

Qualitätsmanagement für mehr Kundenzufriedenheit -Neuordnung des Unternehmensbereiches Unter- nehmenskommunikation, Marketing und Vertrieb

Die ehemals getrennten Abteilungen Unternehmenskommunikation und Marketing/Vertrieb sind seit Oktober 2010 zusammengeführt worden. Das neu entstandene Arbeitsteam vereint unterschiedliche Professionen und Berufserfahrungen, die dem gesamten KRH an einer Stelle und aus einer Hand umfangreich (kommunikativ) zur Verfügung stehen. Neben der klassischen Pressearbeit werden unter anderem (Marketing- und Kommunikations-) Kampagnen erarbeitet, Film- und Fotodokumentationen publiziert, Veranstaltungen organisiert, Einweiser- und Marktanalysen durchgeführt, und sämtliche Informationen crossmedial (z. B. durch Internet, Broschüren, etc.) gestreut. Damit wird eine stärkere Innen- und Außenwirkung der einzelnen Unternehmensteile erzielt und das KRH als „Marke“ gegenüber Dritten in den Fokus der Aufmerksamkeit gerückt.

Der Bereich Unternehmenskommunikation, Marketing und Vertrieb (UMV) hat seit Juli 2012 die Zertifizierung nach DIN EN ISO 9001:2008 erhalten.

Wichtige Ziele, die mit der Einführung des Qualitätsmanagementsystems erreicht werden sollen, sind einerseits transparente Strukturen und Prozesse, die die Zusammenarbeit untereinander, aber auch mit all denen, die Dienstleistungen des Bereichs in Anspruch nehmen, erleichtern. Andererseits dient sie der systematischen strategischen Weiterentwicklung des Bereichs. Um diese Ziele zu erreichen, wurden vorhandene Prozesse identifiziert und standardisiert, Richtlinien für operative und administrative Vorgänge verfasst, Ausfallkonzepte erarbeitet und als Qualitätsmanagement-Plattform ein spezieller Bereich im UMV-Assist (Microsoft Share Point) eingerichtet, auf den alle Beschäftigten des Bereichs UMV Zugriff haben und der die Anforderungen der Norm hinsichtlich Dokumentenmanagement erfüllt.

Der Unternehmensbereich Unternehmenskommunikation, Marketing & Vertrieb (UMV) des KRH legt durch die Einführung des Qualitätsmanagementsystems (QM-System) nach DIN EN ISO 9001 seine Fähigkeit zur ständigen Bereitstellung einer Dienstleistung dar, welche den Forderungen der verschiedenen Kunden und den zutreffenden behördlichen Forderungen entspricht.

Durch die wirksame Anwendung des Systems einschließlich der Prozesse zur ständigen Verbesserung und zur Verhinderung von Fehlern wird die Zufriedenheit der Kunden und anderer Partner erreicht.

Das Qualitätsmanagement des Unternehmensbereiches entspricht der DIN EN ISO 9001:2008 in der gültigen Fassung.

Das QM-System bezieht sich auf alle Bereiche des Unternehmensbereiches, insbesondere auf den Aspekt der Kundenorientierung. Alle Prozesse sind (direkt oder indirekt) Mittel zur Erfüllung der Kundenanforderungen.

Das KRH Klinikum Region Hannover ist ein kommunales Krankenhausunternehmen in der Region Hannover. Die Klinikgruppe mit ca. 3 400 Betten und ca. 8 500 Mitarbeitern versorgt jährlich ca. 134 000 stationäre Patienten, zudem ca. 190 000 Patienten im ambulanten Bereich. Damit gehört die KRH-Gruppe zu den größten kommunalen Klinikunternehmen Deutschlands. Die Leistungserbringung erfolgt an zwölf Standorten überwiegend in den somatischen Kliniken durch eine bürgernahe Grund- und Regelversorgung.

Zielsetzung und Projektstruktur

Die Qualitätspolitik des Unternehmensbereiches UMV basiert auf den Grundsätzen, Leitlinien und Werten des Klinikums Region Hannover (KRH).

Als bundesweit einer der größten öffentlichen Krankenträger gewährleistet das KRH in der Stadt Hannover und in deren Umland eine hochwertige Patientenversorgung.

Alle Eigentümer, Führungskräfte, Mitarbeiter sowie Mitarbeitervertreter und Partnerunternehmen stehen für den respektvollen partnerschaftlichen Umgang miteinander innerhalb des KRH und auch in der Außenwirkung

Für die Führungspersönlichkeiten ist es Selbstverständlichkeit, Auftrag und Verpflichtung zugleich diese Personen vertraulich in alle wichtigen und personenbezogenen Themen einzubinden und zeitnah über alle Entscheidungen persönlich zu informieren.

Nur das gemeinschaftliche Miteinander, Zueinander und Füreinander ist fordernd und fördernd für den Erfolg des KRH und den Auftrag einer erstklassigen Patientenversorgung.

