

Marketingstrategien für den Medizintourismus in NRW

Das Treffen des Marketing-Clubs Bergisch Land am 23. April fand bei der radprax GmbH in Solingen statt, und Clubpräsident Erich Giese freute sich bei seiner Begrüßung über die zahlreichen Mitglieder und Gäste, die an diesem Abend den Weg in die Klingenstadt gefunden hatten. Seit November 2014 betreibt radprax die Praxis für Radiologie am neuen Standort in den Kölner Höfen. Hausherrin und Gastgeberin Dr. med. Renate Tewaag präsentierte stolz die hellen und großzügigen Räumlichkeiten, die eindeutig die gängige Meinung widerlegten, Radiologen würden nur in dunklen Kellern praktizieren.

Als Referenten stellte Frau Dr. Tewaag den Begründer des Instituts für Gesundheitswirtschaft an der Fresenius-Hochschule Köln, Prof. Dr. Wolfgang Goetzke, vor. In seiner Funktion als Vorstandsmitglied des Gesundheitsregion KölnBonn e.V. sprach Goetzke an diesem Abend über den Medizintourismus entlang der Rheinschiene Düsseldorf-Köln-Bonn. Es ist eines der Hauptprojekte des Vereins, der es sich zur Aufgabe gemacht hat, Wissenschaft, Forschung, Wirtschaft und Versorgung von Medizin und Gesundheit in der Region zu fördern und zu vernetzen. Medizin und Tourismus, das seien zwei Begriffe, die sich bei oberflächlicher Betrachtung erst einmal auszuschließen schienen, so Goetzke. Alljährlich jedoch besuchten Tausende meist gut betuchter ausländischer Patienten, zumeist aus den arabischen oder GUS-Staaten, vermehrt auch aus China, die Bundesrepublik, um sich hier behandeln zu lassen. Dabei sei die Darstellung der Kompetenzen und Ressourcen der Region um Köln lange Zeit vernachlässigt worden. Unterstützt mit Mitteln aus dem NRW-Ziel2-Förderprogramm hat der Verein 2012 eine breitangelegte Marketingkampagne initiiert, um die Gesundheitswirtschaft der Region vor allem in den besagten Ländern besser in Szene zu setzen. Dafür sei ein umfangreiches Crossclustermanagement nötig, betonte Goetzke. Zu den Aktivitäten innerhalb dieser Kampagne gehört das Zusammenführen der relevanten Akteure in einem Dienstleisternetzwerk – in dem auch radprax ein aktiver Partner sei – ebenso wie die Promotion, eine fortwährende Qualitätssicherung und die ständige Weiterbildung. Die Sprache spiele eine bedeutende Rolle, der Patient aus dem Ausland benötige einen kompetenten Ansprechpartner, seine Angehörigen eine angemessene Bleibe. Das Marketingprogramm beinhaltet neben einem eigens eingerichteten Online-Portal und Broschüren auch die Veranstaltung von und die Teilnahme an Messen und Konferenzen oder auch die Begleitung von Delegationsreisen aus dem Ausland.

Der Erfolg der Initiative sei messbar, so Goetzke: Im Jahr 2013 sei die Zahl der Auslandspatienten um mehr als 30 Prozent gestiegen.

Im Anschluss an seinen interessanten Vortrag, für den Prof. Goetzke zum Dank den „Bergischen Hammer“ von Präsident Giese erhielt, moderierte Frau Dr. Tewaag die zahlreichen Fragen der Marketingspezialisten. Und auch am üppigen Buffet ging die Diskussion um den Medizintourismus noch lange weiter.