

## Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für Krankenhäuser

Ein individuelles Profil und die Außendarstellung Ihres Krankenhauses entscheiden mit darüber, welche Zielgruppen an Ihr Haus gebunden werden können. Transparenz, Qualität sowie eine gute Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sind dabei wesentliche Kriterien für Ihre positive Positionierung. Eine konsequente aktive und transparente PR dient darüber hinaus der Krisenprävention und ist die beste Übung für eine tatsächliche Krise.

### TERMINE

**22.09.2015**

9.15 bis 16.45 Uhr

**Düsseldorf**

Lindner Congress Hotel

**Veranstaltungs-Nr.: 1095**

**Gebühr: 495,00 € zzgl. MwSt.**

### REFERENTIN

**Petra Perleberg**

(Referenteninfos ab Seite 150)

**Maximal 20 Teilnehmer!**

### Ihr Nutzen

- Sie erhalten einen Leitfaden zum erforderlichen „PR-Pflicht-Programm“.
- Sie lernen, wie Sie mit einem gesunden Kommunikations-Mix auch die „Kür“ schaffen.
- Wertvolle Tipps, wie Sie die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in Ihrem Hause aufbauen oder weiterentwickeln sowie souverän mit Krisen umgehen, erleichtern Ihnen die praktische Umsetzung.

### Inhalt

#### Pressearbeit:

- Instrumente der Pressearbeit: Presseverteiler, Presstexte und Pressekonferenzen
- Zielgruppen: Wer braucht welche Informationen? Welche Medien sind relevant?
- Was sind die richtigen Themen?

- Krisenkommunikation: Chancen erkennen und nutzen

#### Öffentlichkeitsarbeit:

- Zusammenarbeit mit Agenturen: wirtschaftlicher und strategischer Rahmen
- Kommunikations-Mix
- Social Media in der heutigen Zeit: Pflicht oder Kür?

### Zielgruppe

Mitarbeiter aus den Bereichen Marketing, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit und weiterer Bereiche, die mit Marketingaufgaben betraut sind, sowie interessierte Mitglieder der Geschäftsführung

### TIPP

**Erfolgreiches Krankenhaus-Marketing**  
(Seite 129)

**Erfolgreiche Webseiten und Social Media für Einrichtungen des Gesundheitswesens** (Seite 134)