



DIE SPITÄLER DER SCHWEIZ
LES HÔPITAUX DE SUISSE
GLI OSPEDALI SVIZZERI

H+ Kommunikationskonferenz 2020

10. September 2020 in Bern

Conférence de la communication de H+ 2020

10 septembre 2020 à Berne



Allgemeine Informationen

Informations générales

Datum Date	10. September 2020 09.00 – 13.00 Uhr, mit anschliessendem Lunch	10 septembre 2020 09h00 – 13h00, un repas (buffet) suivra
Tagungsort Lieu	Kursaal Bern Kornhausstrasse 3, 3000 Bern 25 T 031 339 55 00 www.kursaal-bern.ch	Kursaal Bern Kornhausstrasse 3, 3000 Berne 25 T 031 339 55 00 www.kursaal-bern.ch
Organisation Organisation	H+ Die Spitäler der Schweiz Stefan Althaus Lorrainestrasse 4A, 3013 Bern T +41 31 335 11 20 www.hplus.ch	H+ Les Hôpitaux de Suisse Stefan Althaus Lorrainestrasse 4A, 3013 Berne T +41 31 335 11 20 www.hplus.ch
Sprache Langue	Für das Plenum ist eine Simultan- übersetzung in Französisch gewährleistet. Die Workshops werden nicht simultan übersetzt.	Une traduction simultanée en français sera assurée pour le plénum. Les ateliers ne seront pas traduits simultanément.

Anmeldung Inscription

Sie können sich online
anmelden unter
www.hplus.ch > **Veranstaltungen** >
Interne Veranstaltungen

Vous pouvez vous inscrire
en ligne sur
www.hplus.ch > **Manifestations** >
Manifestations internes

Die H+ Kommunikationskonferenz
richtet sich an die Marketing- und
Kommunikationsfachleute der
Kliniken und Spitäler. Die Teilnahme
ist kostenlos.

La Conférence de la communication s'adresse
aux spécialistes de la communication
et du marketing des hôpitaux et cliniques.
La participation est gratuite.

Programm

Programme

08.30 Uhr	Begrüßungskaffee / <i>Café de bienvenue</i>	
09.00 Uhr	Aktuelle Schwerpunkte der H+ Geschäftsstelle / Priorités du secrétariat central de H+	<i>Anne-Geneviève Bütikofer</i>
09.15 Uhr	Zusammenarbeit Behörden-Spitäler in der Krise: Gedanken eines Insiders / <i>Coopération entre les autorités et les</i> hôpitaux pendant la crise: réflexions d'un insider	<i>Dr. Daniel Koch,</i> <i>ehemaliger Delegierter</i> <i>des BAG für COVID-19 /</i> <i>ancien délégué de l'OFSP</i> <i>pour le COVID-19</i>
09.55 Uhr	Parallelworkshops / Ateliers	
11.00 Uhr	Kaffeepause / <i>Pause café</i>	
11.30 Uhr	Parallelworkshops / Ateliers	
12.35 Uhr	Zusammenfassung Workshops im Plenum Le point sur les ateliers (en plénum)	
13.00 Uhr	Lunch / <i>Repas (buffet)</i>	

Workshops im Überblick

Les ateliers en un coup d'œil

**Zwei Workshops wählbar. Workshops 1, 3 und 4: Deutsch; Workshop 2: Französisch /
Deux ateliers à choix. L'atelier N° 2 est en français, les ateliers N°s 1, 3 et 4 sont en allemand**

