

White Paper  
**„Fachenglisch  
Klinikmarketing“**

Textsammlung  
zur Einführung



Dieses White Paper erscheint in Anlehnung an unsere Exkursion nach Washington D.C., die im Mai 2008 stattfindet.

# Inhalt

<b>I.</b>	<b>Einleitung</b>	<b>Seite 4</b>
<b>II.</b>	<b>History of hospitals</b>	<b>Seite 5</b>
<b>III.</b>	<b>Health care in the USA</b>	<b>Seite 9</b>
<b>IV.</b>	<b>Hospital marketing</b>	<b>Seite 12</b>
<b>V.</b>	<b>Glossary and abbreviations</b>	<b>Seite 20</b>
<b>VI.</b>	<b>Answers</b>	<b>Seite 27</b>
<b>VII.</b>	<b>Herausgeber und Impressum</b>	<b>Seite 28</b>

# I. Einleitung

In amerikanischen Krankenhäusern hat der Kampf um die Patienten schon vor langem begonnen. Amerikanische Kliniken sind schon seit Jahren dazu gezwungen, sich entsprechend zu positionieren. So haben viele Kliniken in Washington D.C. in den Bereichen Service und Kommunikation bereits wertvolle Erfahrungen gesammelt.

Um von den Erfahrungen Ihrer Kollegen profitieren zu können, sind aber zunächst zwei Dinge erforderlich: das sprachliche Verständnis sowie eine Kenntnis des Marktes.

Dieses White Paper möchte Sie spielerisch in die Lage versetzen, von den Erfahrungen Ihrer amerikanischen Kollegen zu lernen. Mit Hilfe einiger Fachartikel bekommen Sie einen Einblick in das amerikanische Gesundheitssystem. Durch Quizfragen und Erklärungen von Fachvokabular können Sie dieses Wissen vertiefen und gleichzeitig Ihr Fachenglisch auffrischen.

Ergänzt wird das White Paper durch ein Glossar und Abkürzungsverzeichnis - hier können Sie auch nach der Exkursion immer wieder einzelne Begriffe nachschlagen.

Wir freuen uns auf eine erkenntnisreiche Zeit in Washington D.C. und wünschen Ihnen viel Spaß bei der Vorbereitung!

Köln, im März 2008



Stephan Rotthaus  
Geschäftsführender Gesellschafter  
rotthaus.com

## Kapitel II – VII

Die folgenden Seiten sind ein Auszug aus dem Kapitel III ‚Health care in the USA‘.

Die Seiten 5-27 sind nur in der kompletten Fassung des White Papers enthalten.

Dieses können Sie gegen eine Schutzgebühr von 29 EUR (zzgl. MwSt. und Versand) bestellen bei

rotthaus.com  
health communication  
Franzstr. 75  
D-50935 Köln

Telefon (02 21) 43 09 19-16  
Telefax (02 21) 43 09 19-10  
E-Mail [katrin.froembgen@rotthaus.com](mailto:katrin.froembgen@rotthaus.com)  
Internet [www.rotthaus.com/health](http://www.rotthaus.com/health)

# III. Health care in the USA

The United States is the third-largest country by area in the world, after Russia and Canada, and has a population of approximately 294 million inhabitants.

The US has several types of privately and publicly funded health insurance plans that provide healthcare services. The US Census Bureau reports that in 2003, 60.4% of the population was covered by employment-based health insurance, 26.6% was covered by government-based insurance, while 15.6% had no health insurance at all. (This total is higher than 100% because of the way the survey is taken.)

The American Hospital Association lists over 6,000 hospitals in the US. The majority of these are not-for-profit hospitals, which treat about 75% of all hospitalized patients. For-profit hospitals and governmental hospitals together account for the remaining hospitals and patients treated. The US spends more of its GDP on healthcare than any other developed nation. In 2001, the US spent 13.9% of its GDP on healthcare, compared with 7.8% for Japan, 9.4% for Canada, and 7.6% for the United Kingdom. In terms of life expectancy for its citizens, the US ranks 24th in the world at 70 years; Japan ranks first at 74.5 years.

In the past, the traditional model had health insurance provided in one of three ways:

- As a benefit of employment, either directly or through a union, with continued benefits available to retirees.
- Through government funded programs, such as Medicaid and Medicare, for the eligible low-income persons, those over the age of 65, and people with disabilities.
- Through private purchase of health insurance (generally for self-employed individuals).

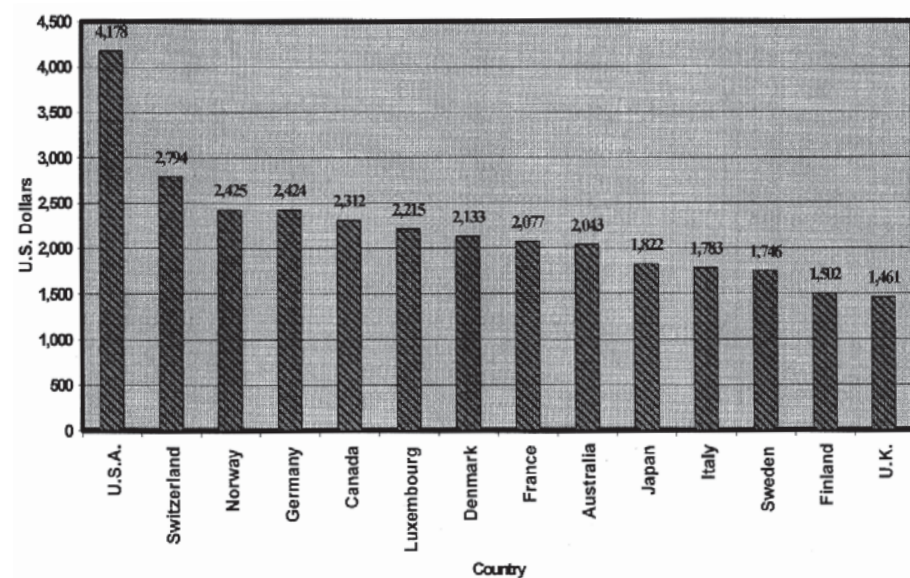
This model has been eroded in recent years. Now, a growing number of employers either offer no health benefits to their employees, have reduced benefits, or have withdrawn benefits from retirees. In most cases, employment-based plans that were once fully funded by employers now require employee contributions and co-payments.

