, moderiert.

Genießen Sie den Abschluss des ersten Kongresstages mit den Gewinnern und den Nominierten des KlinikAward, der Jury, der Fachpresse und Kollegen aus der Branche in angenehmer Atmosphäre.

Dienstag, 28. Oktober 2008, 19.00 Uhr
Maternushaus
Köln



Kongress-Extras

Kollegentreff

Am Montag, 27. Oktober, lassen wir den Abend im Kölner Brauhaus Sion* (Unter Taschenmacher 5-7) ausklingen. Bei Kölsch und regionalen Spezialitäten, wie *halvem Hahn* oder *Himmel un Äd*, bietet sich die Gelegenheit, sich auf den Kongress einzustimmen.

Domführung



Am Mittwoch, 29. Oktober, laden wir Sie zu einer exklusiven Führung über die Dächer des Kölner Doms ein. Die Teilnahme ist kostenlos für Kongressteilnehmer dieses Tages; die Plätze sind begrenzt und werden nach Reihenfolge der Anmeldung berücksichtigt. Nach der Führung spazieren wir am Rhein entlang zur Bistolounge „Kap am Südkai“* im Rheinauhafen, der nach seiner Modernisierung ein außergewöhnliches Flair bietet.

Ideenwettbewerb



In diesem Jahr schreibt rotthaus.com neben dem KlinikAward einen Ideenwettbewerb aus, der jeden Teilnehmer in seiner Kreativität fordert. Die genaue Aufgabenstellung erfahren Sie kurzfristig, die Bearbeitung und Abgabe erfolgen an den beiden Kongresstagen. Der Gewinner wird am 29. Oktober zum Abschluss des Tages bekanntgegeben.

Kongressdokumentation



Neben dem Austausch mit Kollegen ist die strukturierte, fachliche und praxisnahe Fortbildung Ziel des Kongresses. Sie erhalten alle Inhalte der Veranstaltungen systematisch aufgearbeitet und übersichtlich in eine exklusive Kongressmappe geordnet – so haben Sie bei Ihrer Arbeit immer alles griffbereit.

Zertifikat

Zusätzlich bekommen Sie ein Zertifikat, das ihre Teilnahme mit allen besuchten Seminaren und Workshops dokumentiert.

* Verzehr auf eigene Rechnung



Rustikal bis exklusiv – jeder Abend bietet Ihnen ein abwechslungsreiches Programm

Übersicht der Referenten



HELGA BOHNET Personal-/Organisationsentwicklung und QM am Mutterhaus der Borromäerinnen, Trier



DIPL. PM RENÉ BOSTELAAR Pflegedirektor der Uniklinik Köln



GESINE DANNENMAIER Geschäftsführerin der KTQ GmbH



DR. MED. MARIA EBERLEIN-GONSKA, Leiterin Qualitätsmanagement, Universitätsklinikum Carl Gustav Carus Dresden



ULRICH GLATZER Chefredakteur Klinik Management Aktuell kma

FRANZ-HUBERT GREIFF Leitender Arzt für Medizin-Management am Katholischen Krankenhaus Duisburg, Vorstandsmitglied des DVKC



JOSCHI HAUNSPURGER Leiter der Stabsstelle Presse/PR des Klinikum Ingolstadt



HAGEN HEIGEL Geschäftsführer der St. Vinzenz Klinik Pfronten im Allgäu GmbH

WILHELM KLÜMPER stellvertretender Chefredakteur der WAZ

HEIKO LESKE Pressesprecher Universitätsklinikum Leipzig



GISELA MEESE, M.A. Geschäftsführerin der WHO/Unicef-Initiative „Babyfreundliches Krankenhaus“



TOBIAS MEIXNER Leiter Unternehmenskommunikation & Marketing der HELIOS Kliniken GmbH



THOMAS MICHAS Trainer für Kommunikation, Berater & Coach, rotthaus.com



NORMAN NEFIODOW Diplom-Theologe und Geschäftsführer der Cerno Bild Paderborn

PETER OTTEN Oevermann Networks Bergisch Gladbach

DR. MED. MARTINA SCHILLING Leiterin Ambulante Rehabilitation und Netzwerkmanagement, Strategisches Gesundheitsmanagement der DKV AG

DR. MED. SIGRID SCHLEUSSNER Ärztin für Psychiatrie, Mitglied des Ärztlichen Beraterkreises



THOMAS STEINACKER Leiter Print- und Onlinemedien der Dr. Becker Klinikgesellschaft



MICK WEINBERGER Leiterin PR und Klinikmarketing der Salzburger Landeskliniken

MATTHIAS WALLHÄUSER Rechtsanwalt in der Anwaltssozietät Leinen & Derichs Köln

ELISABETH WESSELMAN Fachreferentin Interkulturelle Versorgung am Städtischen Klinikum München

Planungsstand: 20. Mai 2008; einzelne Referenten angefragt, Änderungen vorbehalten

Referenten der bisherigen Kongresse:
Tobias Meixner, James Saunders, Prof. Dr. Linus Geisler, Ulrich Glatzer, Prof. Dr. Jörg Debatin, Dr. Brigitte Mohn

Zielgruppen und Empfehlungen

Hier sehen Sie auf einen Blick, welcher Kongresstag für welche Zielgruppen maßgeschneidert ist.

