

Social Media

Die Top-Accounts der Industrie

In der Zielgruppen-Ansprache setzen Pharma-Hersteller gezielt Social Media-Kanäle ein. Zusammen mit Storyclash hat ‚Healthcare Marketing‘ die Top-Accounts nach Reichweite und Community-Größe analysiert und die Industrie zu ihren Strategien befragt.

Quartalszahlen, Produkt-Einführungen oder Events: Die Pharma-Industrie nutzt Social Media, um mit Patienten, Stakeholdern – oder allgemeiner – der Öffentlichkeit zu kommunizieren und zu inter-

agieren. Neben den eigenen Kanälen wie etwa Website und Blogs, stehen diverse Social Media-Plattformen zur Auswahl. In Kooperation mit dem Linzer Startup Storyclash hat ‚Healthcare Marketing‘

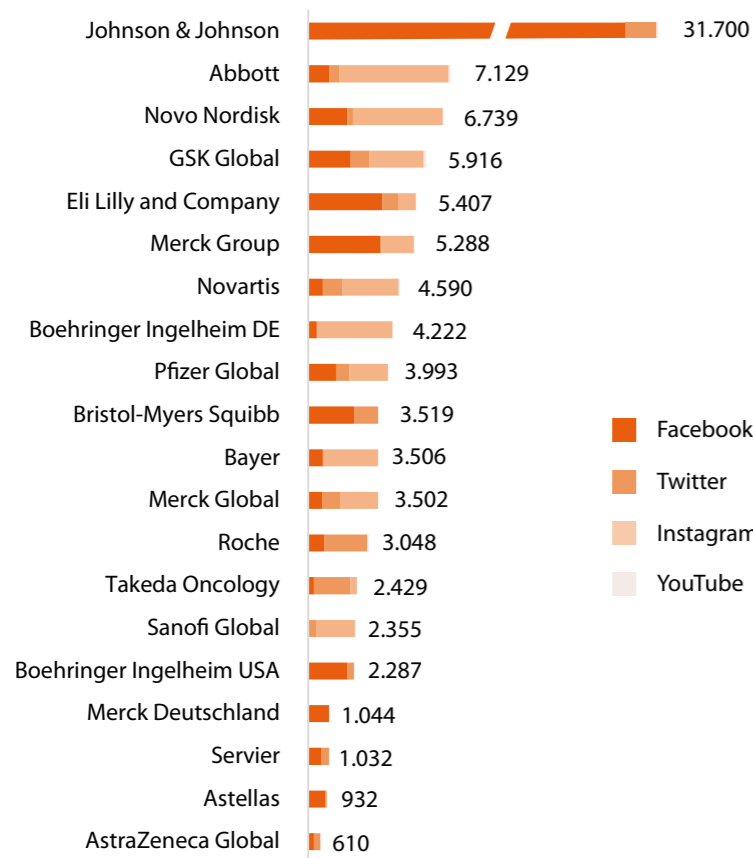
für Januar 2019 die führenden Accounts der Pharma-Industrie untersucht.

Johnson & Johnson nach Anzahl Interaktionen vorne

Im Untersuchungszeitraum Januar 2019 wurden die Beiträge von Johnson & Johnson (J&J) weltweit knapp 32.000 mal auf Facebook, Twitter und YouTube geteilt, geliked und kommentiert. Besonders viel Traffic erzielten die 14 Beiträge des US-Herstellers über Facebook. Seit dem Launch im August 2009 folgen knapp 800.000 Fans der Seite. Zusammen mit den Accounts auf YouTube und Twitter summiert sich die Anhängerschaft so auf rund eine Millionen Menschen. Die Reaktionen wurden fast ausschließlich über veröffentlichte Artikel hervorgerufen, lediglich ein kleiner Teil ging auf Beiträge im Videoformat zurück.

Bei Pfizer hingegen verteilen sich die Interaktionen über Facebook, Twitter und Instagram etwas gleichmäßiger – kein Zufall, wie Susanne Straetmans, Director Communications und Corporate Affairs Deutschland, erklärt: „Für die jeweiligen Kanäle muss genau definiert werden, wen wir erreichen wollen und davon abgeleitet die Inhalte und auch die Art der Interaktion angepasst werden. Auf Twitter erleben wir beispielsweise einen sehr guten Austausch zu Themen unserer Debattenplattform Landdergesund.de.“ Mit knapp einer Viertel-million Follower auf Twitter und rund 24.000 Abonnenten auf YouTube zählen die Kanäle zu den größten unter den Top5. In Abhängigkeit der Themen werden die Accounts von der Unternehmenskommunikation sowie Personalabteilung betreut.

TOP20 PHARMA-COMPANYS NACH ANZAHL INTERAKTIONEN UND KANAL IM JANUAR 2019



Quelle: Storyclash; Angaben Stand 31.01.2019 © Healthcare Marketing 2019

Spitzenreiter mit knapp 32.000 erreichten Interaktionen ist Johnson & Johnson. Der Großteil ging über Facebook, wo J&J über rund 0,8 Millionen Fans verfügt

„Für die jeweiligen Kanäle muss genau definiert werden, wen wir erreichen wollen und davon abgeleitet die Inhalte und auch die Art der Interaktion angepasst werden.“

Susanne Straetmans, Director Communications, Pfizer

Zielgruppenspezifische Kanäle

Da Social Media... adressiert, für... le wie auch... Boehringer... aufgrund... sprach... kir... r...

TOP5-PHARMA-UNTERNEHMEN AUF FACEBOOK

Name	Fans	Interaktionen*	Posts*	Online seit
@bayerDE	2,77	733	14	07/2013
@BoehringerDE	1,11	427	6	08/2016
@BoehringerUS	1,11	1.883	18	10/2013
@jnj	0,80	25.166	16	08/2013
@novonordisk	0,53	1.858	3	06/2013

Quelle: Storyclash; Angaben Stand 31.01.2019; *im Zeitraum 01.01. bis 31.01.2019 © Healthcare Marketing 2019

Unter den Top5-Pharma-Unternehmen nach Anzahl Facebook-Fans liegt Bayer mit über 2,7 Millionen Fans deutlich vor dem deutschen und amerikanischen Account

TOP5-PHARMA-UNTERNEHMEN AUF TWITTER

Name	Fans	Interaktionen*
@Novartis	245.220	1.007
@Pfizer	236.504	1.007
@Roche	187.371	1.007
@JNJNews	175.839	1.007
@GSK	174.678	1.007

Quelle: Storyclash; Angaben Stand 31.01.2019; *im Zeitraum 01.01. bis 31.01.2019 © Healthcare Marketing 2019

Mit rund einer Viertel-million Follower hat Roche den größten Account. Allerdings konnte Roche im Januar 2019 nur 1.007 Interaktionen erzielen

TOP5-PHARMA-UNTERNEHMEN AUF YOUTUBE

Name
bayerofficial
novartis
gsk
abbottglob
novonor

Quelle: Storyclash; Angaben Stand 31.01.2019; *im Zeitraum 01.01. bis 31.01.2019 © Healthcare Marketing 2019

Vier... a'

Den gesamten Artikel können Sie in unserer aktuellen ‚Healthcare Marketing‘-Ausgabe ab Seite 53 lesen.

Wenn Sie unser Heft noch nicht beziehen, abonnieren sie jetzt hier!