

# VIRA

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

Juni 2013

**HEALTHVAULT.** Unter dem Namen Healthvault („Gesundheitsresor“) führt Microsoft seit geraumer Zeit eine Online-Plattform, auf der Patienten ihre digitale Krankenakte samt Gesundheitstagebuch hinterlegen können. Der Nutzer kann dort alle Daten, Befunde und Laborergebnisse speichern und Ärzten zentral zur Verfügung stellen. Was das mit Social Media zu tun hat? Das zeigt das Projekt der Columbus Reasearch Foundation, die die Technologie von Healthvault für eine Gesundheitskampagne genutzt hat. Im Kampf gegen Übergewicht lud die Stiftung in Kooperation mit Microsoft die Schüler in Columbus, Georgia, ein, drei Monate lang einen Schrittzähler zu tragen. Obendrein mussten die Jugendlichen täglich auf der Website der Stiftung ihre Mahlzeiten und Getränke eintragen. Sämtliche Daten wurden automatisch in den Healthvault-Account übertragen. Als Motivation diente ein Wettbewerb unter allen Schulen, wer in Summe die meisten Schritte gemacht hatte. Zudem konnten die Schüler ihre Erfolge über die Sharingfunktionen von Healthvault mit den Freunden teilen. Auch für Healthcare-Unternehmen, die die Verbreitung ihrer Patienten-Apps erhöhen wollen, kann Healthvault interessant sein. Denn die Plattform ist so konzipiert, dass Unternehmen mit ihren Serviceleistungen andocken können. Gerade

> **TOP 20** OVERALL

BRAND	UNTERNEHMEN	KATEGORIE	SCORE	TENDENZ
1. Johnson & Johnson	-	Corporate	154,75	↗
2. Roche	-	Corporate	147,27	↘
3. Novartis	-	Corporate	139,64	↔
4. Klinikum Ingolstadt	-	Klinik	121,92	↔
5. Almased	Almased Wellness	OTC	109,02	↗
6. Voltaren	Novartis	OTC	108,86	↘
7. Pfizer	-	Corporate	106,14	↔
8. Dolormin	Johnson & Johnson	OTC	97,49	↔
9. Sanofi	-	Corporate	90,44	↔
10. Charité Berlin	-	Klinik	88,88	↗
11. Thermacare	Pfizer	OTC	85,37	↗
12. ratiopharm	-	Corporate	83,23	↘
13. Schön Klinik	-	Klinik	82,88	↘
14. Merck	-	Corporate	76,72	↘
15. ALTA Klinik	-	Klinik	73,54	↗
16. Asklepios Klinik	-	Klinik	73,21	↘
17. Boehringer Ingelheim	-	Corporate	73,08	↘
18. Lyrica	Pfizer	Rx	71,35	↗
19. Trevilor	Wyeth	Rx	68,62	↗
20. Seroquel	AstraZeneca	Rx	66,45	↗

für Apps, die Körperwerte messen („Quantified Self“), ist die Plattform offen. Während sich Healthvault in den USA und Großbritannien gut

etabliert hat, steckt der deutsche Ableger noch in den Anfängen, was neuen Partnern gute Eintrittschancen bietet. ■

> **TOP 5** RX

1		PFIZER	71,35
		Rx	
2		WYETH	68,62
		Rx	
3		ASTRAZENECA	66,45
		Rx	
4		NOVARTIS	58,56
		Rx	
5		SANOFI	48,25
		Rx	

**DISEASE AWARENESS.** Es gibt ein paar typische Zutaten einer Social Media - Kampagne im Rahmen von Disease Awareness. Man sucht einen aktuellen Anlass, häufig ein Thementag zu einer Indikation wie den Welt-Hepatitis-Tag, man startet im Vorfeld einen Aufruf über Social Media zur Einsendung eines bestimmten Fotomotivs - mit entsprechendem Prämierungssystem - und schafft eine Reihe von Weiterempfehlungs- und Sharemöglichkeiten. Nur weil dieser Konzeptansatz häufig kopiert wurde, ist er nicht per se schlecht. Entscheidend ist eine user-freundliche Mechanik. Ein aktuelles Beispiel ist die Kampagne SeeHearSpeakNo der World Hepatitis Alliance. Vielleicht nicht revolutionär, aber mit einem hohen Engagement-Faktor. Der Aufruf: Weltweit können

Menschen Fotos auf die Website hochladen, die das Thema der drei Affen (nichts sehen, nichts hören, nichts sagen) aufgreifen; mit dem Argument, dass die Bedrohung Hepatitis kaum thematisiert wird. Diese Fotos können wiederum von anderen geliked werden. Da eine Weltkarte die Teilnahme je Land zeigt, entsteht ein Wettbewerb, der weitere Teilnehmer motiviert. Der Upload-Prozess der Fotos ist extrem einfach gehalten, die Website hat eine sehr gute Social Media-Vernetzung. Interessant ist auch die Verknüpfung mit ‚PicBadge.com‘. Über diese Website können Nutzer ein Abzeichen in ihre Facebook-Fotos integrieren, um Solidarität zu zeigen. Auch der deutsche Welt-MS-Tag nutzt das: 465 Menschen tragen den Badge bereits auf ihrem Facebook-Profil. ■

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-healthcare.de](http://www.razorfish-healthcare.de).



razorfish | healthcare