



Healthcare & Social Media: Was kann, was muss?

Von *Tanja Mumme*

Erstellt am 15 Okt 2013 - 12:08

Studenten sezieren Gesundheitsmarkt

Köln, 15.10.2013 – Nur ein durchsichtiger Kittel ist ein guter Kittel. Nach diesem Motto haben Studierende den Gesundheitsmarkt hinsichtlich seiner Social Media- Aktivitäten auf Herz und Nieren gepu?ft. Die Ergebnisse gibt's in der „Health Care & Share Studie 2013“. Inspiriert durch den HealthShare Award 2012, der von DocCheck vergeben wurde, widmete sich ein Team von 41 Studierenden des Masterstudiengangs Elektronische Medien der Hochschule der Medien (HdM) in Stuttgart im Sommersemester 2013 dem Gesundheitsmarkt. Mit eigenen Umfragen und zahlreichen Experteninterviews beleuchteten sie den Status Quo der Social Media-Strategien von Ärzten, Krankenhäusern & Co. Dabei herausgekommen sind 13 Studienbeiträge. Ein Rundumschlag zu Themen wie: Social Docs, Verlagen im Wandel, Fitness-Apps als Zukunftstrends und weiteren mehr. Auch an konfliktreiche Themen wie „Organspende vs. DKMS“ oder „Das Internet als Gesundheitsberater“ wagen sich die Studis heran. Über allem schwebt die Frage: Wie „social“ ist der Healthcaremarkt? Mit insgesamt mehr als 10 Einzelumfragen konnten sie sich ein Bild von Konzepten und Potenzialen von im Durchschnitt 500 meist ju?ngeren Menschen machen. „Die Kooperation mit DocCheck hat es den Studierenden ermöglicht, den Gesundheitsmarkt in aller Tiefe zu erforschen“, so Prof. Harald Eichsteller, Initiator des Projekts. Jetzt liegt der Ball bei den Playern selbst. Inspiration fu?r gelungene Kommunikationskonzepte bieten die Beiträge der Studenten genug.

DocCheck – das Social Medwork

Netzwerken fu?r eine bessere Medizin: Durch vereinfachten Zugriff auf wissenschaftliche Inhalte und direkten fachlichen Austausch in der Community hilft DocCheck Gesundheitsdienstleistern, ihr Know-how zu vertiefen und ihre tägliche Arbeit zu verbessern. Über 950.000 registrierte Nutzer „medworken“ bereits mit. Damit ist DocCheck die mitgliederstärkste Community fu?r medizinische Fachberufe in Europa. Nahezu jeder zweite Arzt oder Apotheker in Deutschland ist DocCheck-Mitglied – und nutzt unsere vielfältigen Kommunikations- und Informationsangebote zum Thema Healthcare. Zu den wichtigsten Geschäftsmodellen von DocCheck zählen Direktmarketing via DocCheck News oder bMail, Research im Bereich Marktforschung sowie Social-Media basierte Vermarktung mit DocCheck InSite. Eine stetig wachsende Anzahl von Pharmafirmen nutzt die Möglichkeit, Zielgruppen ohne Streuverluste anzusprechen.

Hochschule der Medien (HdM), Stuttgart

Die Hochschule der Medien ist eine staatliche Hochschule und bildet Spezialisten rund um die Medien aus - vom Druck bis zum Internet, von der Gestaltung bis zur Betriebswirtschaft, von der Bibliothekswissenschaft bis zur Werbung, von Inhalten fu?r Medien bis zur Verpackungstechnik, von der Informatik bis zum Verlagswesen und zu elektronischen Medien. Die Fakultät Electronic Media hat unter Leitung von Prof. Harald Eichsteller 2007 den Masterstudiengang Elektronische Medien installiert, der die Disziplinen Medienwirtschaft, Unternehmenskommunikation sowie Audiovisuelle Medien unter einem Dach vereint. Die Absolventen finden Einsatzbereiche in Marketing-, PR- und Medienabteilungen von Unternehmen aller Größenordnungen, Portalen, TV-Sendern, Medien- und Verlagshäusern, Vermarktern, Dienstleistern sowie Agenturen.

HealthShare Award

Die Gesundheitsbranche ist nicht gerade fu?r innovative Kommunikation bekannt. Ein Grund mehr, Mut und Kreativität auszuzeichnen - mit dem HealthShare Award. Er prämierte die kreativste und innovativste Social-Web-Kommunikation im Gesundheitswesen. Eingereicht werden könnten alle Social-Media-Kampagnen, -Aktionen und -Strategien aus dem Healthcare-Umfeld. Der HealthShare Award wird in zwei Kategorien verliehen: Als klassischer Jurypreis und als Publikumspreis. Der jeweilige Gewinner erhielt eine Auszeichnung fu?r die beste Kommunikation im Social Web.



- [Gesundheit und Vorsorge](#)

Quellen URL (aufgerufen am 31 Dez 2020 - 08:35): <http://www.medkom24.eu/node/18323>