

## Gedanken aus der Tiefe des Raumes:

Wem und was wir Raum geben.

## „Ein-geteilter-(T)Raum“

### Gefunden

Ich ging im Walde  
So für mich hin,  
Und nichts zu suchen,  
Das war mein Sinn.

Im Schatten sah ich  
Ein Blümchen stehn,  
Wie Sterne leuchtend,  
Wie Äuglein schön.

Ich wollt es brechen,  
Da sagt es fein:  
Soll ich zum Welken  
Gebrochen sein?

Ich grub's mit allen  
Den Würzlein aus.  
Zum Garten trug ich's  
Am hübschen Haus.

Und pflanzt es wieder  
Am stillen Ort;  
Nun zweigt es immer  
Und blüht so fort.

Johann Wolfgang von Goethe

Liebe KUCK-Leser,

das gewaltsame Einnehmen und Beanspruchungen von Territorium ist nicht allein Sache eines herkömmlichen Krieges zwischen Staaten oder Volksgruppen. Wenn wir es genauer betrachten, finden auch im alltäglichen Zusammenleben – beim Meinungsaustausch am Arbeitsplatz, in der Familie und in Partnerschaften – Kämpfe statt, in denen wir Raum für uns einzunehmen versuchen oder aber anderen das Feld überlassen. Wir ziehen mit unseren Gedanken und Überzeugungen Grenzen, grenzen andere aus oder aber uns ein.

Raum geben kann nur der, der Raum besitzt. Raum geben zu können ist eine Herzensangelegenheit. Nur wer eine weite Sicht hat, kann Platz für andere Perspektiven und Meinungen haben. Raum nehmen kann nur der, der Raum für sich beansprucht, ihn sich erstreitet, oder aber dem Raum zur Verfügung gestellt wird.

Jetzt fragen Sie sich vielleicht: was hat das denn eigentlich mit dem vorangestellten romantischen Liebesgedicht von Goethe zu tun? Nun, wir haben darin einen Gedanken für uns entdeckt, der uns sehr gefällt:

Wir können keine Menschen „besitzen“. Keinen Ehe- oder Geschäftspartner, keinen Freund, Tochter oder Sohn. Wollen wir Beziehungen schaffen, so müssen wir dem Nächsten den Raum zugestehen, seine Wurzeln entfalten zu können, damit diese Verbindung nicht zum Welken verurteilt ist.

Genauso ist es an uns, unsere Stimme zu erheben, wenn ein anderer achtlos unsere Blüten pflücken will. Wir sind nicht zum vorzeitigen Welken geschaffen, genauso wenig dazu, andere zu brechen. Wir bewegen uns tagtäglich im Spannungsfeld dieser zerbrechlichen Freiheit, die nur durch gegenseitigen Respekt erhalten werden kann. Geben wir dem Wunder Raum, dass ein begrenztes Terrain sich durch gegenseitiges Teilen zu einer unverhofften Weite im Zusammenleben entwickelt.

Den uns von den Kliniken anvertrauten Raum in Form eines Sendeplatzes möchten wir respektvoll im Interesse der Zuschauer füllen: mit anregender und informativer Unterhaltung für Patienten und Klinikmitarbeiter!

Böblingen, Juni 2012

Ihr  KICK  
Team

## Inhaltsangabe

**Vorwort** 02  
Ein-geteilter-(T)Raum

**Inhaltsverzeichnis** 03

**Hingekuckt** 04  
Zwischen fünf Bällen, vier Kindern und einem neuen KiK-Produkt. Philipp Schanz kümmert sich seit kurzem um das neue Produkt des Klinik Info Kanals: KiK Med. Ein Portrait.

**Der KiK bringt's** 05  
KiK-Kliniken und -Partner kommen hier zu Wort. Dieses Mal zieht zum Beispiel das Katholische Klinikum Essen Bilanz – eine gute Bilanz. Seit gut einem halben Jahr ist KiK-TV dort auf Sendung.

**Fit mit KiK** 06  
Halten Sie sich fit mit raffinierten Denkspielen und Rätseln, die Ihnen nebenbei angenehme Abwechslung verschaffen. Gewiss kein Maßstab für Intelligenz, sondern die pure Lust am Rätseln. Viel Vergnügen!

**Kuck – das Thema** 07  
Der Raum im Raum: bunte Details in den KiK-Räumlichkeiten. Herzlich Willkommen zu einem besonderen Rundgang.

**Kuckplus** 09  
Kn, die neue Kreativkonferenz für Marketingkommunikation in Kliniken, fand im Mai in Berlin statt. KiK-TV war als Partner dabei. KiK-Chefredakteur Dr. Johannes Heil hielt dabei einen Vortrag über die Prinzipien guter Patientenkommunikation – lesen sie ihn hier nach.

**Let's kuck** 14  
Diesmal grüßt die Redaktion mit einem süßen, individuellen Lieblingsrezept und lässt Raum für kreatives Kochen: Apfelkuchen, oder auch genannt: Apfel-Quark-Tarte.

**KiK fragt ...** 15  
„Wem und was gibst du Raum ...?“ Es antwortet: Ingrid Parker. Die gebürtige Österreicherin hat in England ihre zweite Heimat gefunden. Parker ist freischaffende Künstlerin.

**Kurz & bündig** 16  
Ab Sommer werden zwölf weitere Filme des NZZ-Formats das KiK-Programm bereichern. In einem ersten Teil stellen wir heute sechs der zwölf Filme genauer vor.

**Kuckolores** 17  
Unsere Kolumnistin Paulina Garbe denkt dieses Mal über Geschenke nach. Eines der wertvollsten Geschenke ist für Sie der Raum. Am Ende Ihrer Ausführungen thront das Paradoxon: Je mehr wir anderen Raum geben, desto größer wird auch unser eigener Raum.

**Frisch gepresst** 18  
Was schreibt die Presse über uns? Wir schauen heute auf die Website der Main-Kinzig-Kliniken, wo jüngst der Sendestart des Klinik Info Kanals gefeiert werden konnte.

**KiK bunt** 19  
Vermischtes von KiK: lesen Sie heute über die Abschiedsfeier von Hannes Tobias Bartel und über das Ausbildungsende des KiK-Azubis Demetrio Zapata.

