

KRANKENHAUS



KOMMUNIKATION



Michael Nasaroff

Wie entwickle ich eine gute Patientenbroschüre?

... und wie finanziere ich sie?

Der Informationsbedarf von Patienten im Krankenhaus ist groß. Essens- und Weckzeiten, Freizeitangebote, Telefonnummern und, und, und, die Liste wichtiger Informationen ist lang.

Eine Patientenbroschüre gibt diese Informationen und erfüllt darüber hinaus noch weitere Funktionen: Sie ist eine Informationsquelle für einweisende Ärzte und profiliert das Krankenhaus nach außen und innen. Sieht man sich einmal die Auflagenzahlen von Patientenbroschüren an, die in einem Jahr verteilt werden, so kommen je nach Größe des Hauses leicht einige tausend Exemplare zusammen.

Ganz unterschiedliche Zielgruppen können dabei dieses Medium zu ihrer Information nutzen:

- Patienten
- einweisende Ärzte
- Mitarbeiter des eigenen Hauses
- Angehörige
- Apotheken im Umfeld
- Taxizentralen
- Zulieferer des Krankenhauses
- neue Mitarbeiter
- Einzelhandelsgeschäfte im Umfeld

Die Patientenbroschüre ist somit einer der zentralsten Image- und Informationsträger eines Krankenhauses, nach innen und außen.

In vielen Fällen wird die Entwicklung dieser Mediums jedoch Anzeigenverlagen überlassen. Was dabei herauskommt, ist oft nicht das Papier wert, auf dem es steht.

Oft sind diese Broschüren mit 20 bis 30 Anzeigenseiten vollgestopft und erübrigen lediglich 2 bis 8 Seiten für das Haus selbst, die zudem meist so

allgemein gehalten sind, daß sie auf fast jedes Krankenhaus passen.

Andere Patientenbroschüren beinhalten das Fernsehprogramm für 14 Tage und geben nur so nebenbei Informationen über das Krankenhaus.

Damit verliert ein Haus die Möglichkeit, wertvolle Informationsarbeit zu leisten und sich vor seinen Mitbewerbern zu profilieren.

Wie entwickelt man nun eine gute Patientenbroschüre, und wie bekommt man Hilfe bei der Finanzierung?

Tip 1

Sie brauchen eine Checkliste Die Realisation einer Patientenbro-

»STOP« DEM DIEBSTAHL!



**ZIMMERSAFES
EINFACH + SICHER + PREISWERT**

**SERVISAFE FM-SYSTEMS GMBH
Telefon+Fax 06122-17252**

schüre erfordert die Koordination mehrerer Stellen, oft über einen langen Zeitraum hinweg. Es ist daher wichtig, einen „Ablaufplan“ zu erstellen, der die Aueinanderfolge verschiedener Arbeitsschritte und deren Verantwortliche mit Fertigstellungsterminen wiedergibt. Bekommen alle Beteiligten einen solchen Plan, eine Art Checkliste, können Termine und Arbeitsschritte vereinbart werden, und es kann losgehen. (Da die Entwicklung einer solchen Checkliste einiger Erfahrung bedarf, können Sie diese Checkliste auch kostenlos beim Autor abrufen.)

Tip 2

Erarbeiten Sie eine Gliederung
Was gehört in die Patientenbroschüre hinein? Welche Informationen sollte sie beinhalten?

Hier ein paar Kapitelüberschriften als Ideensammlung und Hilfestellung. Dabei müssen nicht alle zwingend in Ihrer Broschüre vertreten sein:

- persönliche Ansprache des Verwaltungsleiters
- der erste Tag in unserem Hause
- Orientierung in Ihrem Zimmer mit kurzer Beschreibung der wichtigsten Einrichtungen
- Besuch: Regeln und Zeiten
- Freizeitmöglichkeiten im Krankenhaus mit Öffnungszeiten und kurzer Vorstellung
- Radio und Fernsehen, was Sie über die Handhabung wissen müssen
- wichtige Telefonnummern und Ansprechstellen
- Patientenrechte und -pflichten
- einige Informationen zur Krankenhausverpflegung mit den jeweiligen Essenszeiten
- über die Visite und die Rechte der Patienten
- Auflistung der einzelnen Abteilungen mit Fachgebieten, Bettenzahl, Chefarzt (Achtung: keine Wertungen, da Verstoß gegen das Heilmittelwerbegesetz!)
- Schwester und Pfleger im Krankenhaus
- konfessionelle Angebote im Haus (soweit vorhanden)
- kurzer Ablauf der Geschichte des Krankenhauses, mit einigen Eckdaten
- Ausblicke auf die Zukunft (zum Beispiel Projekte und Bauabschnitte)