Die Qualitätspolitik des Unternehmensbereiches UMV bildet den Orientierungsrahmen für das Handeln seiner Mitarbeiter und ist gleichzeitig Maßstab für den Erfolg des Unternehmensbereiches.

Als interner Dienstleister des Klinikums Region Hannover ist die Zufriedenheit der externen und internen Kunden und Partner der wichtigste Grundsatz der Qualitätspolitik des Bereichs UMV.

Ein besonderer Fokus liegt hier zum einen auf den Informationsbedürfnissen unserer Patienten und ihrer Angehörigen und zum anderen auf dem Informationsbedürfnis unserer Mitarbeiter. Ihnen und allen anderen Kundengruppen wollen wir qualitativ hochwertige und ihren Anforderungen und Bedürfnissen entsprechende Informationen und Produkte liefern.

Hieraus wurden nachstehende Leitgedanken entwickelt:

„Management ist Kommunikation“ (Peter F. Drucker)

Kommunikation als Baustein des Erfolges

Kommunikation ist ein Grundbedürfnis der Menschen. Nahezu gar nichts geht ohne Kommunikation. Somit stiftet Kommunikation Gemeinschaft, hilft Entscheidungen zu fällen, Konflikte zu lösen, Probleme darzustellen, beschafft Informationen, sorgt für Entspannung, macht Wissen verfügbar, baut Überzeugungen auf. In diesem Sinne bildet Kommunikation Gesellschaften und hält diese zusammen.

Die Kommunikation ist somit ein Erfolgsgarant für ein erfolgreiches Unternehmensmanagement. Mit Hilfe der Kommunikationselemente werden die unterschiedlichen Kommunikationskontaktpunkte in unterschiedlichen Varianten bedient, wie z. B. durch Medien, Postversand, Public Relations, Kundenservice im Vertrieb, Produkt, Kanäle, Netzwerke, Verbraucher und Kunden bedient. Die Elemente unserer Qualitätspolitik sind der Maßstab für eine effiziente und zielgerichtete Kommunikation.

Informationstransparenz unterstützt (Kommunikations-)Qualität

Kommunikation führt zur Transparenz. Die Qualitätspolitik ist ein Erfolgsgarant für die Darstellung der Kommunikationsinhalte in Bezug auf deren Glaubwürdigkeit, Ehrlichkeit und Transparenz. Hierdurch entsteht eine nachhaltige und überprüfbare Kommunikation.

Aktualität unterstützt (Kommunikations-)Qualität

Eine rasche Informationsverarbeitung und aktuelle Darstellung der relevanten Kommunikationsinhalte führt zu einer unternehmerischen Dynamik.

Zielgruppengerechte Ansprache unterstützt (Kommunikations-)Qualität

Mit Hilfe der Kommunikationsinstrumente erfolgt eine zielgruppengerechte Ansprache. Mittels der unterschiedlichen Kommunikationskanäle werden die entsprechenden Zielgruppen direkt mit den für sie relevanten Kommunikationsinhalten angesprochen.

Zeitgemäße Formate und Medien unterstützen (Kommunikations-)Qualität

Mit Hilfe professioneller Formate und Medien wird eine Kommunikation möglich. Die Wahl der Formate und Medien wird durch die Zielrichtung und die Kommunikationspartner bestimmt.

Qualität der Kommunikation unterstützt Entscheidungsprozesse

Die Kommunikation hilft, unternehmerische Entscheidungen vorzubereiten, umzusetzen sowie sie bei der Umsetzung zu begleiten. Hier führt der Qualitätsanspruch der Kommunikation zu einer nachhaltigen Ergebnisverbesserung der unternehmerischen Entwicklungen.

Kommunikation führt zur Identifikation

Auf Basis der Qualitätspolitik und der zielgerichteten Kommunikation erfolgt eine Identifikation mit dem Unternehmen und der wertschätzenden Einbindung aller Kommunikationspartner. Die Umsetzung dieses Qualitätsanspruchs führt zu einer Weiterentwicklung des Unternehmensbereiches UMV.

Rahmen der Projektarbeit wurden die nachstehenden Zielsetzungen formuliert:

Aus diesem/diesen zentralen Grundsätzen leiten sich alle weiteren Eckpfeiler der Qualitätspolitik des Bereiches ab. Hierzu zählt in erster Linie die Förderung beziehungsweise Ermöglichung von Kommunikation in allen Ebenen des Unternehmens. Dies betrifft insbesondere die Kommunikation über Massenmedien wie Printprodukte, Internet/Intranet und Funk/Film.

Durch diese Aktivitäten will der Bereich UMV seinen Beitrag zum Erfolg des Unternehmens leisten. Der Bereich UMV arbeitet mit daran, dass das Klinikum Region Hannover und seine Leistungen bei Patienten, Angehörigen, Mitarbeitern und allen weiteren Interessengruppen positiv wahrgenommen werden.

Für den Erfolg des Bereichs sind unsere Mitarbeiter von zentraler Bedeutung. Ihr Wissen, ihre Erfahrung und ihre Leistungsbereitschaft ermöglichen erst die Leistungserbringung des Bereichs.