**Fit mit KiK – Die Lösungen** 20

## Hingekuckt

### Zwischen fünf Bällen, vier Kindern und einem neuen KiK Produkt

#### Philipp Schanz kümmert sich seit kurzem um KiK Med

Philipp Schanz ist nach allem, was man hier bei KiK-TV von ihm weiß, ein sehr besonnener Mensch, der Entscheidungen ruhig trifft und bedacht handelt. Aber es gibt Situationen, da fackelt er nicht lange und fängt ganz wild an zu jonglieren – mit Bällen und Keulen, Devilstick und funkelnden Fackeln. Bis zu fünf davon dürfen es auf einmal sein. Die besonderen Herausforderungen dieser Fertigkeit, also Motorik, Koordination, Schnelligkeit und Reaktion unter einen Hut zu bringen, „das reizt mich einfach!“

#### Zahlen, Zahlen und nochmals Zahlen

Gewiss findet Schanz auch deswegen Gefallen an der kunstvollen Jonglage, weil sie mit seinen sonstigen Aufgaben rein gar nichts zu tun hat und gleichsam als Ausgleich dient. Denn als Versicherungskaufmann startete er seine Karriere bei einem großen agierenden Konzern in der zivilen Luftfahrt; und bei einem nicht minder renommierten Kreditkartenunternehmen setzte er sie fort. Das klingt nach dem,



was es ist: Zahlen, Zahlen und nochmals Zahlen.

#### KiK Med etablieren

Seit 2010 arbeitet Philipp Schanz nun für KiK-TV. War er anfangs wieder durchaus mit ‚zahlenlastigen‘ Aufgaben in den Bereichen Marktanalyse und Analytik beschäftigt, kümmert er sich seit einigen Monaten um das neue Produkt des Klinik Info Kanals, KiK Med. „Das ist eine spannende Aufgabe, gerade deswegen, weil die Entwicklungschancen so groß sind. KiK Med ist neu und hat in meinen Augen das Potential, in vielen Arztpraxen den Dialog zwischen Arzt, Praxis und Patient deutlich zu verbessern. Außerdem kann ich hier auf das große Know How von KiK-TV zurückgreifen, auf bewährte Inhalte und eine außerordentlich gute Technik – eine einmalige Situation.“ Und

so ist Philipp Schanz motiviert und bestrebt, KiK Med möglichst schnell auf dem deutschen Praxis-Markt zu etablieren.

#### KUCKIs für die Ärzte

Eine seiner ersten Marketingmaßnahmen hierfür war die Entwicklung eines Mailing-artikels für KiK Med, genauer gesagt eines KUCKIS – das sind kleine Plastikfernseher mit einer kurzen Bilder-Geschichte. Eigentlich ein Kinderspielzeug. In diesem Fall soll es Ärzte animieren, über die Kommunikation von Arzt und Patient nachzudenken. Eine witzige Idee – aber wie kommt man auf so etwas? Um diese Frage zu beantworten, reicht ein Blick auf das Privatleben von Philipp Schanz. Der gebürtige Schwarzwälder wohnt heute im hessischen Taunusstein mit seiner Frau und vier kleinen Kindern, allesamt Töchter. „Vier wertvolle Geschenke von Gott“, sagt Schanz. Im Kreise seiner Familie entstehen freilich solch spielerische Ideen wie die des KUCKIS. In den fertigen Mini-Fernseher schauen die vier Mädels übrigens immer wieder gerne rein. Und ganz gewiss werden seine Töchter auch regelmäßig Zuschauer eindrucksvoller Jonglageeinlagen, wenn ihr Vater mal wieder einen Ausgleich nötig hat. ✨

## Der KiK bringt`s



Katholisches Klinikum Essen

**Essen, 15. Mai 2012:**

Sehr geehrter Herr Holtmann,

seit nunmehr knapp einem halben Jahr läuft das Patientenfernsehen in unseren Häusern. Unsere erste Bilanz ist sehr positiv. Sowohl Patienten als auch Mitarbeiter empfinden unsere Klinikfilme als sehr sehenswert und gelungen, das Programm des Patientenfernsehens kommt bei den Patienten gut an.

Die vielseitigen Möglichkeiten zur Informationsbestückung des Patientenfernsehens und des KiK-Foyer helfen uns, unsere Patientinnen und Patienten mit den unterschiedlichsten Informationen zu erreichen. Darüber hinaus haben alle Beteiligten, also unsere Patienten, Mitarbeiter und Besucher die Dreharbeiten in unseren drei Betriebsteilen als spannende Ablenkung zum beruflichen bzw. klinischen Alltag gesehen.

Insgesamt sind wir mit dem gesamten Projekt- ablauf sehr zufrieden. Sowohl die Koordina- tionsabstimmung mit Ihnen, Herr Holtmann, als auch die Produktionsabstimmung mit Herrn Glöckner und dem gesamten Filmteam war uns stets eine große Freude.

Auf diesem Wege herzlichen Dank für Ihren Beitrag zum Gelingen des Projekts, wir freuen uns auf eine weiterhin gute Zusammenarbeit.

Mit freundlichen Grüßen

Manfred Sunderhaus,  
Geschäftsführer

Oliver Gondolatsch,  
Leiter Marketing und Kommunikation



**Steinau, 10.05.2012**

Hallo liebes Grafik-Team!



Mit diesem Schreiben möchten wir uns für Ihre wunderbare TV-Animation bedanken. Bei der

diesjährigen Hausmesse haben wir sehr viel Lob von unseren Kunden für die gelungene, witzige und professionelle Animation erfahren, dieses Lob möchten wir gerne an Sie weiter geben.

Wir wünschen Ihnen viel Erfolg und verbeiben mit freundlichen Grüßen  
Giovanni Bueti



**Biebergemünd-Kassel, 11.05.2012**

Liebes KiK-Team,

ich hätte nicht gedacht, dass der ganze Ab- lauf so reibungslos und locker klappt. Die Zusammenarbeit mit dem Filmteam war sehr angenehm und unsere Wünsche konnten eins zu eins umgesetzt werden. Das Endergebnis ist wirklich gelungen. Empfehlenswert!

Mit herzlichen Grüßen  
Dr. Gabriela Robotka-Rau



## Fit mit KiK

### KUCK gibt Raum für Rätsel

#### Aufgabe 01:

Versuchen Sie, durch drei gerade Linien die Häuser so voneinander zu trennen, dass jedes Haus einzeln auf einem eigenen Grundstück steht.