- Informationen zur Entlassung
- Lageplan des Hauses mit einzelnen Abteilungen und Häusern
- Stichwortverzeichnis
- Einstecktasche auf der letzten Seite

Tip 3

Arbeiten Sie mit Externen zusammen

Man kann nicht alles selber machen. Schon bei der Textentwicklung fängt es an. Nichts ist schwerer, als für das eigene Haus zu schreiben, da man vorbelastet ist. Suchen Sie deshalb die Zusammenarbeit mit Externen, da diese objektiv und wertfrei über Ihr Haus berichten können. So können Sie den Bereich Textentwicklung, Gestaltung und die gesamte Druckabwicklung durch einen Externen abwickeln lassen.

Tip 4

Lassen Sie den Inhalt rechtlich prüfen

Das Krankenhaus ist gleich mehrere Male von Gesetzen eingeschränkt. Hier sind vor allem das Heilmittelwerbe-Gesetz (HWG), das Landesrecht des Arztes und das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) zu nennen.

Da eine Patientenbroschüre einer großen Zahl von Menschen zugänglich ist, kann hier leicht ein Verstoß geahndet werden. Zwar sind die juristischen Konsequenzen im ersten Ahndungsfall als gering einzustufen, Ihre Patientenbroschüre dürfen Sie jedoch dann in dieser Form nicht mehr vertreiben. Leicht sind dann hier Druck und Entwicklungskosten in fünfstelliger Höhe umsonst. Prüfen kann hier zum einen Ihre zuständige Ärztekammer, die im Falle einer Landesrechtsverletzung aktiv werden würde, und freie Rechtsanwälte, die sich in diesem Bereich auskennen. Wichtig ist, daß Sie auch bei der Abwicklung mit Externen auf diese Prüfung bestehen.

Tip 5

Sprechen Sie potentielle Sponsoren an

Die Umsetzung einer Patientenbroschüre kostet Geld, das meist im Krankenhaus nicht vorhanden ist, da für Kommunikationsmaßnahmen

keine Budgets definiert werden. Sprechen Sie daher Unternehmen, die mit dem Krankenhaus in einer geschäftlichen Verbindung stehen, gezielt auf die Entwicklung Ihrer Patientenbroschüre an. In vielen Fällen sind Sponsoren bereit, Geld zu investieren, wenn sie eine Gegenleistung erhalten.

Eine Anzeige in der Broschüre könnte eine solche Gegenleistung darstellen. Wichtig ist dabei nur der Umfang Ihrer Anzeigenakquisition, denn Sie wollen ja eine Patientenbroschüre mit 2 bis 3 Anzeigen entwickeln und kein Anzeigenheft mit 2 bis 3 Seiten Informationen zum Krankenhaus. Sie können das nötige Geld auch aus zusätzlichen Quellen erhalten. Fördervereine oder Zusatzeinnahmen durch eigene Werbung im Krankenhaus (s. Artikel Heft 12/94) helfen Ihnen dabei.

Tip 6

Legen Sie den Umfang und das Format der Broschüre fest

Je früher Sie festlegen, wie viele Seiten und welches Format Ihre Broschüre haben soll, um so eher können Sie Inhalte streichen. Meist ist es bei der Entwicklung so, daß der historische Teil einen zentralen Stellenwert einnimmt. Nicht zuletzt, weil hier die meisten Informationen vorhanden sind. Dieser Teil sollte jedoch den gleichen Raum einnehmen wie die anderen Bereiche, denn: Die Patienten interessiert nicht so sehr, was einmal war – sondern was jetzt ist...

Faustregel bei der Entwicklung sollte ein Umfang von 20 bis 24 Seiten in einem Format von DIN A4 oder DIN A5 sein.

Tip 7

Drucken Sie mit einer gut lesbaren und weitzeiligen Schrift

Ihre Patientenbroschüre wird auch von älteren Patienten gelesen. Hier ist es wichtig, ein Schriftbild festzulegen, das dies berücksichtigt. Sie sollten die Schriftgröße daher nicht unter 10 Punkt setzen.

Tip 8

Beachten Sie Gestaltungsrichtlinien
Die Wort-Bild-Marke Ihres Hauses gehört ebenso zu den Gestaltungs-

„Die Patienten interessiert nicht so sehr, was einmal war – sondern was jetzt ist...“

linien wie etwa Hausfarben oder eine genau festgelegte Schrifttype. Gibt es in Ihrem Hause solche Richtlinien, sollten sie unbedingt in der Broschüre angewendet werden. Existieren diese Regeln nicht, sollten Sie diese mit einem Externen entwickeln.

