

ENTWICKLUNGEN UND TRENDS IM KRANKENHAUSMARKETING

SABINE LOH ÜBER IHRE NEUE KOLUMNE
IN DER KU GESUNDHEITSMANAGEMENT

Schreiben und die Auseinandersetzung mit gesellschaftsrelevanten Themen bereiten mir seit jeher viel Freude. Bevor ich mich vor sechs Jahren an einer führenden konfessionell getragenen Klinik in Deutschland bewarb und dort nach kurzer Zeit die Leitung des Marketings und der Unternehmenskommunikation übernahm, habe ich viele Jahre als Journalistin und in der PR-Beratung gearbeitet. Die redaktionelle Text- und Bildarbeit war mir dabei immer besonders wichtig, insbesondere im Zuge neuartiger und ungewöhnlicher Berichte und Kampagnen.

Da fügt es sich ganz wunderbar, dass ich ab sofort eine Marketing-Kolumne für das KU-Fachmagazin schreiben darf. Welche Themen ich Ihnen präsentieren möchte? Neue Entwicklungen, Trends und Fragestellungen, die Patient:innen und Mitarbeiter:innen in Kliniken und Praxen bewegen, und die somit an uns, das Marketing und die Öffentlichkeitsarbeit, als Kommunikations- und Vermittlungsaufgabe herangetragen werden.

Anhand konkreter Beispiele werden wir sehen, wie sich etwa der Online-Informationsbedarf seitens der Patienten und Mitarbeitenden gewandelt hat und weiter rasant ändert. Welche Angebote wir hier entwickeln sollten, um den steigenden Erwartungen gerecht zu werden.

Schließlich werden wir uns auch den humorigen Seiten der Kommunikation zuwenden. Wenn Sie sich auf meine erste Kolumne im Oktober einstimmen möchten, versuchen Sie doch vorab einmal über das Internet hilfreiche Informationen zu Volkskrankheiten, wie Blasenentleerungsstörungen, Hämorrhoiden und Fußpilz zu erhalten. Ich freue mich schon heute, Sie als meine Leser:innen begrüßen und Ihnen über meine Internet-Recherche berichten zu dürfen.

Ihre
Sabine Loh