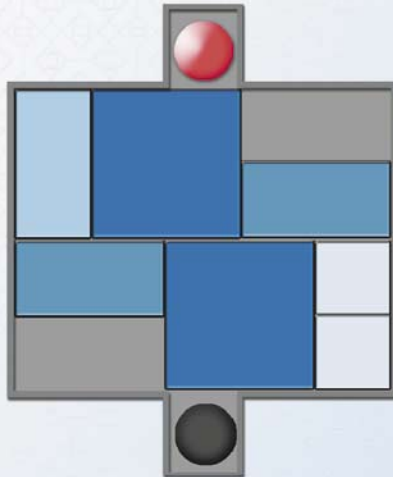


#### Aufgabe 02:

Immer ist es nah, niemals ist es da. Wenn du denkst, du sei'st daran, nimmt es andern Namen an. Was ist das?

#### Aufgabe 03:

In einem grauen Feld befinden sich 7 Klötze und eine rote Kugel. Wie müssen die Klötze verschoben werden, dass die rote Kugel in 12 Schritten auf die andere Seite in das runde, schwarze Feld bewegt werden kann?



#### Aufgabe 04:

Wer hat recht?

Vier Freunde sind sich uneinig, wer von ihnen im Recht ist:

Sandra äußert: „Genau zwei von uns haben recht.“

„Ich würde eher sagen, dass mindestens zwei von uns falsch liegen.“, meint daraufhin Martha.

„Was Martha da behauptet, ist auf jeden Fall falsch“, widerspricht Martin.

Woraufhin Lea erklärt: „Höchstens einer von uns liegt richtig.“

Wer hat denn nun recht?



## KUCK - Das Thema



**Der Raum im Raum:  
bunte Details in den  
KiK-Räumlichkeiten.**



Unübersehbar: Das KiK-Foyer empfängt die Gäste mit der Jakobsleiter



Ein Besprechungsraum – drei Foyer-Bildschirme. Langeweile ausgeschlossen!



Die KiK-Grafik unter Palmen. Eine wahre Quelle für Inspiration.

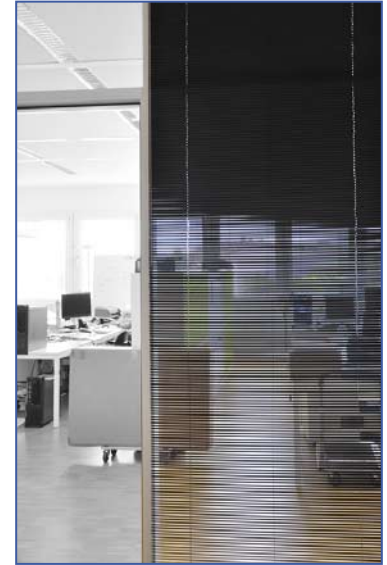
## KUCK - Das Thema



Ein Ausblick von der Technik



KiK – ein Leben zwischen Technik und Gesundheit



Ein Blick in die Technik





## Kuckplus

### **K<sup>n</sup> – und KiK war als Partner dabei.**

#### **Die neue Kreativkonferenz für Marketingkommunikation in Kliniken fand im Mai in Berlin statt.**

Das Ziel war klar: Es sollte alles etwas anders sein. Kein gewohnter Kongress und keine konventionelle Konferenz; Interaktion und Erfahrungsaustausch statt Frontalpräsentation und Mainstream, keine Stühle sondern Papphocker, wenig Möbel, viele Medien. Work statt Shop. Also: Fenster auf für neue Marketingkommunikation am Klinikmarkt!

#### **Gut 100 Teilnehmer im Umspannwerk Kreuzberg**

Die Konferenz K<sup>n</sup> wurde von Marketingprofis aus dem täglichen Handeln heraus entwickelt, darunter auch Dr. Johannes Heil vom Klinik Info Kanal. Das Bedürfnis nach interaktiver Wissensvermittlung, intensivem Erfahrungsaustausch und kreativem Miteinander hatte eine neue Veranstaltungsform entstehen lassen, die nun am 22. und 23. Mai im Berliner Umspannwerk Kreuzberg stattfand.

Eine anspruchsvolle Aufgabe wartete hier auf die gut 100 Teilnehmer, deren aktive Rolle elementarer Teil des K<sup>n</sup>-Konzepts war. KiK-TV war als offizieller Partner mit dabei. Die Veranstaltung wurde ein Erfolg.



Papphocker statt bequemen Stühlen – der aktive Zuschauer war dieses Mal gefragt.

#### **B2B oder B2C?**

Ob sich moderne Klinikkommunikation an Bürger und Patienten wendet oder ob wirtschaftliche Erfolge von Kliniken nur über strategische

Beziehungspflege zu Einweisern erreichbar sind – mit diesem spielerischen Grundlagenstreit startete K<sup>n</sup> am Dienstagmittag. Drei gegen drei hieß hier das debattenähnliche Konzept und es traten gegeneinander an: die K<sup>n</sup>-Mitentwickler Björn Kasper und Felix Dorn, jeweils unterstützt durch zwei ‚Großzeugen‘. Daran schlossen sich Impulsvorträge und intensiver Erfahrungsaustausch in den drei Konzeptinseln B2B und B2C1 und B2C2 an. Zum Thema „Patient im Haus. Aus die Maus? Kommunikative Herausforderungen und Möglichkeiten während des Klinikaufenthalts“ sprach hier auch KiK-Redakteur Dr. Johannes Heil. Zum Abschluss des ersten Tages hieß es dann „Nett Working“ und viel Party.

#### **Konzeptinsel mit KiK-TV**

Am zweiten Tag standen Schlüsselthemen des Klinikmarketings an sieben Konzept-Inseln (KI) im Zentrum, jeweils mit drei Vorträgen und anschließenden Diskussionen. Eine Konzeptinsel davon stand ganz im Zeichen der Kommunikation von Klinik und Patient – auch hier durfte KiK-TV natürlich nicht fehlen. ➤

## Kuckplus

Über die „Möglichkeiten des Patientenfernsehens“ sprachen KiK-Programmchef Dirk Gerbode mit Dr. Johannes Heil und präsentierten den interessierten Zuhörerinnen und Zuhörern dabei das Konzept des Klinik Info Kanals. „Wir sind froh, dass wir mit KiK-TV teilnehmen und unsere Ideen von gutem Patientenfernsehen präsentieren konnten. Auf sehr direkte Weise profitiert man hier auch von dem kreativen Beisammensein und lernt nebenbei sehr viele neue Menschen kennen“, resümiert Gerbode.