*(Source: <http://www.medhunters.com/articles/healthcareInTheUsa.html>)*

## Medicare and Medicaid

Although most families have some form of private health insurance, some citizens cannot afford such insurance. These people receive medical coverage through two major social programs enacted in 1965. Medicaid is a joint federal-state program which funds medical care for the poor. The requirements for receiving Medicaid, and the scope of the medical care available, vary widely from state to state. Medicare is a federal program financed through the Social Security Administration, which provides a national system of retirement and other benefits. Medicare pays a substantial part of the medical bills of Americans who are over 65 years of age or are disabled. Medicare is not a poverty program, but is rather a form of federally administered and supported health insurance. One part of Medicare covers a major portion of hospital bills for the elderly and is financed by a portion of the Social Security tax. Another part is financed by premiums paid by Medicare recipients, as well as from direct federal funds. Everyone who collects Social Security is covered by Medicare.

(Source: United States Information Agency, 1996)



Health Spending Per Capita in U.S. Dollars, 1998

(Source: <http://dll.umaine.edu/ble/U.S.%20HCweb.pdf>)

## Questions

1. What kind of healthcare system does the United States have?
  - a) universal health care
  - b) only employment-based insurance
  - c) several types of health insurance plan
  - d) none
2. What percentage of the US population in 2003 was covered by employment-based health insurance?
  - a) 26.6%
  - b) 60.4%
  - c) 15.6%
  - d) 100%
3. In the past the traditional model had health insurance provided
  - a) through government funded programs
  - b) through private purchase
  - c) as a benefit of employment
  - d) as a benefit for being human
4. Who receives Medicaid?
  - a) rich people
  - b) low-income earners
  - c) people over 65 and disabled
  - d) people with private insurance

## Vocabulary

### English

health care  
healthcare system  
health insurance plan  
GDP (gross domestic product)  
to be eligible for sth.  
purchase

### German

die medizinische Versorgung  
das Gesundheitswesen  
die Krankenversicherung  
das Bruttoinlandsprodukt  
auf etw. Anspruch haben  
der Erwerb, der Zukauf

# VII. Herausgeber und Impressum

Dieses White Paper wird herausgegeben von der Kommunikationsagentur rotthaus.com health.

## **rotthaus.com**

rotthaus.com ist eine inhabergeführte Agentur für strategische Kommunikation. Unser Schwerpunkt liegt in der Entwicklung und Umsetzung komplexer Kommunikationskonzepte in Public Relations, Marketing und Werbung. Unsere Kernkompetenz liegt darin, die Kommunikationsziele unserer Kunden mit begrenztem Mitteleinsatz zu erreichen.

Gesundheitskommunikation ist einer unserer vier Tätigkeitsschwerpunkte. In den letzten fünf Jahren hat rotthaus.com Marketing- und PR-Projekte für Krankenhäuser im ganzen deutschsprachigen Raum durchgeführt. An unseren Fachseminaren zum Krankenhausmarketing haben seit Februar 2005 über 100 Kliniken teilgenommen, 450 Häuser sind in unsere Benchmarking-Studie einbezogen.

### Unser besonderes Leistungsspektrum für Krankenhäuser

- KlinikMedienCheck als kostengünstiger Einstieg in professionelle Klinikkommunikation
- Stand-by Verträge zur kontinuierlichen Kundenbetreuung
- Kommunikationskonzepte, Markenführung
- Fortbildungsseminare und Inhouse-Trainings
- Corporate Design und Gestaltung, Logoentwicklung
- Hausprospekte, Internet-Auftritte, Klinikzeitschriften
- Rechtsdossiers (White Papers) zum Klinikwerberecht und Markenrecht
- Programme zur Patientengewinnung und Patientenbindung
- Programme zur Zuweiserkommunikation

- Optimierung der internen Mitarbeiterkommunikation
- Zuweiser-, Patienten- und Mitarbeiter-Befragungen
- Fundraising und Stiftungskonzeption
- Eigen- und Fremdkapitalbeschaffung, Investor Relations
- Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Ansprechpartner:

Katrin Frömbgen, Marketing Managerin

Stephan Rotthaus, Geschäftsführender Gesellschafter

D-50935 Köln, Franzstr. 75

Telefon (02 21) 43 09 19-16

Telefax (02 21) 43 09 19-10

E-Mail [katrin.froembgen@rotthaus.com](mailto:katrin.froembgen@rotthaus.com)

Internet [www.rotthaus.com/health](http://www.rotthaus.com/health)

## Impressum

Redaktion, Konzept und Gestaltung: Graham Sutherland und [rotthaus.com](http://rotthaus.com)

Die gedruckte Fassung des White Papers Fachenglisch ist gegen eine Schutzgebühr von 29 Euro (zzgl. Versandkosten und MwSt.) erhältlich.

Stand: März 2008