

## Mailingtage 2011 – die Gesundheitsbranche im Dialog

16.05.2011, 14:10 | Gesundheit & Medizin

Pressemitteilung von: *balleywasl\* muenchen gmbh*

Presseagentur: *balleywasl\**

---



Medical Care Marketing rückt in den Fokus

„Vom Kassenarzt zum profilierten, medizinischen Dienstleister“ – ein Vortrag auf den Mailingtagen 2011 in Nürnberg

Die deutlichen Veränderungen im Markt für Gesundheit und Medizin zwingt Ärzte zum Umdenken. Sollen das lange Studium, die Assistenzzeit und die Kosten für die eigene Praxis sich rentieren, ist das mit einer traditionellen Kassenpraxis bereits heute nicht mehr zu erreichen. Spezialisierung, ein klares Profil und die Ansprache von Privatpatienten und Selbstzahlern sind die neuen Marketingthemen, die Albert Wasl, Inhaber der Kommunikationsagentur balleywasl\*, in seinem Vortrag auf den Mailingtagen 2011 in Nürnberg thematisieren wird.

Gerade der Medical Care Sektor hat sich durch Gesundheitsreformen und immer längere Lebenszeiten drastisch verändert. „Der Gesundheitsmarkt befindet sich in einem Prozess, an dessen Ende Patienten ‚Kunden‘ sein werden und Ärzte ‚Anbieter medizinischer Dienstleistung‘, die den normalen Gesetzen eines von Nachfrage und Angebot geregelten Marktes folgen“, so Albert Wasl, Inhaber und strategischer Berater der Kommunikationsagentur balleywasl\* in München. Die auf Dienstleistung spezialisierte Agentur hat das Thema Medical Care Marketing zu einer Kernkompetenz gemacht und betreut Ärzte, Chirurgen und Praxiskliniken auf ihrem Weg zu einem wettbewerbsfähigen Marktteilnehmer.

In Zeiten, in denen Patienten den behandelnden Arzt im Internet bewerten und sich bald jeder vorab im Netz informiert, haben die mangelnde Präsenz oder ein wenig zeitgemäßes Profil unmittelbare Auswirkungen auf die Nachfrage nach medizinischer Dienstleistung. Heute setzen sich die Marketing-Pioniere unter den Medizinern bereits mit ganz anderen Themen auseinander, wie zum Beispiel mit der „Gastlichkeit der Praxis“ oder „Patientenbetreuung via Internet in der Zeit nach der Behandlung“.

Zu diesen und weiteren Marketingthemen wird Albert Wasl am 8.6.2011 um 13:45 Uhr auf den Mailingtagen in Nürnberg in Halle 4a referieren und bei so manchem Zuhörer wohl oder übel den Finger in die Wunde legen. Der Vortrag wird Impulse für die Entwicklung von Kommunikationsstrategien geben und auch die betriebswirtschaftlichen Aspekte mit Planungs- und Entscheidungshilfen aufzeigen, um fehlendes Know-how in der Praxis auszugleichen.

### Portrait

Über balleywasl\*

balleywasl\* wurde 1989 von Dipl. Kommunikationswirt (BAW) Albert Wasl gegründet und steht als Full-Service-Agentur für die sechs Kernbereiche Identity, Advertising, Sales, Publishing, Relations und Interactive. Neben der Markenführung und der klassischen Werbung unterstützt balleywasl\* Unternehmen bei der Verkaufsförderung, im Corporate Publishing und durch ein stetig wachsendes Leistungsangebot digitaler Serviceleistungen von Websites über Online Marketing und branchenspezifischer Applikationen bis hin zu Social Media. Das Thema Medical Care Marketing hat balleywasl\* zu einem Schwerpunktthema gemacht und unterstreicht die Kompetenz der Agentur mit einer Broschüre, die Interessierte auf der Website zum Download finden. Neben nationalen und internationalen Kunden der Gesundheitsbranche vertrauen u. a. auch the Leading Hotels of the World, Mercedes-Benz und Kempinski Hotels auf die Kompetenz von balleywasl\*.

Weitere Informationen: [www.balleywasl.com](http://www.balleywasl.com)

---

News-ID: 537860 • Views: 1362 (Stand: 09.07.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/537860/Mailingtage-2011-die-Gesundheitsbranche-im-Dialog.html>