### Und dann?

**K<sup>n</sup>** und kein Ende: Alle Vorträge, Ergebnisse und visuelle Dokumentationen sind auf der **K<sup>n</sup>**-Website bzw. dem Online-Forum [marketingnetzwerker.de](http://marketingnetzwerker.de) nachzulesen und nachzuschauen – hier geht **K<sup>n</sup>** mit regem Gedankenaustausch weiter und dann fließend über in die zweite **K<sup>n</sup>**-Konferenz im nächsten Jahr.

Alles über **K<sup>n</sup>** unter:  
[www.khochn.de](http://www.khochn.de)



KiK-Programmchef Dirk Gerbode (re.) und Redaktionsleiter Dr. Johannes Heil (li.) beim Vortrag „Möglichkeiten des Patientenfernsehens“.



## Kuckplus

### „Patient im Haus. Aus die Maus?“

Ein Vortrag von Dr. Johannes Heil

*sôse bënrenki, sôse blutrenki  
sôse lidirenki:  
bên zi bêna, bluot zi bluoda,  
lid zi geliden, sôse gelfîmda sîn.*

Meine sehr verehrten Damen und Herren, ich komme zwar aus dem Bundesland, in dem man „alles kann außer Hochdeutsch“, wie es vor einigen Jahren ein Regional-Marketing bundesweit memoriert hat – aber das, was ich Ihnen eben vorgetragen habe, war kein Schwäbisch – es war Althochdeutsch. Diese Verse des „2. Merseburger Zauberspruchs“ gehören zu den ältesten Zeugnissen deutscher Sprache; und ihr Inhalt ist medizinisch; in der Übersetzung lauten sie etwa:

*So Beinrenkung, so Blutrenkung,  
so Gliedrenkung:  
Bein zu Bein, Blut zu Blut,  
Glied zu Glied, wie wenn sie geleimt wären*

Wenn dieser wie andere Zauber aus alter Zeit jemals geholfen haben – und davon ist zunächst einmal auszugehen, sonst wären sie nicht



Dr. Johannes Heil während seines Impulsvortrags „Patient im Haus. Aus die Maus?“

aufgeschrieben und überliefert worden – dann, weil sie auf den Patienten, auf seine psychische Verfassung, sei es emotional, sei es intellektuell gewirkt haben. Und diese Wirkung kommt zustande durch Verfahren, die jeder Texter in einer Werbeagentur bis heute zu seinem Handwerkszeug zählt, und deren Benennungen aus der antiken griechischen und römischen Rhetorik abgeleitet sind: Parallelismen, Anaphern, Epiphern, Alliterationen, Assonanzen, Trikola und Comparatio.

Es sind eben die sprachlichen Mittel, mit denen man sprachlich auf Menschen wirken kann. Unabhängig von den vielen Namen, die solchen linguistischen Phänomenen in der Rhetorik gegeben werden: es geht immer um zwei Arten von Wirkung:

1. die Klangwirkung und
2. die Bildwirkung.

Gemeint sind hier natürlich zunächst sprachliche Bilder, keine optischen Mittel: die verbale Sprache selbst löst über ihren Inhalt visuelle Effekte aus.

Hinzu kommt noch etwas Drittes, das in der konkreten Sprechsituation immer dabei ist: die Person des Sprechers (oder selbstverständlich auch der Sprecherin), sein (oder ihr) Auftreten – der Eindruck der Persönlichkeit, den er (oder sie) bei seinen Adressaten erzeugt; „ethos“ nennt das die antike Rhetorik-Theorie – modern gesprochen würde man hier von „Image“ reden.

## Kuckplus

Wir haben also neben Klang- und Bildwirkung noch

### 3. die Persönlichkeitswirkung.

Über diese drei Mittel hinaus haben diese wie andere ‚Zaubersprüche‘ nichts zu bieten. Keine eigentlichen Inhalte: keine Sachdarstellung, keine Beweisführung. Alle Effekte werden jenseits von Narration und Argumentation ausschließlich durch die Sprache selbst erreicht und denjenigen, der diese Sprache spricht. Solche ‚Zaubersprüche‘ sind deshalb, ebenso wie ihr modernes Pendant, der „Slogan“, nicht irgendwelche sprachlichen Produkte wie andere auch, sondern arbeiten mit genau den Stärken, die im Wesen der Sprache liegen: Sprache ist ursprünglich Beschwörung. Und ‚Beschwörung‘ ist kein Betrug, keine Täuschung – sie ist der Kern, der Grund jedes Sprechens, das auf Wirkung ausgerichtet ist. Sie ist der Boden, auf den dann Narration und Argumentation gleichsam gepflanzt werden können. Können, nicht müssen.

Die alte medizinische Tradition, aus der der eben zitierte Zauberspruch stammt, setzt sprachliche und medizinische Wirkung gleich.



Beide Konferenz-Tage begannen im Plenum

Die Magie der verbalen Klänge und Bilder, das Charisma des Sprechers bewirkt vermeintlich oder tatsächlich Heilung. Medizin ist Kommunikation. In den vergangenen gut 1000 Jahren hat sich

das Verhältnis von Kommunikation und Medizin nun nicht nur einfach verändert – es hat sich umgekehrt: Medizin ist ein Wissen, Medizin ist ein Handwerk – sie bewirkt Heilung notfalls auch ganz ohne Kommunikation. Mit dem Patienten zu reden jedenfalls wird als lästige Notwendigkeit, als unnötiger Luxus empfunden. Hauptsache, der Patient wird chirurgisch, pharmazeutisch usw. richtig behandelt. Sprache spielt keine Rolle. Die moderne Fachsprache der Medizin hat diagnostischen Wert, aber keinen kommunikativen Wert mehr. Sie ist die Sprache der Protokolle – die leicht von den neuen Codier-Fachkräften in die Zahlen- und Buchstaben-Schlüssel der Abrechnungssysteme von Krankenkassen übersetzt werden kann. Codes statt Klänge, statt Bilder, statt Persönlichkeit.

„Na gut“, wird der ein oder andere jetzt vielleicht sagen, „das mag ja vielleicht irgendwie bedauerlich sein – aber die Hauptsache ist doch, der kranke Mensch wird in der Klinik wieder – nach Möglichkeit und Stand der Wissenschaft – gesund.“ Aber wer so denkt, denkt aus der Perspektive des (vermeintlich) ➤

## Kuckplus

gesunden Menschenverstandes, nicht aber aus der Perspektive des Marketings.

