

## Betriebswirtschaftliches Basiswissen

Die Betriebswirtschaftslehre	5
Wichtige Begriffe	7
Marketing, aber wie?	13
Die Instrumente im Marketing	18
Märkte	24
Nachtrag	28

## Werben = informieren?

Werbung	33
Abgrenzung von Werbung	33
Informationen sind wichtig	35
Einstellung zu Werbung	36
Der Wunsch nach Information	38
Information ja, aber welche?	39
Werbung in der Medizin: Pro und Kontra	40
Bestandsanalyse Werbemaßnahmen	43
Informationsgehalt	47
Information ohne Informationswert	47
Sinn von Marketing und Werbung	49
Arten von Werbung	50
Werbeadressaten	51
Selbstzahlerleistungen	54
Kostenbewußtsein schaffen	56
Zuzahlung aktivieren	57
Mit Information werben	58
Neue Imagegestaltung	58
Nachtrag	60

## Werbe Gesetze und -verbote

Überblick über die deutschen Gesetze	65
Musterberufsordnung für Ärzte	66
Heilmittelwerbe gesetz	70
Ges. gg. den unlauteren Wettbewerb	102
Ges. gg. Wettbewerbsbeschränkungen	103
Kassenverträge	103
Aktuelle Rechtssituation	105
Teledienstegesetz	106
Datenschutz	111
Ärztegesetz in Österreich	112

Werberichtlinien	114
Standesordnung FMH (Schweiz)	129
Verhalten in der Öffentlichkeit	129
Richtlinien Information und Werbung	131
Richtlinien für die Medientätigkeit	139
Abschlußbemerkung	141
<b>Der Gesundheitsmarkt</b>	
Anbieter und Nachfrager	145
Marktverhalten	145
Marksegmentierung	146
Konkurrenzanalysen	149
Positionierung	153
Differenzierung	155
Patientenbindung	157
Nachwort	159
<b>Marktforschung in der Medizin</b>	
Marktforschung: was ist das?	163
Die Phasen der Marktforschung	163
Strategien bei Befragungen	178
Befragungen per Computer	186
Fragen formulieren	189
Klassen und Zahlenbereiche	191
Skalentypen	193
Patientenbefragungen	196
Zuweiseranalysen	201
Niedergelassenenbefragungen	202
Mitarbeiterbefragung	207
Marktforschung als Erfolgsmesser	209
Interpretation der Marktforschung	210
Nachwort	211
<b>Gestaltung von Werbemedien</b>	
Computer und Hardware	215
Software	217
Techniken für Internetseiten	219
Do-It-Yourself	220
Anzeigenwerbung	220
Formate wählen	222

Anders sein	223
Farbenwahl	224
Bilder und Photos	225
Typographie	233
Typographische Regeln	238
Verständlich schreiben	241
Unique Selling Points	244
Überschriften finden	245
Eye Tracking	250
Nachwort	250
<b>Psychologie des Patientenverhaltens</b>	
Akzeptanz von Werbung	255
Werbung wahrnehmen	256
Werbung verarbeiten	260
Wirkung von Werbung	263
Wünsche wecken	265
Arzt- und Krankenhauswahl	269
Informationen bewerten	271
Einfluß von Marken	276
Slogans	277
Mit der Zielgruppe identifizieren	279
Rationell entscheiden	280
Produkte rar machen	284
Der weiße Kittel	285
Erotik in der Werbung	285
Werbung mit der Angst	287
Vor- und Nachteile darstellen	288
Entscheidungsfreiheit	289
Überzeugung aufzeigen	289
Preisangaben	289
Abschlußbemerkung	290
<b>Werberichtlinien für Mediziner</b>	
Richtlinien und Vorschriften	295
Persönlicher Patientenkontakt	295
Mitarbeitermotivation	299
Zuweiser aktivieren	302
Logos	303
Namen	306

Marken	308
Einheitliche Identität (CI)	312
Geschäftsausstattung	314
Hinweisschilder	319
Interne Beschilderung	321
Praxis- und Klinikzeitungen	324
Patientenanschreiben	329
Internetseiten	330
Werbebanner im Internet	344
Direktmarketing	345
Öffentlichkeitsarbeit (PR)	346
Werbung in TV, Rundfunk und Kino	355
Auto- und Bandenwerbung	357
Eintrag in Verzeichnisse	357
Postwurfsendungen	357
Incentives (Werbegaben)	358
Gestaltung der Räumlichkeiten	358
Call-Center	359
Die Arbeit mit der Agentur	360
Nachwort	360
Weiterführende Literatur	361
Sachverzeichnis	365