

Inhaltsübersicht

1	Marketing im Krankenhaus	1
	<i>Peter M. Hermanns – Angelika R. Kunz</i>	
2	Warum Krankenhaus-Marketing?	37
	<i>Wolfgang P. Fuchs</i>	
3	Rechtliche Einschränkungen von Krankenhaus-Werbung	53
	<i>Hans-Joachim Schade</i>	
4	Ist-Soll-Analyse – Die individuelle Positionierung des Krankenhauses im Markt	81
	<i>Peter M. Hermanns – Michael Poersch – Lothar Hanisch</i>	
5	Die Zielgruppen-Analyse	115
	<i>Peter M. Hermanns</i>	
6	CI – Corporate Identity im Krankenhaus	151
	<i>Peter M. Hermanns – Lothar Hanisch – Uli Reindl</i>	
7	Interne Veränderungsprozesse und Unternehmenskultur im Krankenhaus	165
	<i>Angelika Ostertag</i>	
8	Kooperationen und Partnerschaften	199
	<i>Peter M. Hermanns – Lothar Hanisch – Markus Kroker</i>	
9	Sponsoring – Spenden – Fördervereine	251
	<i>Peter M. Hermanns – Lothar Hanisch – Markus Kroker</i>	
10	Rechtliche Aspekte bei Kooperationen, Sponsoring und Fremdmittelbeschaffung	275
	<i>Klaus Ulsenheimer</i>	
11	Erfolgreiche Presse- und Öffentlichkeitsarbeit	311
	<i>Peter M. Hermanns</i>	
12	Medien-Management in Krisenfällen	351
	<i>Holger Weimann</i>	

13 Das Krankenhaus im Internet: Einsatz moderner Informationstechnologie für Marketing-Zwecke	383
<i>Gernot Saborowski – Peter M. Hermanns</i>	
14 Das ABC des zielgruppenorientierten Krankenhaus-Dienstleistungs-Marketings	443
<i>Peter M. Hermanns – Lothar Hanisch – Michael Poersch</i>	
Sachverzeichnis	501