Für das Marketing ist nicht ein ‚gesunder Patient‘ wichtig, sondern ein zufriedener. Ein zufriedener Patient ist der wirksamste Multiplikator eines positiven Klinik-Images. Und zu glauben, eine – fachlich gesehene – erfolgreiche Behandlung habe auch immer zufriedene Patienten zur Folge, ist – wie Sie wissen – ein gefährlicher Trugschluss. Denn, meine Damen und Herren, was ist überhaupt „erfolgreiche Behandlung“? Dafür gibt es vielleicht Kriterienkataloge von Krankenkassen, Einschätzungen von Ärzten oder Erfahrungswerte von Pflegerinnen und Pflegern – aber im Bewusstsein eines Patienten muss „Behandlungserfolg“ jedes Mal neu konstruiert werden. „Gesundheit“ überhaupt ist eine komplexe, historisch und kulturell bedingte soziale Fiktion – Zufriedenheit dagegen (wie Unzufriedenheit) ist eine subjektive Tatsache! Marketing muss diese Tatsachen schaffen!

Eine erfolgreiche Medizin darf keine ‚stumme Medizin‘ sein, eine Klinik, die erfolgreich sein will, darf nicht schweigen – dem Patienten gegenüber. Und genau hier können wir von

der Paläomedizin wie derjenigen des deutschen Mittelalters lernen.

Welche Kanäle, welche Medien kann eine Klinik nutzen, um im Bewusstsein des Patienten den Eindruck einer „erfolgreichen Behandlung“, eines ‚gelungenen Aufenthalts‘ in einer Klinik zu erzeugen? Eine wichtige Rolle spielt zweifellos der unmittelbare menschliche Kontakt im Arzt-Patienten-Gespräch. Diesen Gesprächen kommt medizinisch-psychologische Bedeutung zu, die uns hier, im Rahmen unseres Kongresses, nichts angeht. Aber diese Gespräche, genauer gesagt sogar jeder personale Kontakt zwischen der Klinik und Patient ist immer auch zugleich Marketing. Das wird von Ärzten und Pflegekräften immer noch viel zu selten begriffen. Daher muss dieser Kanal durch andere Medien ergänzt und in den meisten Fällen wohl ganz ersetzt werden. Da kommen nun eine ganze Reihe von Medien in Betracht, von der Architektur und dem Design des Interieurs einer Klinik bis hin zur Klinik-Zeitschrift oder zum Klinik-Fernsehen – wie wir es Ihnen, meine Damen und Herren, morgen in einem anderen Vortrag noch genauer vorstellen werden. Der Wert dieser Medien für das Klinik-Marketing steigt mit dem Grad ihrer Individualisierbarkeit und dem Grad Ihrer Suggestivität. **Erinnern Sie**

sich bitte an unsere drei rhetorischen Grundfunktionen des Verbalen: sie gelten auch hier. Bildwirkungen und Klangwirkungen, auf die Inhalte aufgesetzt werden können. Vor allem aber: Die Klinik braucht eine Individualität, ein Gesicht, eine eigene Bild- und Klang-Sprache, eigene Inhalte. Und die müssen auf den Patienten so weit, wie es eben möglich ist, zugeschnitten sein, sei es durch Regionalisierung oder durch fach-medizinische Spezifizierung oder auch durch soziale Differenzierung, etwa nach demographischen Aspekten.

Lassen Sie uns, meine sehr verehrten Damen und Herren, in diesem Sinne der Klinik ein Gesicht geben, das nicht bloß funktional und anonym ist. Lassen Sie uns der Klinik eine Sprache geben, die über den diagnostischen Monolog, die kryptische Instruktion oder die abrechnungstechnische Codierung hinausgeht. Lassen Sie uns die Voraussetzungen schaffen zu einem Dialog zwischen Klinik und Patient!

Ach und – wenn Sie sich den Zauberspruch, den ich zu Anfang meines Vortrages zitiert habe, gemerkt haben sollten: Vergessen Sie ihn ruhig wieder. Er wirkt nur bei Pferden.



## Let`s kuck

Das Glück  
geteilt mit  
Freunden,  
ist uns  
doppelt  
süß.  
Euripides



Diesmal geben wir Raum für ein Lieblingsrezept: Apfelkuchen, wenn`s mal süß sein darf – mit schönen Grüßen aus der Redaktion!

### Apfel-Quark-Tarte

Für den Teig:

- 200 g Weizenmehl
- 1 TL Backpulver
- 1 EL Zucker
- 1 Pck. Bourbon-Vanillezucker
- 1 Prise Salz
- 100 g Butter
- 1 Ei

(die Zutaten sollten für den Mürbeteig in einem kalten Zustand sein und schnell verarbeitet werden)

ca. 4-5 säuerliche Äpfel (z.B. Boskop)

Für die Quarkmasse:

- 500 g Speisequark
- 100 g Butter
- 50 g Zucker
- 1 Pck. Vanillezucker
- geriebene Schale einer halben Zitrone
- 30 g Speisestärke
- etwas Milch

01. Das Mehl mit dem Backpulver mischen und in eine Schüssel sieben. Zusammen mit dem Zucker, Vanillezucker, Salz, Ei und der Butter zügig durchkneten bis eine homogene Teigkugel entstanden ist. Den Teig für ca. eine halbe Stunde kalt stellen.

02. Die Äpfel schälen, vierteln und entkernen und in Spalten schneiden.

03. Den Quark mit der Butter, dem Zucker, Vanillezucker und der geriebenen Zitronenschale zu einer geschmeidigen Masse verrühren. Die Speisestärke mit etwas Milch auflösen und mit dem Quark vermengen.

04. Jetzt eine Tarteform (Ø 28-30 cm) mit dem Teig auslegen und die Apfelspalten schuppenförmig im Kreis darauf auslegen.

05. Die Quarkmasse auf den Kuchen verteilen und im vorgeheizten Backofen ca. 30 - 35 Minuten backen.

Ober-/ Unterhitze 180 °C  
Heißluft 160 °C

Guten Appetit!

## KiK fragt ...

### „Wem und was gibst du Raum ...?“

Es antwortet: Ingrid Parker. Die gebürtige Österreicherin hat in England ihre zweite Heimat gefunden. Parker ist freischaffende Künstlerin.

