

Antwort

Bibliomed
Medizinische Verlagsgesellschaft mbH
z. Hd. Frau Silvia Scherf
Stadtwaldpark 10
34212 Melsungen

1. Kasseler Symposium für Krankenhausmanager

„Marke, Marken- und Gesundheitsleistungen“
Eine Strategie zur Abgrenzung vom Wettbewerb

Donnerstag, 30. Juni 2005
Kongress-Palais Kassel

Allgemeine Hinweise

Wissenschaftliche Leitung:
Holger Strehlau-Schwoil,
Geschäftsführer der Dr. Horst-Schmidt-Kliniken GmbH, Wiesbaden
Wissenschaftlicher Leiter des 1. Kasseler Symposiums

Veranstalter:
Bibliomed Medizinische
Verlagsgesellschaft mbH

Bibliomed
Medizinische Verlagsgesellschaft mbH

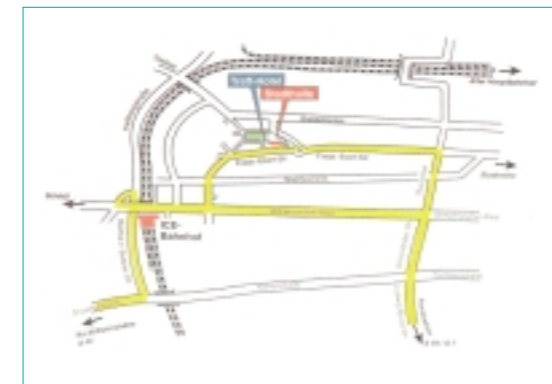
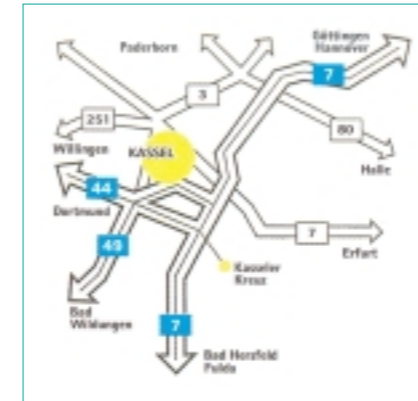
Symposiumssekretariat:
Silvia Scherf
Bibliomed Medizinische Verlagsgesellschaft mbH
Stadtwaldpark 10 · 34212 Melsungen
Telefon: 0 56 61 / 73 44-83
Fax: 0 56 61 / 83 60
E-mail: silvia.scherf@bibliomed.de
Internet: www.bibliomed.de

Tagungsort:
Kongress-Palais Kassel
Friedrich-Ebert-Straße 152
34119 Kassel
Telefon: 05 61 / 78 82-172

Hotelreservierung:
Bitte nehmen Sie Ihre Zimmerreservierung
bei Bedarf selbst vor:
Ramada-Treff-Plaza-Hotel
Baumbachstraße 2 · 34119 Kassel
Telefon: 05 61 / 7 81 00
Fax: 05 61 / 7 81 01 00
Kennwort: 1. Kasseler Symposium

Wir danken der B. Braun-Stiftung
für ihre finanzielle Unterstützung.

Anfahrt



Über Autobahnen

- A 44 aus Richtung Eisenach Dreieck KS-Ost Ausfahrt 78 auf A 7 Richtung FFM, Würzburg
- A 7 auf A 49 Kreuz KS-Mitte / Ausfahrt 79
- A 49 Kassel Auestadion / Ausfahrt 5
- A 44 aus Richtung Dortmund Kassel – Wilhelmshöhe Ausfahrt 68

Mit der Bahn

Vom ICE-Bahnhof-Wilhelmshöhe erreichen Sie das Kongress Palais Kassel – Stadthalle mit der Straßenbahn Linie 4 (Richtung Papierfabrik oder Helsa) – Haltestelle Stadthalle oder per Taxi

1. Kasseler Symposium für Krankenhausmanager

Einladung und Programm



Donnerstag, 30. Juni 2005
Kongress-Palais Kassel

Wissenschaftliche Leitung:
Holger Strehlau-Schwoil

Thema:

**Marke, Marken- und
Gesundheitsleistungen**
*Eine Strategie zur
Abgrenzung vom Wettbewerb*

BRAUN
SHARING EXPERTISE

Vorwort

Sehr geehrte Damen und Herren,

fahren Sie Auto – oder Mercedes, BMW und Audi? Greifen Sie zum Papiertaschentuch oder zum Tempo? Kleben Sie mit Leim oder mit Uhu?

Sie merken, es gibt zwar eine Fülle von Produkten, aber erst die richtige Marke verleiht dem Produkt Identität, grenzt es ab im Angebot, vermittelt das Gefühl von Qualität und Wertigkeit. Der Glanz der Marke strahlt auf ihren Nutzer ab.

Und wie ist das im Gesundheitswesen? Dort haben einzelne Ärzte einen guten Ruf. In jeder Stadt mag es eine Handvoll sein.