	Strategie-Seminar 27.10.	Kongresstag I 28.10	Kongresstag II 29.10.	Zuweiser-Seminar 30.10.	
					Geschäftsführer und Verwaltungsleiter
					Chefärzte
					Leiter Marketing, Öffentlichkeitsarbeit und Unternehmenskommunikation
					Mitarbeiter in Marketing und Öffentlichkeitsarbeit
					Sekretariate
					Assistenten der Geschäftsführung
					Qualitätsmanager
					Controller



Gala-Abend mit Klinik-Award-Verleihung

Teamrabatt

Nutzen Sie den Teamrabatt: Ab der zweiten Anmeldung aus einer Klinik erhalten Sie auf diese einen Rabatt von 10%.

Pakete und Preise*

- Kongresspaket „Basis“**  + 
Frühbucherstaffel bei Anmeldung:
bis 15.6.: **580 €** bis 31.7.: **620 €** bis 15.9.: **660 €** danach: **700 €**

- Kongresspaket „Strategie“**  +  + 
bis 15.6.: **780 €** bis 31.7.: **840 €** bis 15.9.: **900 €** danach: **960 €**

- Kongresspaket „Zuweiser“**  +  + 
bis 15.6.: **780 €** bis 31.7.: **840 €** bis 15.9.: **900 €** danach: **960 €**

- Kongresspaket „Premium“**  +  +  + 
bis 15.6.: **980 €** bis 31.7.: **1060 €** bis 15.9.: **1140 €** danach: **1220 €**

- Gala-Abend mit KlinikAward** 
 Buchung zu Einzeltag oder nur Gala-Abend **120 €** (Begrenzte Plätze)
- Buchung zu einem Kongresspaket **60 €**

- Einzeltag**
Frühbucherstaffel bei Anmeldung:
bis 15.6.: **320 €** bis 31.7.: **340 €** bis 15.9.: **360 €** danach: **380 €**

- Kongressdokumentation 80 €/Tag** für folgende Tage:
(ist bei den gebuchten Tagen im Preis enthalten)

Anmeldung

Vorname/Nachname

Krankenhaus

Funktion

Straße

PLZ/Ort

Telefon

E-Mail

Unterschrift

- Bitte Teamrabatt berücksichtigen
 - Ich wünsche vegetarische Verpflegung.
- Die umseitigen AGB werden akzeptiert.

*Die angegebenen Preise gelten nur für Mitarbeiter von Kliniken und Krankenhäusern (siehe AGB Punkt 4).

Bitte per Telefax zurücksenden an
(02 21) 43 09 19-10

 **Melden Sie sich direkt an!**

Kurzportrait und AGBs

rotthaus.com bewegt sich seit sechs Jahren im Klinikmarkt, hoch spezialisiert, mit direkten Kundenkontakten zu über 550 Akut- und Rehakliniken in Deutschland, Österreich und der Schweiz.

Unser Schwerpunkt liegt in der Entwicklung und Umsetzung integrierter Kommunikationskonzepte für Kliniken in Public Relations, Marketing und Werbung. Mit insgesamt 14 Mitarbeitern sind wir klein genug, um mit Leidenschaft und persönlichem Engagement bei der Sache zu sein. Und groß genug, um unseren Kunden ein breites Leistungsspektrum anbieten zu können.

Weitere Informationen: AGENTUR: www.rotthaus.com

KONGRESS: www.klinikkommunikation2008.org

AWARD: www.klinikaward.org

Allgemeine Kongressbedingungen:

1. Mit der Einsendung des von Ihnen ausgefüllten und unterschriebenen Anmeldeformulars bieten Sie dem Veranstalter rotthaus medical GmbH (rotthaus.com) schriftlich den Abschluss eines Vertrages an und akzeptieren damit gleichzeitig diese Allgemeinen Kongressbedingungen. Nach Eingang der Anmeldung erhalten Sie eine Anmeldebestätigung/Rechnung. Mit Absendung dieser Anmeldebestätigung/Rechnung nimmt der Veranstalter Ihr Vertragsangebot an. Die Teilnehmerzahl bei den einzelnen Veranstaltungen ist begrenzt. Die Buchung erfolgt in der Reihenfolge des Anmeldezeitpunkts.