Obwohl ich nun schon viele Jahre hier in Südengland lebe war es mir bisher nicht möglich, meinen Akzent abzustellen. Schon nach ein oder zwei Worten fragen mich meine Gesprächspartner bis heute: „Where do you come from...?“ oder „Are you on holiday...?“ Wenn ich dann sage, dass ich hier lebe und meine ursprüngliche Heimat Österreich bzw. Wien ist, bekomme ich fast immer ein begeistertes „Oh, Vienna!“ zur Antwort – und gleich darauf die Frage: „Don't you miss it ...?“.

### ... der Sehnsucht und meiner zweiten Heimat

Natürlich vermisse ich diese mir sehr liebe Stadt, in der ich Malerei und Gobelweberei studiert habe. Nun aber lebe ich hier im Süden Englands in Devon, einem wunderschönen Teil der Insel, mit dem durch „Sherlock Holmes“ berühmt gewordenen „Dartmoor“ und der „The English Riviera“, der attraktiven Küste entlang des Englischen Kanals.



### ... meinem Mann, meinem Spinnrad und Schafen

Hier in Devon habe ich auf einer meiner Reisen meinen jetzigen Mann Chris kennen gelernt, einen sehr begabten Möbeltischler. Gemeinsam haben wir einen Workshop gegründet: „Handmade Furniture and Textiles“. Sehr bald habe ich mich in all die unzähligen Schafe auf den umliegenden Hügeln, Wiesen und Feldern verliebt. Ein Spinnrad war daher eine wichtige Anschaffung. Immer im Frühjahr, wenn die Schafe geschoren werden, suche ich mir bei den Bauern in der nahe liegenden Umgebung die schönsten Vliese aus. Faszinierend, wie viele verschiedene Farben und Arten von Vliesen es gibt. Sie aufzuzählen müsste ich ein Buch schreiben.

### ... der Gelassenheit und meinen Schülern

Hat man das Spinnen einmal erlernt (mir fiel es anfangs gar nicht leicht ...), ist es eine wunderbare meditative Betätigung. Ist man aber gestresst oder aus irgendeinem Grund unausgeglichener oder in Eile, dann geht es sicher nicht. Die Füße, mit denen man das Geschwindigkeit-Pedal bedient, müssen gut mit den Händen harmonisieren – der richtige Rhythmus ist Gold wert. Es ist also eine gewisse Gelassenheit notwendig, um beim Spinnen erfolgreich zu sein: eine wunderbare Therapie! Dass ich diese Erfahrung und Begeisterung an einige meiner Webschüler weiter geben konnte, ist eine große Freude für mich.

### ... vielen Farben und Formen

Meine selbst gesponnene Wolle verwende ich hauptsächlich zum Weben meiner Wand – oder auch für Bodenteppiche. Ich spinne in Hinsicht auf die Struktur sehr unregelmäßig und grob, um die Fasern so natürlich als möglich zu belassen und um eine interessante Textur zu erhalten. Die Farben der Vliese wähle ich gemäß meinem Entwurf aus. Manchmal färbe ich sie auch.



## Kurz & bündig

### NZZ Format

DAS FERNSEHEN DER NEUEN ZÜRCHER ZEITUNG

#### Neu im KiK-Programm: 12 Mal NZZ

Ab Sommer werden zwölf weitere Filme des NZZ-Formats das KiK-Programm bereichern. Das NZZ-Format ist das renommierte Fernsehen der Neuen Zürcher Zeitung. Das sind 30-minütige Reportagen über den «State of the Art» in Wissenschaft, Medizin und Technik. Aber auch soziale, kulturelle und Lifestyle-Themen haben hier ihren Platz. KiK-Programmchef Dirk Gerbode freut sich über die neuen Filme und die Kooperation mit NZZ-Format grundsätzlich: „NZZ ist einer unser langjährigsten und zuverlässigsten Partner mit einer großen Anzahl an hochwertigen Reportagen. Die Themen sind vielfältig und spannend.“

In dieser KUCK-Ausgabe stellen wir sechs der neuen NZZ-Filme inhaltlich in aller Kürze vor:

#### Volkskrankheit Rheuma

Rheuma ist ein Sammelbegriff für Schmerzen am Bewegungsapparat und umfasst über 200 verschiedene Krankheitsbilder. Jeder fünfte Mensch in Mitteleuropa ist von Rheuma be-

troffen: Nicht nur Senioren, sondern auch Kinder und Jugendliche leiden an schweren chronischen Formen.

#### Volkskrankheit Diabetes

Epidemie des 21. Jahrhunderts: Immer mehr Menschen erkranken an Diabetes. Die Spätfolgen sind gravierend und die Risikofaktoren wesentlich vielfältiger als man dachte.

#### Gute Insekten, böse Insekten

Spektakuläre Mikroskopaufnahmen machen die unheimliche Welt der Insekten sichtbar. Insekten stellen über 80% aller Tierarten und doch nehmen wir sie nur am Rand wahr. Zum Beispiel wenn sie Krankheiten übertragen und unsere Kulturpflanzen schädigen.

#### Patient Auge

Jedes Auge wird alterssichtig und braucht eine Sehhilfe. Wenn aber das Auge erkrankt, wenn etwa der grüne Star den Sehnerv zerdrückt oder die Linse undurchlässig wird? Milko Iliev, Augenarzt in Zürich und Grünstar-Spezialist, erklärt den grünen Star und den grauen Star und wie man diese Augenkrankheiten mit Medikamenten oder Operationen kuriert.

#### Auf der Suche nach dem Glück

Wie wichtig sind Arbeit, Herausforderungen, Aktivität und materieller Wohlstand fürs Glück? Ist Glücksempfinden angeboren? Wie kann man Glück in der Schule lernen? Was passiert im Gehirn in Glücksmomenten?

#### Der innere Schweinehund

Wer ist der innere Schweinehund? Er jedenfalls sei schuld daran, wenn wir Vorsätze nicht umsetzen. Dank neuer Hirnforschung kommt man ihm langsam auf die Schliche. Für die einen ist er eine Handlungshemmung, dagegen nützen positive Kräfte und eine neue Willensbahnung. Ist er ein unliebsamer Automatismus? Dann hilft geschickte Planung durch einen selber gewählten Automatismus. Ist er ein Stolperstein? Eine Hypnose schwächt seine Macht. Oder ist er ein freundlicher Aufpasser zwischen Verstand und Gefühl? Da gilt es, beide Systeme des menschlichen Hirns mit ins Boot zu holen.

