

## Unser Ziel und unser Weg



Diesmal drehen wir den Spieß um und berichten nicht über unsere Mitgliedsverbände sondern unser Geschäftsführer Lothar Wienböcker stellt sich den kritischen Fragen der Redaktion

KTM: Herr Wienböcker, viele können mit den Begriff Krankenhauskommunikationszentrum wenig anfangen. Was verbirgt sich dahinter

LW: Wir sind als „Gesellschaft zur Förderung interdisziplinärer Zusammenarbeit in den Einrichtungen des Gesundheitswesens. e.V.“ im Vereinsregister eingetragen

und haben uns das Ziel gesetzt, die Internationale, zweckbestimmte, zielstrebige Zusammenarbeit zwischen allen Einrichtungen des Gesundheitswesens, zwischen den einzelnen Berufsgruppen und den Mitarbeitern in den Einrichtungen zu fördern. Unser Logo bildet dieses Ziel anschaulich ab. Sie sehen zweimal den Buchstaben K, einmal spiegelverkehrt gedruckt, sich auf gleicher „Augenhöhe“ anschauen. Beide sind in ein großes C eingedruckt. Dieses bildet also einen Kreis der für alle offen und zugänglich ist.

KTM: Soweit die Abbildung, doch Wie setzen Sie dieses Ziel konkret um?

LW: Der Weg zum Ziel wird mit unterschiedlichen Maßnahmen beschriftet. Wir stellen Berufsgruppenakzeptanz und Know-how-Transfers dadurch sicher, indem wir Medizintechniker qualifizieren und ihnen durch unsere Vicenna- Akademie gemeinsam mit der Controller-Akademie in Berlin die Möglichkeit bieten, den Fachabschluss zum Technischen Fachcontroller zu erlangen. Wir nutzen also das Know-how der Controller im DVKC um die Mitglieder des AMBB, des fbmt und der FKT zu schulen und handeln nach dem einfachen Prinzip „Aus der Praxis für die Praxis“.

KTM: Auf Ihrer Webseite versprechen Sie die Förderung eines partnerschaftlichen Verhältnisses zu Institutionen, Verbänden und Anbietern des Gesundheitswesens, wie realisieren Sie dieses Angebot?

LW: Auf Messe MEDICA in Düsseldorf propagieren wir seit 1995 mit unserem Plakat „Brücken schaffen Verbindungen“ unser Credo. Bei unseren „Offenen Expertenrunden(OER)“ auf KKC-Gesundheits-Berufsverbände-Forum halten Mitarbeiter aus Gesundheitseinrichtungen und von unseren Förderpartnern aus Industrie und Dienstleistung jedes Jahr Vorträge. Unter dem Motto „Praktiker fragen -Experten antworten“ finden teils sehr kontroverse Diskussionen statt und diese tragen dazu bei, dass der KKC-Stand in der Halle 16 oder 17 seit mehr als 10 Jahren jedes Mal ein beliebter Treffpunkt ist. Seit zwei Jahren findet jeden Donnerstag das Treffen der Mitglieder der Xing-Gruppe Medizintechnik statt und somit geben wir dieser virtuellen Plattform die Möglichkeit, statt elektronisch auch „human“ zu kommunizieren. Das KKC ist also eine elektronische und menschliche Plattform für das Gesundheitswesen.

KTM: Sie sprechen davon, die Förderung des Marketings der einzelnen Berufsgruppen zu unterstützen, wie stellen Sie dieses Ziel sicher?

LW: Natürlich durch unsere Webseite [www.kkc.info](http://www.kkc.info), auf der wir mit allen Partnern und Verbänden verlinkt sind und deren Tagungen und Events sichtbar machen. Ferner durch Ihre Unterstützung, die wir dankbar annehmen. Denn auf dieser Seite veröffentlichen wir nicht nur die Termine, sondern stellen jedes Mal einen Verband oder Förderpartner vor. Die Möglichkeit, sich mit den Berufskolleginnen und –kollegen auf der MEDICA zu treffen und neue Mitglieder zu gewinnen ist ein wichtiger Baustein in dem Marketingkonzepten unserer Mitgliedsverbände.