Tip 9

Ergänzen Sie Ihre Patientenbroschüre mit Aktuellem Die letzten Presseberichte, ein Weihnachtsgruß oder aktuelle Ausstellungen im Haus sind Informationen, die Sie in Ihre Patientenbroschüre einfließen lassen können. Eine Einstecktasche auf der letzten Seite ermöglicht Ihnen immer, aktuelle Informationen als Loseblattwerke einzufügen.

Tip 10

Machen Sie Ihre Patientenbroschüre allen Zielgruppen zugänglich Sie haben etwas zu sagen und können stolz auf Ihre Broschüre sein. Deshalb sollten Sie nicht mit Exemplaren geizen. Jeder neue Patient sollte sein Exemplar bei der Aufnahme erhalten oder spätestens auf seinem Zimmer vorfinden. In Aufenthaltsräumen können Sie einige Exemplare auslegen. Niedergelassene Ärzte erhalten die Broschüre mit einem persönlichen Anschreiben zu ihrer Information und können sie, eventuell als einweisende Ärzte, schon vor dem ersten Krankenhausaufenthalt an Patienten abgeben.

Bei Pressekontakten kann die Broschüre wertvolle Informationen liefern. Bei einer Publikumsveranstaltung, wie etwa einem Tag der offenen Tür oder einer Kreißsaalbesichtigung, kann die Broschüre eingesetzt werden.

Tip 11

Arbeiten Sie mit einem Fotografen zusammen Und dann war da noch die Schwester mit ihrer Spiegelreflexkamera, die so gerne fotografierte. Oft findet man solche qualitativ minderwertigen Fotos in Patientenbroschüren wieder. Ein professioneller Fotograf dagegen kostet zwischen 1500,- und 2000,- DM pro Tag. Ein Honorar, das in Ihrem Budget enthal-

ten sein sollte. Diese Fotos können Sie dann gleich mehrfach nutzen, zum Beispiel für Ihre Mitarbeiterzeitung oder für Jubiläen, indem Sie dem Jubilar ein Fotoalbum vom Haus schenken.

Denn ein Bild sagt mehr als tausend Worte – und darum sollte es gut sein.

Fazit: Die Patientenbroschüre stellt den ersten Schritt in eine ernstgemeinte Krankenhauskommunikation dar. Als Basismedium liefert sie gleich mehreren Zielgruppen wichtige Informationen über das Krankenhaus. Wichtig ist daher, sein eigenes Bild zu

prägen und nicht auf 08/15-Lösungen von Anzeigenverlagen zurückzugreifen. Nötige Finanzmittel sind hier über verschiedene Quellen zu beschaffen: eigene Geldmittel oder/und Spenden von Sponsoren oder einem Förderverein. Wichtig ist der Einsatz Ihrer Patientenbroschüre gleich bei mehreren Anlässen und Zielgruppen und damit verbunden eine wiederkehrende Aktualisierung.

Kontaktadresse des Autors:

Michael Nasaroff
In der Delle 21
53773 Hennef
Tel. 0 22 48/25 84

„Ein Bild sagt mehr als tausend Worte – und darum sollte es gut sein.“



Entscheidungsbaum-Programm
für Windows 3.1

HEAD 3.5

Realistische Kosten-Nutzen-Analyse der tatsächlichen Kosten von Präparaten und Therapien. Gut geeignet zur Vorbereitung von Verhandlungen oder zum interaktiven Einsatz im Rahmen von Kosten-Nutzen- und Fallpauschalen-Analysen

Wichtige Leistungen von HEAD 3.5

- Einfachste (intuitive) Bedienung unter Windows
- Sehr schnelles Vorliegen von Ergebnissen
- Individuelles Design von Entscheidungsbäumen
- Modifikation bestehender Entscheidungsbäume
- Sehr einfaches und schnelles Modellieren von Ergebnissen; u.a. mittels Sensitivitätsanalyse (Kosten & Wahrscheinlichkeiten) und Verwendung von Bibliotheken (Im- und Export von Ästen der Entscheidungsbäume)
- Grafische Bildschirmdarstellung der Ergebnisse

Preise

Vollversion: DM 998,-

Demo: DM 48,- – wird bei Kauf angerechnet
(Preise inkl. MwSt.)

m&m GmbH – Kronwinkler Str. 24 – 81245 München
Tel: 089-8633880 Fax: 089-8634498