Im nächsten KUCK porträtieren wir die neuen NZZ-Filme: Gemeinsam statt einsam – Kraftquelle Schlaf – Nüsse, Gesunder Genuss oder fette Sünde – Sardinien, Insel der Hundertjährigen – Wenn Angst krank macht ❁



## Kucklores

### Das Geheimnis hinter dem freien Stuhl

Eine Kolumne von Paulina Garbe

Es soll am besten selbst gemacht und persönlich sein. Vielleicht ein bisschen witzig, aber auf jeden Fall praktisch – passende Geschenke zu finden ist schwierig. Meistens ist das sogar noch schwieriger, als sie später kunstvoll in Geschenkpapier zu drapieren. Eines der wertvollsten Geschenke ist der Raum.

### Gedeckte Festtafeln

Wann hatten Sie das letzte Mal Gäste? Wann haben Sie das letzte Mal jemandem bewusst Raum gegeben? Besucher stehen oft überraschend in der Türe. Sie brauchen einen Raum, ein warmes Essen, vielleicht ein Gästezimmer und ein offenes Ohr. In manchen Ländern bleibt zu Weihnachten ein Stuhl an der Festtafel frei. Die Möglichkeit eines Gastes wird hier von vornherein eingeschlossen. In unserer Gesellschaft scheint das Prinzip der Gastfreundschaft immer mehr in den Hintergrund zu treten.

### Kämpfen für Schutz und Ehre

Früher war das Raumgeben eines der wichtigsten Dinge überhaupt, auf dem der ganze



Handel und Austausch aufbaute. Kaufmänner waren auf ihren Reisen zahlreichen Gefahren wie Unwettern und Dieben ausgesetzt. Nachts brauchten sie dringend einen Raum, der ihnen Zuflucht bot. Während des Aufenthaltes war der Gastgeber verantwortlich für den Schutz seines Besuchers. Im Notfall verteidigte er dessen Sicherheit und Ehre mit vollem Einsatz. Raum nehmen bedeutet, dass man einen kurzen Augenblick auf der Lebensreise Zeit hat, sich für den nächsten Wegabschnitt zu rüsten. Ein anderer beschützt uns so lange vor jeglicher Gefahr.

### Zuhören ist Raum geben

Neben dem Schutz gehört üblicherweise auch die Verpflegung zu den Aufgaben eines Gast

gebers. Ein russisches Sprichwort besagt „Ohne Salz und Brot kann es auch kein gutes Gespräch geben.“ Eine gedeckte Tafel schafft Raum für Dialoge. Und diese basieren wieder auf dem Prinzip des Raumgebens und des Raumnehmens. Indem man einen Gedanken ausspricht, nimmt man Raum ein. Indem man jemandem zuhört, schenkt man ihm Raum. Manchmal braucht das Gegenüber zu viel Raum. Es sagt Dinge, die verletzen. Manchmal braucht man selbst zu viel Raum, dann drehen sich alle Gedanken nur um einen selbst. Es kommt auf ein gutes Gleichgewicht an. Aus einem Gespräch nimmt man neue Gedanken, Ermutigung, Trost und vielleicht auch Kritik mit. Und all dies gibt man auch zurück.

### Grundstock der Freundschaft

Ein guter Gastgeber ist jemand, der bewusst ein Stück seines Lebens mit jemandem teilt. Und ihm ein Stück von sich schenkt. Es ist paradox: Je mehr Raum er gibt, desto größer wird sein eigener. Gastfreundschaft ist die Wurzel und die Krone einer Freundschaft. Egal, in welcher Form man jemandem Raum schenkt, ein größeres Geschenk gibt es wohl kaum. In diesem Sinne: lassen Sie öfter mal einen Stuhl frei. ❁

## Frisch gepresst



Main-Kinzig-Kliniken

Quelle: [mkkliniken.de/de/aktuelles/](http://mkkliniken.de/de/aktuelles/)

Klinikinformationen direkt ans Patientenbett

### Main-Kinzig-Kliniken feiern Sendestart des Klinik Info Kanals

Um ihre Patienten künftig noch aktueller und komfortabler über Krankenhausneuigkeiten zu informieren, gehen die Main-Kinzig-Kliniken neue Wege. Mit dem individuell gestalteten Klinik Info Kanal (KIK) bieten sie ein interaktives, kostenloses Programm, das die Patienten während ihres Klinikaufenthaltes bequem vom Bett aus informiert und unterhält.

Den Sendestart feierten die Gelnhäuser und Schlüchterner Kliniken am Mittwoch, 18.04. gemeinsam mit zahlreichen Werbepartnern aus der Region und Mitarbeitern der beiden Krankenhäuser. Dieter Bartsch, Geschäftsführer der Main-Kinzig-Kliniken, und Philipp Schanz, Projektleiter Klinik Info Kanal, stellten den Besuchern das künftige Konzept vor.

So erhalten die Patienten nun auf Sendeplatz

Nummer eins der Patientenfernseher neben informativen Dokumentationen, Spielfilmen und Reportagen rund um die Gesundheit auch aktuelle Informationen zum Klinikablauf, besonderen Ereignissen in den Main-Kinzig-Kliniken und Veranstaltungshinweisen. Ganz nebenbei wird dadurch das Krankenhauspersonal unterstützt. Denn KIK sendet regelmäßig einen Beitrag zu den Kliniken selbst, so dass ein neu eingetrossener Patient hier einen guten Eindruck vom Haus erhält.

Als ein weiterer Bestandteil der Öffentlichkeitsarbeit dient der Klinik Info Kanal als Brücke zwischen den Gelnhäuser und Schlüchterner Krankenhäusern und ihren Patienten. »Mit dem Klinik Info Kanal haben unsere Patienten nun eine Alternative zu anderen Programmen, mit deutlich weniger Werbung«, freut sich Klinikchef Bartsch.

