

Schlagzeilen machen



Ein interessantes Jahr liegt vor uns, Dr. Zimmermann: 2017 wird Jahr 1 mit einem neuen Schlagzeilen-Präsidenten. Auch die Bundestagswahl hierzulande wird vielleicht so manches Naserüpfen – oder gar Stirnrunzeln – verursachen. Und selbst der Brexit folgt der Lebensweisheit: Nichts ist beständiger als der Wandel. Tagtäglich erhalten wir Meldungen darüber, dass ein Ruck durch die Welt geht – hie und da auch durch die Medizintechnik-Welt. Aber wie heißt es so schön: Nichts wird so heiß gegessen wie es gekocht wird.

Oje, Mühlberger, vermutlich blinzeln Sie auf die Pressemeldung von Philips, wonach „Röntgenstrahlen: bald verzichtbar?“ werden. Worauf sich anscheinend schon Journalistenkollegen gestürzt haben, ist wohl der Versuch, in zehn Jahren die strahlenfreie Zukunft beim Operieren anzuvisieren. Ob man sie tatsächlich erreichen kann, wird sich zeigen.

Kommt Zeit, kommt Rat, Dr. Zimmermann. Auch das Hamburger Medizintechnik-Unternehmen seca prognostiziert laut einer Schlagzeile das Verschwinden der Waage. Damit will es vielleicht nur andeuten, dass es wichtigere Kenngrößen bei der Patientenbeurteilung gibt als das Gewicht oder den Body-Mass-Index (BMI) und dass mit ihrem Einstieg in den Markt der Vitaldatenmessung eine neue Ära beginnt. Wer dem modernen Way of Business folgen will, muss heutzutage auf die Pauke hauen.

Gut möglich, lieber Redaktionskollege. Menschen lieben Schlag-

zeilen – und kontroverse Standpunkte. In unserer megavernetzten Welt ist eine ‚normale‘ Nachricht eigentlich schon gar keine mehr. Deshalb gibt es überall Kurioses wie zum Beispiel „Deutsche Bank startet digitales Angebot für Heilberufe“.

Na, ja, die Digitalisierung verändert auch das Bankgeschäft, lieber Dr. Zimmermann. Und eine Bank, die den Anspruch hat, ihren Kunden das führende digitale Ökosystem in der europäischen Bankenlandschaft zu bieten, muss schon was tun. In der Tat will sie mit dem neuen ‚HeilberufePortal‘ Praxis- und Investitionsscheck, Praxisbörse und E-Learning für Existenzgründer bieten.

Heute ist unsere Unterhaltung ja eine richtige Schlagzeilen-Rallye, geschätzter Mühlberger. Ich habe auch noch eine parat: „Bosch wird zum Gesundheitsbegleiter im Alltag“. Mit ihrem ersten Medizintechnik-Gerät Vivatmo me will die neue Bosch Healthcare Solutions GmbH am riesigen Markt für Medizintechnik von weltweit rund 350 Milliarden Euro partizipieren.

Das kann ich mir lebhaft vorstellen, Dr. Zimmermann, schließlich zeigt die Tendenz ja weiter steil bergauf. Dr. Volkmar Denner, Vorsitzender der Geschäftsführung der Robert Bosch GmbH, bringt es auf den Punkt: „Wir wollen die technischen Möglichkeiten der Vernetzung nutzen, um einen entscheidenden Beitrag zur Gesundheit und damit zur Lebensqualität von Millionen Menschen zu leisten. Bosch-Lösungen werden zum alltäglichen Gesundheitsbegleiter.“

Dem ist nichts hinzuzufügen, meine ich. Auch Siemens macht Schlagzeilen und weitet sein Gesundheitsengagement weiter aus. „Siemens und Krankenhaus ADRZ bauen und managen gemeinsam neue Operationsäle“, lautet die Schlagzeile dazu. Siemens Healthineers tritt beim niederländischen Krankenhaus Admiraal De Ruyter Ziekenhuis als Bauherr und Vermieter mit Zehnjahres-Vertrag auf.

Schlagzeilen sind etwas Herrliches, Dr. Zimmermann – und wir als KTM mittendrin. Besonders spannend fand ich kürzlich die Schlagzeile „Feierliche Grundsteinlegung für Europas erste Passivhausklinik“. Der erste Bauabschnitt des Neubaus des Klinikums Frankfurt Höchst soll im ersten Halbjahr 2019 in Betrieb gehen.

Interessante Entwicklung, lieber Mühlberger. Passivhäuser kennt man ja, aber dass eine Klinik mit 666 Betten und 40 tagesklinischen Plätzen als Passivbau möglich ist, hätte ich beileibe nicht vermutet.

Eine Schlagzeile ist und bleibt nun mal ein attraktiver Eyecatcher, lieber Kollege. Oder wer hätte gedacht, dass „Klinik-Mitarbeiterinnen zu YouTube-Stars“ werden. Das Medizinische Zentrum für Gesundheit (MZG) Bad Lippspringe hat eine Informationskampagne gestartet, die den Patienten die Orientierung im Krankenhaus erleichtern soll. Und was soll ich sagen: Die Filmchen werden fleißig geklickt.

Na, lieber Mühlberger, dann wollen wir hoffen, dass hinter den Schlagzeilen auch immer handfeste Realitäten aufwarten, die das Gesundheitswesen weiter voranbringen. Eines lerne ich allerdings aus unserem Dialog – schließlich liefern wir ja auch Monat für Monat Schlagzeilen: Gute Botschaften müssen nachhaltig verpackt werden.

So ist es, Dr. Zimmermann – denn Schlagzeilen sind nun mal der schicke Anstrich jeder Information.

Eugen Mühlberger
Dr. Wolf Zimmermann