

# VIRA

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

September 2012

**GE HEALTHCARE.** Bereits zum zweiten Mal hat GE Healthcare weltweit die Hashtag-Initiative #GetFit ins Leben gerufen.

Vordergründig ist es eine Awareness-Kampagne für Krebsprävention. Die Menschen sind aufgerufen, via Twitter und Facebook über ihre Gesundheits- und Fitnessaktivitäten zu berichten. Wer an seinen Tweet den Hashtag #GetFit anhängt, kann Punkte auf der dazugehörigen Website sammeln. Das Konzept beinhaltet alles, was eine erfolgreiche Social Media Kampagne ausmacht. Es bietet Bezug zum täglichen Leben, ist leicht verständlich und über die sozialen Plattformen schnell "teilbar", der Team- und Game-Charakter ist vorhanden. Es umfasst unzählige Touchpoints von der mehrsprachigen Website über Pinterest bis hin zu YouTube-Videos.

Kurzum, GE Healthcare hat keine Kosten und Mühen gescheut. Der Lohn sind durchschnittlich rund 600 Tweets zumindest in der Anfangsphase (Quelle: SympLur). Und tatsächlich ist GE Healthcare auch im VIRA zwei Plätze nach oben geklettert. Andererseits hätte man bestimmt handwerklich einiges besser machen können. Der Selbsttest zeigt, dass die Website keinesfalls so leicht verständlich ist, wie die Aufgabe anmutet. Ein Usability-Test wirkt hier manchmal Wunder.

### > TOP 20 OVERALL

BRAND	UNTERNEHMEN	KATEGORIE	SCORE	TENDENZ
1. Roche	-	Corporate	180,79	↔
2. Novartis	-	Corporate	167,03	↗
3. Merck	-	Corporate	159,56	↔
4. Voltaren	Novartis	OTC	152,78	↘
5. Klinikum Ingolstadt	-	Klinik	129,62	NEU!
6. Ratiopharm	-	Corporate	119,66	↔
7. Johnson & Johnson	-	Corporate	105,96	↘
8. Asklepios Klinik	-	Klinik	99,52	NEU!
9. Boehringer Ingelheim	-	Corporate	96,20	↘
10. Sanofi	-	Corporate	95,86	↘
11. GE Healthcare	-	Corporate	95,36	↗
12. Pfizer	-	Corporate	94,32	↗
13. Dolormin	McNeill	OTC	94,27	↘
14. Almased	Almased Wellness	OTC	93,09	↘
15. Charité Berlin	-	Klinik	87,00	NEU!
16. Ritalin	Novartis	Rx	82,22	↘
17. GlaxoSmithKline	-	Corporate	79,99	↘
18. Rhön Klinikum	-	Klinik	78,05	NEU!
19. ALTA Klinik	-	Klinik	69,35	NEU!
20. Bayer HealthCare	-	Corporate	67,57	↘

Trotzdem ist es ermutigend, wenn große Healthcare-Unternehmen das Feld der Social Media weiter bereiten. In diesem Zusammenhang ist auch erfreulich, dass die Facebook-Seite

von Novartis im August schlagartig wieder zu Leben erwacht ist, nachdem sie monatelang brach lag und sich trotzdem 16.000 Fans angesammelt hatten. ■

### > TOP 5 KLINIKEN

1		<b>KLINIKUM INGOLSTADT</b> Klinikum	129.62
2		<b>ASKLEPIOS KLINIK</b> Klinikum	99.52
3		<b>CHARITE BERLIN</b> Klinikum	87.00
4		<b>RHÖN KLINIKUM</b> Klinikum	78.05
5		<b>ALTA KLINIK</b> Klinikum	69.35

**Klinikum Ingolstadt.** Seit dem Monat August erfasst der VIRA auch Kliniken. Manchen mag es überraschen, dass ein kommunales Klinikum aus Ingolstadt in die Phalanx der großen Pharmaunternehmen eingebrochen ist. Aber von einem deutschen Twitterkanal mit 30.000 Followern bzw. der Facebook-Seite mit knapp 5.000 Likes kann Pharma nur träumen. Da das Klinikum seinerseits rund 32.000 Twitterern folgt, kann man vermuten, dass ein Teil des Netzwerks systematisch um der Quantität willen aufgebaut wurde - ein durchaus übliches und anerkanntes Vorgehen. Die Kehrseite ist, dass diese Follower wenig Interesse an den Tweets zeigen werden; die Wirkung verpufft. Ein Trost für B2B-Unternehmen,

die sich mit solchen Zahlen vergleichen. Denn hier sind 100 qualitative Follower, die aus dem nahen Businessumfeld stammen, mehr wert als Tausende von Followern ohne inhaltlichen Bezug. Das ist bei den Kliniken naturgemäß anders gelagert, die mit ihren Social Media-Aktivitäten eine große Zielgruppe einschließlich Privatpersonen der Region ansprechen. Social Media wird so zum verlängerten Arm der Public Relations. Wir sprechen hier von "Owned Media", also einem Kanal mit eigener Community, den man frei mit Inhalten füllen kann. Doch nur wenn die Empfänger die Inhalte auch weiterempfehlen und teilen, ist die Königsdisziplin in der digitalen Kommunikation erreicht. ■

Der VIRA-Index wird monatlich von Publicis Healthcare International in Kooperation mit 'Healthcare Marketing' ermittelt. Er setzt sich zusammen aus Aktivitäten und Sichtbarkeit in den wichtigsten Social Media Kanälen, Diskussionsforen, Medizinportalen sowie dem Web allgemein. Nähere Informationen zum Index unter [www.publicis-healthcare.de/vira](http://www.publicis-healthcare.de/vira)