Doch ganz ohne Werbung geht es nicht. Denn Technik, Programm, Imagefilme und Service stellte die KIK-Zentrale aus Böblingen den Main-Kinzig-Kliniken kostenfrei zur Verfügung. Finanziert wird der Hauskanal durch regionale Werbepartner, für die KIK als Sendeplattform eine attraktive Möglichkeit ist, sich im Klinikfernsehen zielgruppenorientiert zu prä-

sentieren. Ob Alten- und Pflegezentren, Krankentransport- und Taxiunternehmen oder Apotheken – an jedem der insgesamt 700 Betten der Main-Kinzig-Kliniken Gelnhausen und Schlüchterner laufen ab sofort die Werbespots regionaler Firmen.

Die auch mit der Vermarktung der Sendezeiten betraute KIK-Zentrale genießt das Vertrauen der Main-Kinzig-Kliniken, konnte mit ihrem Konzept aber auch schon andernorts überzeugen. Immer mehr Krankenhäuser begeistern sich für ein Engagement im Bereich des Patientenfernsehens: Derzeit können fast eine Million Menschen jährlich KIK bundesweit sehen.



Von Patienten, Kliniken und Werbepartnern wurde KIK bislang mit positiver Resonanz angenommen. Und so sind die Main-Kinzig-Kliniken in Gelnhausen und Schlüchterner auf einem guten Weg, in der klinischen Medienlandschaft mit KIK neue Maßstäbe für ihre Patienten zu setzen. ✨

## KiK bunt



### Tobias Bartel verabschiedet

Tobias Bartel, viele Jahre zunächst als Projektleiter und dann in der Geschäftsführung für KiK-TV tätig, hat das Böblinger Unternehmen verlassen (siehe auch KUCK 25). Die offizielle Abschiedsfeier fand am 5. April in einem Böblinger Café statt. Fast das komplette KiK-Team war anwesend, es gab jede Menge Präsente, Abschiedsreden, leckeres Frühstück, guten Sekt und einige DU-Angebote. Das Mitarbeiter-Team verabschiedete sich mit einem dicken Band jeweils ganz persönlicher Erinnerungen, selbstgemachter Geschenke und guter Wünsche. „Dieses Geschenk hat mich besonders gefreut. Schön, dass so viele vom Team da waren – danke für viele gute Jahre mit euch!“

### Aus-Gebildet!

Demetrio Zapata hat seine Ausbildung zum Kaufmann für Bürokommunikation so gut wie hinter sich. Die schriftlichen Prüfungen fanden Anfang Mai statt, jetzt steht Ende Juni nur noch das mündliche Examen an. Und dann sind die drei Jahre auch schon wieder vorbei. „Schade“, hört man alle hier bei KiK-TV sagen, denn Demetrio Zapata galt als beliebter Azubi. „Endlich“, sagt er aber selber. Die Lernerei, die Klausuren, Schule an sich – nicht so sein Ding. Was ihm schon eher liegt: im Team von KiK-TV arbeiten. Und privat schlägt sein Herz ganz den Rhythmus von Deep House, einer langsameren und melodieorientierten Stilart des House. Zapata, alias Prepaid Jackson legt viel auf, meist in angesagten Stuttgarter Clubs, seiner Heimat. Die gute Nachricht: Demetrio Zapata bleibt KiK-TV erhalten und wird sich insbesondere um die KiK-Kliniken kümmern. KUCK wünscht ihm weiterhin viel Spaß und Erfolg im KiK-Team.



### Impressum

Herausgeber:  
Klinik Info Kanal  
Calwer Str. 1  
D- 71034 Böblingen

Telefon: +49 7031 648-211  
Telefax: +49 7031 648-286  
E-Mail: [info@kik-tv.de](mailto:info@kik-tv.de)  
Internet: [www.kik-tv.de](http://www.kik-tv.de)

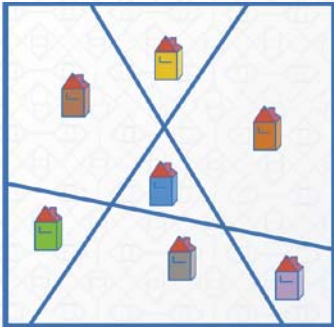
Redaktionsleitung:  
Johannes Heil

Layout / Grafik:  
Klinik Info Kanal

## Fit mit KiK – Die Lösungen

### 01. Aufgabe:

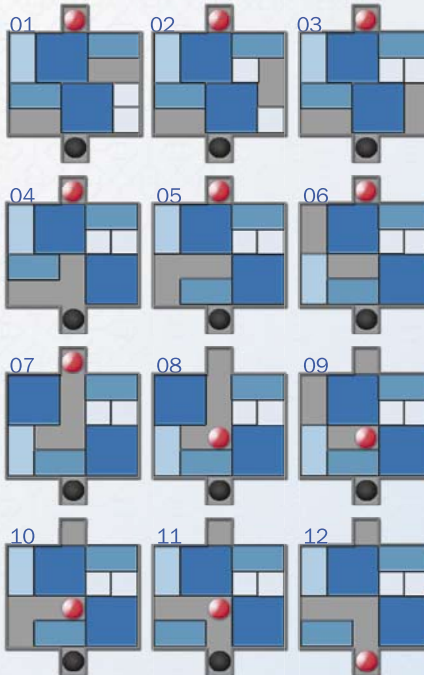
Wenn man drei gerade Linien wie z.B. in der unteren Abbildung zieht, dann steht jedes Haus auf seinem eigenen, abgegrenzten Feld.



### 02. Aufgabe:

„morgen“

### 03. Aufgabe:



### 04. Aufgabe:

Aus der Behauptung von Martin kann man schließen, dass Martha genau dann recht hat, wenn er selbst im Unrecht ist. Oder aber er selbst – Martin hat recht – und somit würde Martha falsch liegen. Infolgedessen muss mindestens eine Person Recht und mindestens eine unrecht haben.

Angenommen Lea hätte recht, dann wären es schon mindestens zwei Personen, die richtig lägen. Dies würde allerdings ihrer eigenen Aussage, dass „höchstens einer richtig liegt“, widersprechen. Demzufolge ist Leas Aussage falsch. Demnach stimmt Marthas Behauptung, dass „mindestens 2 Personen nicht recht haben“ und Martin hat unrecht.

Wenn Sandra unrecht hätte, gäbe es nur noch eine Person (Martha), die recht hat. Das würde jedoch im Widerspruch dazu stehen, dass Leas Behauptung nicht stimmen kann. Folglich hat auch Sandra recht, was ja genau Ihrer Aussage entspricht.

**Ergo haben Sandra und Martha recht, Martin und Lea jedoch unrecht.** ❄️