2. Der Tagungsbeitrag versteht sich inkl. Verpflegung, Kongressgetränken und Teilnahmeunterlagen. Nicht enthalten sind Übernachtung, zusätzliche Getränke bei Mittagessen und Abendgala, Parkgebühren, Verpflegung während des Rahmenprogramms. Kosten für gebuchte und bezahlte Leistungen, die nicht in Anspruch genommen werden, werden nicht erstattet.

3. Mit der Anmeldung erteilen Sie uns die Erlaubnis, Sie während der Veranstaltungen des Kongresses zu fotografieren oder zu filmen und diese Fotos oder den Film in der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für diesen und folgende Kongresse sowie für rotthaus.com zu verwenden. Die Namen der Teilnehmer werden in einer Teilnehmerliste veröffentlicht. Sind Sie nicht damit einverstanden, dass Ihr Name in dieser Liste veröffentlicht wird, teilen Sie uns dies bitte bei Ihrer Anmeldung schriftlich mit. Mit Ihrer Anmeldung erkennen Sie das Urheberrecht der Referenten an den von ihnen erstellten Präsentationen und Unterlagen an. Eine Vervielfältigung und/oder Verbreitung der Unterlagen muss vorher genehmigt werden.

4. Der Tagungsbeitrag für den Kongress beträgt für Krankenhäuser und Kliniken zwischen 320 und 380 Euro für einen Tag, 580 bis 700 Euro für zwei Tage, 780 bis 960 Euro für drei Tage und 980 bis 1220 Euro bei der Buchung von vier Tagen. Die Höhe des Betrags ist abhängig vom Anmeldezeitpunkt. Die Stichtage für die jeweils nächsthöhere Preisstaffel sind 15. Juni, 31. Juli, 15. September und 26. Oktober 2008.

Alle Preisangaben zzgl. MwSt. Der Tagungsbeitrag ist bei Anmeldung fällig. Ein Rücktritt von der Buchung muss schriftlich erklärt werden; maßgeblich ist das Datum des Eingangs der Rücktrittserklärung bei dem Veranstalter.

Im Falle des Rücktritts entstehen folgende Kosten:

- Rücktritt bis einschließlich 06.08.2008: 25% der Teilnahmegebühr
- Rücktritt bis einschließlich 12.09.2008: 50% der Teilnahmegebühr
- Bei Rücktritt nach dem 08.09.2008, bei Nichterscheinen oder bei höherer Gewalt ist der gesamte Teilnahmebeitrag zu zahlen.

Sie können jederzeit einen Ersatzteilnehmer aus Ihrer Klinik für diesen Kongress benennen.

Für andere Teilnehmer als Mitarbeiter von Krankenhäusern beträgt der Tagungsbeitrag für den Kongress jeweils 560 Euro pro Tag.

Bei einer Anmeldung im Team werden ab der zweiten Person 10 % Rabatt gewährt. Die Anmeldungen für den Teamrabatt müssen gleichzeitig vorliegen.

5. Änderungen des Programms aus wichtigen Gründen wie etwa Änderung von Referenten oder Absage des Kongresses bei zu geringer Nachfrage behalten wir uns vor. In diesem Fall erstattet rotthaus.com den bereits geleisteten Tagungsbeitrag. Die Haftung des Veranstalters ist in jedem Fall auf die Höhe des Tagungsbeitrags begrenzt.

6. Soweit es sich nicht um wesentliche Pflichten aus dem Vertragsverhältnis handelt, haftet rotthaus.com für sich und seine Erfüllungsgehilfen nur für Schäden, die nachweislich auf einer vorsätzlichen oder grob fahrlässigen Pflichtverletzung im Rahmen des Vertragsverhältnisses beruhen und noch als typische Schäden im Rahmen des Vorhersehbaren liegen. Sie beteiligen sich als Teilnehmer auf dem Kongress auf eigene Gefahr. Es gilt das materielle Recht der Bundesrepublik Deutschland. Gerichtsstand für alle Streitigkeiten aus der Teilnahme des Kongresses ist Köln, soweit der Vertragspartner Kaufmann, juristische Person des öffentlichen Rechts oder öffentlich-rechtliches Sondervermögen ist oder keinen allgemeinen Gerichtsstand in Deutschland hat. Die Unwirksamkeit einer der vorstehenden Bedingungen berührt die Wirksamkeit der übrigen Bedingungen nicht.