Jeder unserer Mitarbeiter ist ein Spezialist innerhalb seines Fach- und Aufgabengebiets. Daher ist ein hohes Maß an eigenverantwortlichem Arbeiten in Zusammenhang mit einem respekt- und vertrauensvollen Umgang sowie ein gegenseitiges Verständnis von Führung und Mitarbeitern ein weiterer Grundsatz unserer Qualitätspolitik, die im Folgenden in Form von Leitsätzen dargestellt ist.

Dienstleister UMV

Im Bereich Unternehmenskommunikation, Marketing und Vertrieb erfolgt die Steuerung und die Entwicklung aller kommunikativen, marketingorientierten und vertrieblichen Maßnahmen der KRH-Gruppe. Der Bereich versteht sich als Service-Dienstleister für sämtliche Unternehmensbereiche / Gesellschaften des KRH.

Das Ziel ist eine geschlossene, eindeutige Wahrnehmung der Geschäftsführung, sämtlicher Klinikumsstandorte, zentraler Bereiche und Institute sowie den angegliederten Tochtergesellschaften als zusammengehörige Teile der Marke KRH.

Aufgaben

Aufgaben Unternehmenskommunikation:

Die Unternehmenskommunikation ist Teil der Unternehmensführung und umfasst zielgruppenorientiert die interne Kommunikation und externe Kommunikation. Sie prägt mit Hilfe des Wahrnehmungsmanagements die Reputation der Unternehmung.

Zielgruppen

- Investor Relations
- Geschäftsführung
- Mitarbeiter (derzeitige und zukünftige)
- Kunden (wie z.B. Patienten, Angehörige, Zuweiser) Kommunikationsinhalte

Unternehmenskultur (ungeschriebene Werte und Normen)

Unternehmensidentität (Corporate Identity)

Verhaltensrahmen (Corporate Behaviour) Markenmanagement (Branding) Krisen- und Veränderungskommunikation

Kommunikationsinstrumente

- Presseinformationen
- Internet /Intranet
- Publikationen
- Veranstaltungen Werbung
- Gestaltung und Publikationen (Flyer, Poster, u.a.)
- Web-Service

Aufgaben Marketing:

Marketing bedeutet Planung, Koordination und Kontrolle aller auf die aktuellen und potenziellen Märkte ausgerichteten Unternehmensaktivitäten. Durch eine dauerhafte Befriedigung der Kundenbedürfnisse sollen die Unternehmensziele verwirklicht werden

Instrumente (Marketing-Mix)

- Produktpolitik
- Preispolitik
- Kommunikationspolitik
- Distributionspolitik

Operatives und Strategisches Marketing

Markt- und Einweiseranalysen

Corporate Identity (CI, Unternehmensidentität)

Maßnahmen / Aktionsprogramme

Aufgaben Vertrieb:

Vertrieb koordiniert sämtliche Aktivitäten des Absatzes / Verkauf von Dienstleistungen des KRH.

Produkt-/ Dienstleistungsentwicklung

- Vertragsmanagement mit den Dritten, primär mit den Krankenkassen
- Verträge zur integrierten Versorgung / Selektivverträge
- Budgetverhandlungen mit den Krankenkassen (dem Bereich Controlling zugeordnet)

Qualitätspolitik

Aus der Qualitätspolitik werden Ziele für alle Arbeitsbereiche des Unternehmensbereiches UMV abgeleitet, die im Wesentlichen auf die Erfüllung der Kundenanforderungen, der Kundenzufriedenheit, der ständigen Verbesserung, aber auch auf die Leistungs- und Gewinnorientierung ausgerichtet sind. Die Ziele müssen messbar sein und die im Folgenden aufgeführten grundsätzlichen Zielsetzungen des

Bereiches UMV mit ihren Ergebnissen erfolgreich unterstützen. Bei der Festlegung der Ziele ist die Erfüllung der Forderungen an Produkte, Dienstleistungen und damit verbundene Prozesse mit zu berücksichtigen.

Zielsetzung und Überwachung der Zielerreichung sind zentrale Bestandteile für die Bewertung des Erfolgs des QM-Systems.

Folgende grundsätzliche Zielsetzungen sind definiert:

- Jeder Kunde (Kundenpersönlichkeit, Kundenwunsch) steht im Mittelpunkt unseres Handelns.
- Kundenzufriedenheit entsteht durch Dienstleistungsqualität und die Erfüllung aller vereinbarten Leistungen.
- Qualität ist der Maßstab für jede Tätigkeit der Mitarbeiter, Eigenverantwortung und unternehmerisches Denken und Handeln werden gefördert.
- Alle Mitarbeiterinnen tragen zur Erreichung der definierten Qualität bei. Hierfür werden sie bei der kontinuierlichen Verbesserung aller Prozesse aktiv eingebunden und bei Bedarf geschult.
- Durch die Kultur des Dialoges und der klaren Kommunikation wird die Zusammenarbeit gefördert, Konflikten vorgebeugt und ein konstruktiver Umgang mit Fehlern gepflegt