

VIRA

HEALTHCARE INDEX FOR VISIBILITY, INTERACTION, RELEVANCE AND AWARENESS

April 2014

KLINISCHE STUDIEN. Laut der Universität Münster scheitert rund jede dritte klinische Studie schon vor dem Start, weil nicht genug Probanden gefunden werden. Gerade bei selteneren Krankheiten tun sich die Pharmaunternehmen schwer, Erkrankte zu finden, deren Krankheitsbild den vorgegebenen Kriterien entsprechen. Seit dem vergangenen Jahr bietet die Onlinepatientenplattform Patientslikeme forschenden Pharmaunternehmen die Möglichkeit, gezielt Nutzer mit bestimmten Charakteristiken und Symptomaten anzusprechen und zu klinischen Studien einzuladen. Sie können dabei auf circa 200.000 Menschen mit den unterschiedlichsten Erkrankungen zugreifen, die die Community nutzen, um sich untereinander austauschen und ihre Krankheit online zu managen. Große Konzerne wie Merck und Sanofi nutzen bereits den Service, über das Netzwerk passende Patienten für ihre klinischen Studien zu rekrutieren. Auch wenn die Plattform bislang nur englischsprachig ist, lassen sich hierüber auch deutsche Probanden finden, wie das Beispiel AstraZeneca zeigt, für das Patientslikeme 420 deutsche Studienteilnehmer im Bereich Brustkrebs herausgefiltert hat. Die Patientenplattform zeigt auch, dass viele Nutzer gerne ihre Gesundheitsdaten in den Dienst der Wissenschaft stellen: Bereits vor fünf Jahren






> **TOP 20** OVERALL

BRAND	UNTERNEHMEN	KATEGORIE	SCORE	TENDENZ
1. Roche	-	Corporate	145,28	↔
2. Johnson & Johnson	-	Corporate	119,93	↗
3. Almased	Almased	OTC	115,06	↘
4. Novartis	-	Corporate	108,96	↗
5. GE Healthcare	-	Corporate	107,40	↘
6. Pfizer	-	Corporate	100,55	↗
7. ALTA Klinik	-	Klinik	96,66	↗
8. Trevilor	Wyeth	Rx	90,33	↗
9. Dolormin	Johnson & Johnson	OTC	81,20	↔
10. Medela	-	Corporate	79,77	↘
11. ratiopharm	-	Corporate	78,85	↗
12. Boehringer Ingelheim	-	Corporate	77,64	↗
13. Merck	-	Corporate	75,30	↘
14. Lyrica	Pfizer	Rx	70,70	↗
15. Asklepios Klinik	-	Klinik	69,28	↗
16. Novalgin	Sanofi	Rx	66,78	↗
17. Thermacare	Pfizer	OTC	66,60	↗
18. Charité Berlin	-	Klinik	66,03	↗
19. Sanofi	-	Corporate	62,67	↗
20. Philips Healthcare	-	Corporate	61,81	↗

hat Patientslikeme für Furore gesorgt, als sich dort Menschen mit der Nervenkrankheit ALS zusammengetan hatten, um Lithium als

Mittel am eigenen Leib zu testen und so eine wissenschaftliche Theorie zu überprüfen. ■

> **TOP 5** OTC

1		ALMASED OTC	115,06
2		DOLORMIN OTC	81,20
3		THERMACARE OTC	66,60
4		VOLTAREN OTC	53,01
5		OTRIVEN OTC	52,69

NO-MAKE-UP-SELFIE. Viralkampagnen, Word-of-mouth-Marketing, Earned Media. Begriffe aus der Digitalkommunikation, die bei geringen Kosten viel Bekanntheit und Fans für die eigene Marke versprechen. Nur leider sind diese Kampagnen nur schwer ins Rollen zu bringen. Meist ist es eine kurzfristige Gelegenheit, die aufmerksame Marketers mit Gespür für Trends für sich nutzen können. So auch bei der jüngsten Fundraisingkampagne von Cancer Research UK. Aus Unterstützung für die US-Schauspielerin Kim Novak, deren Aussehen während der Oscarverleihung für viel Häme und Spott gesorgt hatte, tauchten auf einmal in Social Media Selbstbilder (so genannte Selfies) von Frauen auf, die sich ohne Make-up fotografiert hatten. Aus ungeklärten Gründen wurde diese

Solidaritätsbewegung kurz darauf mit dem Kampf gegen Krebs verknüpft. Das machte sich die gemeinnützige Cancer Research UK zu Nutze und rief zu Spenden auf. Der Erfolg war enorm: Fast zehn Millionen Euro kamen so innerhalb weniger Tage zusammen. Natürlich wurde auch Kritik laut. Was haben ungeschminkte Gesichter mit Krebs zu tun? Machen es sich die Frauen zu einfach, ein Selfie hochzuladen und sich damit gleich als Kämpfer gegen Krebs zu fühlen? Der Spendenorganisation wird es egal sein. Und inzwischen springen andere auf den Zug auf. Mit dem Hashtag #manupandmakeup wurde das Frauenthema auf Männer übertragen. Er ruft zu Spenden für den Kampf gegen Prostatakrebs auf. ■

Der VIRA-Index wird monatlich von Razorfish Healthcare für die Healthcare-Branche ermittelt. Er setzt sich zusammen aus Aktivitäten in den wichtigsten Social Media-Kanälen, Diskussionsforen, Medizinportalen sowie dem Web allgemein. Nähere Informationen zum Index unter www.razorfish-healthware.de.



razorfish | healthware