

VIRA

HEALTHCARE INDEX FOR VISIBILITY, INTERACTION, RELEVANCE AND AWARENESS

Oktober 2013

DER TÄGLICHE WAHNSINN. Eine der mutigsten und eigenwilligsten Healthcare Social Media-Kampagnen der letzten Jahre in Deutschland ist sicherlich ‚der tägliche Wahnsinn‘ der Teva-Tochtergesellschaft AbZ Pharma. Der Apothekengroßhändler für Generika beweist, dass sich Humor und Pharma nicht ausschließen und nimmt dabei sich und seine Kunden gezielt auf die Schippe. In einer ersten Kampagnenphase vor zwei Jahren schickte AbZ den Comedian Klaus Sommerfeld mit versteckter Kamera in die Apotheken, wo er die Verkäuferinnen mit provokanten Aktionen in Verlegenheit brachte. Die Videos wurden auf YouTube gepostet und über Facebook verbreitet. Man darf unterstellen, dass die Videoclips über Mund-zu-Mund-Propaganda (neudeutsch: Word-of-Mouth) in der Apothekerschaft für Schmunzeln und Gesprächsstoff sorgen sollten. 2013 legt AbZ mit der zweiten Videokampagne nach. In sketchartigen Szenen suchen zwei vermeintliche Professoren im ‚AbZ Sparlabor‘ nach neuen Einsparmöglichkeiten. Die Videoclips zielen klar auf das Verkaufsargument ‚Tiefstpreise‘. Ein guter Ansatz, doch offensichtlich zu konstruiert in der Umsetzung. Denn leider bleiben die Zugriffsraten weit hinter den Erwartungen zurück. Während die Videoclips mit der versteckten Ka-



> **TOP 20** OVERALL

BRAND	UNTERNEHMEN	KATEGORIE	SCORE	TENDENZ
1. Roche	-	Corporate	146,46	⊖
2. Johnson & Johnson	-	Corporate	132,82	⊖
3. Voltaren	Novartis	OTC	125,46	⊖
4. Almased	Almased Wellness	OTC	124,00	⊖
5. Pfizer	-	Corporate	110,94	⊖
6. Novartis	-	Corporate	105,85	⊖
7. Klinikum Ingolstadt	-	Klinik	101,23	⊖
8. Dolormin	Johnson & Johnson	OTC	97,73	⊖
9. Thermacare	Pfizer	OTC	89,98	⊖
10. GE Healthcare	-	Corporate	86,53	⊖
11. Ratiopharm	-	Corporate	80,87	⊖
12. Lyrica	Pfizer	Rx	80,17	↗
13. Trevilor	Wyeth	Rx	79,22	↗
14. Merck	-	Corporate	79,00	↘
15. ALTA Klinik	-	Klinik	76,31	⊖
16. Sanofi	-	Corporate	73,84	↘
17. Ansell	-	Corporate	71,02	↗
18. Medela	-	Corporate	70,62	↗
19. Sonosite	-	Corporate	70,60	↗
20. Seroquel	AstraZeneca	Rx	69,80	⊖

mera noch bis zu 1.800 Zugriffe verzeichneten, pendeln die neuesten Clips zwischen zehn und 60 Abrufen. Der Humor scheint doch zu flach,

außerdem ist zu hinterfragen, ob die Botschaft ‚Sparen über das Sinnvolle hinaus‘ wirklich das Markenimage stärkt. ■

> **TOP 5** Rx

1	 LYRICA Pfizer	80,17
2	 TREVILOR® Wyeth	79,22
3	 Seroquel® AstraZeneca	69,80
4	 Ritalin® Novartis	66,72
5	 Novalgin® Sanofi	57,74

Medizinische Netzwerke.

Wenn Unternehmen eine nachhaltige Beziehung zu Ärzten im Web aufbauen wollen, entscheiden sie sich häufig für die Entwicklung eines eigenen Ärzteportals. Den Sprung von der Informations- zur Dialogplattform schaffen diese Websites jedoch kaum. Aus gutem Grund: Die meisten erreichen einfach nicht die kritische Masse an Nutzern für eine aktive Community. Warum nicht eine Nummer kleiner planen und dorthin gehen, wo sich die Ärzte ohnehin bereits austauschen? Die Mediziner-Netzwerke wie DocCheck und Coliquio bieten den Unternehmen die Möglichkeit, ihre Produktinformationen und Services rund um Therapie innerhalb der Community zu präsentieren. Die Erfahrung zeigt, dass die

Ärzte diese Angebote der Industrie durchaus akzeptieren, wenn die Herkunft der Inhalte eindeutig gekennzeichnet ist und diese fachlich relevant sind. Bei DocCheck nennt sich diese Art der Präsentation InSite. Sanofi nutzt dieses Angebot geschickt mit seiner ‚Arztwelt‘, die sich an Hausärzte wendet. Die Seite bietet Fachinformationen, Key Opinion Leader-Statements, Fälle, Tipps zum Praxismanagement und mehr. Ein ähnliches Angebot hält Coliquio mit seinen gesponserten Infocentern bereit. Ein beispielhafter Case ist hier die Firma Almirall mit dem Infocenter zu Hautkrankheiten. Unternehmen sollten sich von den wenigen Interaktionen nicht schocken lassen. Laut Nielsen-Regel kommen auf einen aktiven Teilnehmer 100 Leser. ■

Der VIRA-Index wird monatlich von Razorfish Healthcare (ehemals Publicis Healthcare International) 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