Und bei den deutschen Kliniken? Da ist es vielleicht eine Handvoll, die national oder international Renommee genießt.

· Bieten Sie in Ihrem Haus bestimmte, abgrenzbare Produkte an mit einem spezifischen Angebot, das Sie von einem Mitbewerber unterscheidet, oder nehmen Sie wie alle anderen auch „nur“ die Blinddärme raus?

· Halten Sie es für ausgeschlossen, dass ein potentieller Patient mehr Zeit darauf verwendet, die richtige Fachwerkstatt für sein Auto zu finden, als das richtige Krankenhaus für seine Operation?

Dabei ist die Gesundheit doch unser höchstes Gut. Ihr Erhalt und ihre Pflege verdienen es, gegenüber der Öffentlichkeit, dem Kunden und Patienten anders dargestellt zu werden.

Wir wollen mit Ihnen darüber sprechen, wie Marken und Marketing funktionieren, wie Marken zu kreieren, zu „vermarkten“ sind. Wir wollen, dass Sie sich

mit der Idee, der Marke vertraut machen. Warum soll das, was bei Autos, Genussmitteln und Lifestyle-Produkten funktioniert, nicht auch die Chance eröffnen, Gesundheitsleistungen als so wertvoll und einmalig zu präsentieren, wie sie es wirklich sind.

Wir laden Sie deshalb

**am Donnerstag, dem 30. Juni 2005,
zum 1. Kasseler Symposium
für Krankenhausmanager**

ein, um mit Ihnen das Thema

**„Marke, Marken- und Gesundheitsleistungen“
Eine Strategie zur Abgrenzung vom Wettbewerb**

zu diskutieren.

Es soll der Auftakt einer Veranstaltungsreihe sein, mit der wir Ihnen, den Krankenhausmanagern, ein durchaus exklusives Forum eröffnen wollen, um gemeinsam im Dialog mit Ihnen Wegbereiter der Zukunft zu sein.

Mit besten Grüßen

Holger Strehlau-Schwoll

Geschäftsführer der Dr. Horst-Schmidt-Kliniken GmbH, Wiesbaden
Wissenschaftlicher Leiter des 1. Kasseler Symposiums

Dr. Meinrad Luga

Vorstandsmitglied der B. Braun Melsungen AG, Melsungen

Programm

Donnerstag, 30.06.2005

**Marke, Markenleistungen und Gesundheitsleistungen
Eine Strategie zur Abgrenzung vom Wettbewerb**

9.30 Uhr Empfang

Ausgabe der Tagungsunterlagen

10.00 Uhr Einführung in das Thema

Holger Strehlau-Schwoll,
Geschäftsführer, Dr. Horst-Schmidt-Kliniken, Wiesbaden

10.30 Uhr Gesundheitswirtschaft und Markenentwicklung

Dr. h. c. Ludwig Georg Braun,
Vorstandsvorsitzender, B. Braun Melsungen AG

11.00 Uhr Marke und Strategien der Marktwirtschaft

Uni.-Prof. Dr. Franz-Rudolf Esch, Lehrstuhl
für Marketing, Justus-Liebig-Universität Giessen

12.00 Uhr Diskussion

12.15 Uhr Mittagspause

13.15 Uhr Marktwirtschaft in der Gesundheitswirtschaft

Prof. Heinz Lohmann,
Berater in der Gesundheitswirtschaft, Hamburg

13.45 Uhr Chirurgie als Marke

Prof. Dr. Dr. h. c. M. W. Büchler, Geschäftsführender
Direktor der Chirurgischen Universitätsklinik, Heidelberg

14.15 Uhr Medienstrategien zur „Vermarktung“ einer Marke

Justus Oehler, Pentagram Design, Berlin

14.45 Uhr Kaffeepause

15.15 Uhr Markenprodukte aus dem Blickwinkel der Industrie

Dr. rer. nat. Meinrad Luga,
Vorstandsmitglied der B. Braun Melsungen AG

15.45 Uhr Markendienstleistungen aus dem Blickwinkel der Versicherung

Dr. h. c. Herbert Rebscher, Vorsitzender des Vorstandes,
Deutsche Angestellten-Krankenkasse, Hamburg

16.30 Uhr Abschlussdiskussion

Holger Strehlau-Schwoll

17.00 Uhr Ende der Veranstaltung

Anmeldung

Anmeldeschluss am 24. Juni 2005

Bitte für jeden Teilnehmer separat ausfüllen, abtrennen, frankieren und absenden an Bibliomed Medizinische Verlagsgesellschaft mbH, Melsungen.

Hiermit melde ich mich verbindlich zum
1. Kasseler Symposium für Krankenhausmanager
am 30. Juni 2005 an.

Name: _____

Vorname: _____

Institut: _____

Abteilung: _____

Straße/Nr.: _____

PLZ/Ort: _____

Tel./Fax: _____

Datum _____ Unterschrift _____