- Workshop 1:
Atelier N° 1: **Zuweisermarketing: Aus einem konkreten Fallbeispiel gemeinsam lernen**
Welche Ziele können mit systematischem Zuweisermarketing erreicht werden? Ausgehend von der Präsentation aktueller Entwicklungen und Erkenntnisse am Kantonsspital Baden tauschen die Teilnehmenden aus, wie sich die Situation in den eigenen Spitälern präsentiert. Ziel des Workshop ist es, gemeinsam zu lernen und Hindernisse zu überwinden.
Marketing des médecins adressants: tirer ensemble les enseignements d'un exemple concret
Quels objectifs atteindre grâce à un marketing systématique des médecins adressants? A partir de la présentation des derniers développements et des résultats obtenus à l'Hôpital cantonal de Baden, les participants discuteront de la situation dans leurs établissements respectifs. Objectifs de l'atelier: trouver ensemble comment surmonter les obstacles.
Benedikt Niederer, Leiter Unternehmensentwicklung, Kantonsspital Baden
- Atelier N° 2:
Workshop 2: **Entendre les doléances des patients pour améliorer la prise en charge**
La relation soignant-soigné évolue et la communication fait partie de la prise en charge clinique. Au CHUV, l'Espace Patients & Proches a vu le jour en 2012. Sa mission: recueillir les doléances dès leur apparition pour mieux comprendre les éventuels dysfonctionnements, renouer le dialogue et restaurer le lien de confiance lorsqu'il est mis à mal. L'atelier montre comment accorder une place à la perception des usagers – patients, proches et professionnels – et comment utiliser les données recueillies dans ce cadre pour améliorer la prise en charge.
Patientenbeschwerden anhören, um Versorgung zu verbessern
Die Beziehung Spitalpersonal-Patienten wandelt sich und die Kommunikation gehört zur Behandlung dazu. Am CHUV ist 2012 der Espace Patients & Proches eröffnet worden. Seine Aufgabe ist es, Beschwerden zu sammeln, um Probleme besser zu verstehen sowie den Dialog und das Vertrauensverhältnis wiederherzustellen. Der Workshop zeigt, wie den Wahrnehmungen der Patienten, Angehörigen und Fachleuten einen Platz eingeräumt und wie die gesammelten Daten zur Verbesserung der Behandlungen genutzt werden können.
Béatrice Schaad, Cheffe du Service de communication, Centre hospitalier universitaire vaudois (CHUV) – Professeure titulaire, Institut des humanités en médecine (IHM), UNIL - Université de Lausanne
- Workshop 3:
Atelier N° 3: **COVID-19: Krisenbewältigung im Dialog mit internen und externen Anspruchsgruppen**
Wie lange müssen wir noch Masken tragen? Wann kann ich meinen Vater wieder besuchen? Warum ist das Tageszentrum geschlossen? Wieso findet kein Konzert statt? Corona veränderte den Alltag in den Institutionen des Gesundheitswesens über Monate sehr stark. Umso wichtiger sind Information und Austausch mit den verschiedenen Anspruchsgruppen – zum Beispiel in den Pflegezentren der Stadt Zürich.
COVID-19: gérer la crise en dialogue avec les parties prenantes internes et externes
Jusqu'à quand devons-nous encore porter des masques? Quand pourrai-je à nouveau rendre visite à mon père? Pourquoi le centre de jour est-il fermé? Pourquoi n'y a-t-il pas de concert? Le coronavirus a bouleversé durant des mois la vie quotidienne dans les institutions de santé. Cela renforce encore l'importance de l'information et des échanges avec les différentes parties prenantes. L'exemple des Centres de soins de la Ville de Zurich.
Nicole Bittel, Leiterin Kommunikation/PR, Pflegezentren der Stadt Zürich
- Workshop 4:
Atelier N° 4: **Erfolgreiches Storytelling – Wie kann das gestaltet werden?**
Das Oft sind es nicht die harten Fakten, sondern authentische Geschichten, die Menschen berühren und damit Vertrauen schaffen. Doch was beinhaltet erfolgreiches Storytelling? Wie kann man neben sozialen Medien auch Tools wie Newsletter und Webinare nutzen, um sich als fachkompetente Institution zu positionieren?
Les ingrédients d'un bon storytelling
Souvent, ce ne sont pas des faits bruts, mais des histoires vraies qui touchent les gens et génèrent de la confiance. Mais quels sont les ingrédients d'un bon storytelling? Comment utiliser des outils tels que les infolettres et les sessions en ligne – en plus des réseaux sociaux – pour renforcer l'image de l'institution en tant que centre de compétences?
Dr. Martin Inderbitzin, Gründer My Survival Story, PN Experience GmbH