

Zuweiser integriert in die strategische PR-Ausrichtung eines Krankenhauses

Die Kommunikation mit Zuweisern schwebt nicht im luftleeren Raum oder ist auf Zufälle angewiesen. Im optimalen Fall ist die Zuweiserkommunikation in eine grundlegende Kommunikationsstrategie eines Krankenhauses eingebunden. Ebenso wie Mitarbeiter, Kooperationspartner oder Medien wird auch der Zuweiser als Zielgruppe erkannt und mit Informationen über das Haus und die Vorgänge im Haus beliefert. Nun werden Sie vielleicht sagen: „Wir informieren doch schon mit unserem Internetauftritt und diverse Broschüren. Jeder kann da nachlesen, was wir tun. Außerdem treten wir regelmäßig, zum Beispiel telefonisch, mit unseren Zuweisern in Kontakt.“ Sicherlich haben Sie Recht und diese Maßnahmen gehören bereits zu einem guten Kommunikationskonzept. Doch für ein wirklich erfolgversprechendes Konzept brauchen Sie konkrete Antworten auf folgende Fragen:

- Wie stellt sich Ihr Haus gegenüber dem Zuweiser dar?
- Welches Bild hat er von Ihren Dienstleistungen und den Mitarbeitern?
- Wie groß ist das Vertrauen des Zuweisers in das Haus und warum ist es so?
- Wie regelmäßig kontaktieren Sie Ihre Zuweiser tatsächlich?
- Mit welchem Hintergrund stellen Sie den Kontakt her?
- Welche für ihn wichtigen Informationen erhält der Zuweiser?
- Mit welchen Mitteln informieren Sie ihn?
- Sehen Sie in Ihren Zuweisern mehr als nur Ärzte mit ausschließlich patientenzuweisender Funktion?

Diese Fragen beantwortet in jedem Fall ein professionelles Kommunikationskonzept. Sollten Sie selbst keine personellen Ressourcen haben, ein solches Konzept zu erstellen oder es fehlt schlichtweg am Know-how, so gibt es Dienstleister, die sich auf die strategische PR-Konzeption und deren Umsetzung spezialisiert haben. Bei der Auswahl einer solchen Agentur ist es wichtig, sich die Erfahrung und die Referenzen genau anzuschauen. Gerade im medizinischen Bereich gibt es viele rechtliche Dinge, die bedacht werden müssen, bevor Maßnahmen zur Kommunikation ergriffen werden können. Ebenso sollten die Mitarbeiter einer solchen Agentur praxisnah mit Krankenhäusern gearbeitet haben und damit qualifiziert sein, PR-Konzeptionen und die daraus entstehenden Maßnahmen kompetent zu erstellen und begleiten zu können.

Zuweiser sind Teil eines Kommunikationskonzeptes. Um mit ihnen auch in der Krise gut und zielgerichtet kommunizieren zu können, müssen schon vorher die notwendigen Kommunikationswege geebnet sein. Wer erst in der Krise beginnt, den Zuweiser als Zielgruppe ernst zu nehmen, der hat einige Chancen im Vorfeld bereits vertan. Es ist daher wichtig und notwendig, die Zielgruppe Zuweiser von Anfang an in ein Kommunikationskonzept mit einzubinden.

Viele Krankenhäuser haben bereits ein solches umfassendes Konzept für sich erstellt oder durch einen externen Dienstleister erstellen und die einzelnen Maßnahmen umsetzen lassen. Die Grundlage für dieses Vorgehen ist in den meisten Fällen ein vom ganzen Haus verabschiedetes Leitbild, über das alle Zielgruppen durch verschiedene Medien informiert wurden. Dies kann zum Beispiel durch eine spezielle Broschüre, Hausmitteilung, Flyer oder über Informationen im Internet oder Intranet geschehen.