

# VIRA

## HEALTHCARE INDEX FOR VISIBILITY, INTERACTION, RELEVANCE AND AWARENESS

November 2013

**AKTIV GEGEN ROSACEA.** Man traut seinen Augen kaum: Eine Healthcare Social Media-Kampagne in Deutschland mit dem US-Star Cynthia Nixon. Das Pharmaunternehmen Galderma konnte die Darstellerin aus Sex in the City für eine Disease Awareness-Kampagne rund um die Hautkrankheit Rosaceagewinnen. So konsequent wie ‚Aktiv gegen Rosacea‘ setzte bislang kaum eine deutschsprachige Kampagne auf Social Media. Im Zentrum steht natürlich das Testimonial (Nixon leidet seit vielen Jahren selbst an Hautrötungen) mit einem Video-clip, der über einen eigenen gebrandeten Youtube-Kanal geteilt wird. Zusätzlich sind dort weitere Videos mit Patientenberichten und Ärzteinterviews zu finden. Spitzenreiter bei den Abrufen ist ein gut gemachter Informationsfilm, der bislang von 32 Personen geteilt und 37.000 Mal angesehen wurde. Während der Youtube-Kanal etwas eingeschlafen ist, wird der Blog weiterhin regelmäßig mit Gesundheitstipps, Patientengeschichten und News gefüllt. Dieser dient wiederum als ‚Contentmaschine‘ für Facebook und Twitter. Hier sind die Eigenarten der beiden Kanäle zu sehen. Während Facebook dank der patientenorientierten Blogartikel gut funktioniert (3.700 Fans), ist Twitter nahezu erfolglos (30 Follower). Eventuell ließe sich der Kanal jedoch wiederbeleben, wenn sich die Tweets konsequent an Ärzte und Kosmetikerinnen richten. Übrigens:

> **TOP 20** OVERALL

BRAND	UNTERNEHMEN	KATEGORIE	SCORE	TENDENZ
1. Roche	-	Corporate	149,67	⊖
2. Johnson & Johnson	-	Corporate	131,50	⊖
3. Voltaren	Novartis	OTC	128,73	⊖
4. Almased	Almased Wellness	OTC	126,62	⊖
5. Pfizer	-	Corporate	113,01	⊖
6. Klinikum Ingolstadt	-	Klinik	101,43	↗
7. Novartis	-	Corporate	100,56	↘
8. Dolormin	Johnson & Johnson	OTC	94,43	⊖
9. Thermacare	Pfizer	OTC	90,73	⊖
10. GE Healthcare	-	Corporate	90,43	⊖
11. Trevilor	Wyeth	Rx	84,84	↗
12. Lyrica	Pfizer	Rx	83,18	⊖
13. Ratiopharm	-	Corporate	78,36	↘
14. ALTA Klinik	-	Klinik	75,63	↗
15. Merck	-	Corporate	75,22	↘
16. Sonosite	-	-	75,14	↗
17. Medela	-	-	72,68	↗
18. Sanofi	-	Corporate	71,13	↘
19. Boehringer Ingelheim	-	Corporate	71,10	↗
20. Ansell	-	-	68,84	↘

Das Vorbild der Kampagne ist wie so häufig in den USA zu finden, wo Galderma eine fast identische Kampagne fährt. ■

> **TOP 5** KLINIKEN

1		KLINIKUM INGOLSTADT	101,43
		<b>KLINIKUM</b>	
2		ALTA KLINIK	75,63
		<b>KLINIKUM</b>	
3		CHARITÉ BERLIN	67,26
		<b>KLINIKUM</b>	
4		ASKLEPIOS KLINIK	66,92
		<b>KLINIKUM</b>	
5		SCHÖN KLINIK	50,92
		<b>KLINIKUM</b>	

**Foursquare.** Sogenannte Location Based Services wie Foursquare sind eigentlich genau die passenden Social Media-Plattformen für Kliniken. Für alle, die Foursquare nicht kennen: Die Smartphone-App ermöglicht dem Nutzer bei einem Ort, z.B. einem Restaurant, digital ‚einzuchecken‘, und so Freunden den Standort mitzuteilen sowie Bewertungen und Tipps zu hinterlassen und zu finden. Das geht natürlich auch bei Kliniken, die so über die Check-ins im Web sichtbar werden und sich über die Kundenbewertungen Reputationen aufbauen können. Foursquare bietet zudem den Unternehmen die Möglichkeit, Tipps (z.B. einen tagesaktuellen Veranstaltungshinweis) zu hinterlassen oder Promotionaktionen zu verbreiten. Aus Marketingsicht ist Foursquare (oder auch

Qype, Yelp oder Facebook Places) ein Paradies, ermöglicht es doch, die Kunden direkt am ‚Point-of-Sale‘ zu erreichen. Leider ist die Nutzerakzeptanz hierzulande weit weniger gut, denn der breite Durchbruch dieser Dienste lässt auf sich warten. Zwar gibt Foursquare für Deutschland keine Nutzerzahlen bekannt, aber die sichtbare Aktivität ist dürftig. So kommt die Charité (Campus Mitte) in Berlin beispielsweise auf bislang nur 2.700 Check-ins. Trotzdem sollten die Kliniken diese Plattformen ernst nehmen, denn sie werden mehr und mehr zu ‚Gelben Seiten‘ der Neuzeit. Und solange sich die Klinik nicht bei Foursquare als ‚Besitzer‘ angemeldet hat, kann jeder beliebig unverifizierte Informationen hinterlegen und unkontrolliert Bilder hochladen. ■

Der VIRA-Index wird monatlich von Razorfish Healthware (ehemals Publicis Healthware 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](http://www.razorfish-healthware.de).



razorfish | healthware