

VIRA

HEALTHCARE INDEX FOR VISIBILITY, INTERACTION, RELEVANCE AND AWARENESS

Februar 2014

EINFACH VIRAL. Im Dezember 2013 sorgte eine bemerkenswerte virale Kampagne zum Thema Krebsforschung des niederländischen Versicherungsunternehmens Ditzo für Aufsehen. Auslöser war ein Interview mit Professor René Bernhards vom Netherlands Cancer Institute in einer bekannten niederländischen TV-Show. Seine Vision: Krebs wird in Zukunft nicht länger tödlich, sondern vielmehr lediglich eine chronische Erkrankung sein, wenn nur genug Mittel für die notwendigen Forschungsprojekte zur Verfügung ständen. Ditzo griff dies auf und entwickelte Anfang Dezember ein einfaches, einminütiges Video, in dem der Versicherer erklärte, einen Teil seines Marketingbudgets dem Netherlands Cancer Institute für die Krebsforschung bereit zu stellen. Für jeden Abruf des Videos auf Youtube spendete Ditzo einen Euro, für jedes Teilen in sozialen Netzwerken zwei Euro – gedeckelt auf eine maximale Summe von einer Million Euro. Welche enorme Dynamik soziale Netzwerke entwickeln können bewies die Kampagne, indem sie ihr Ziel in nur vier Tagen erreichte, ganze 21 Tage früher als ursprünglich geplant. Sicherlich kann man über diese Kampagne streiten, hätte Ditzo das Geld doch auch ohne

> TOP 20 OVERALL

BRAND	UNTERNEHMEN	KATEGORIE	SCORE	TENDENZ
1. Roche	-	Corporate	152,91	↘
2. Almased	Almased Wellness	OTC	132,68	↗
3. Johnson & Johnson	-	Corporate	127,26	↘
4. Novartis	-	Corporate	103,96	=
5. GE Healthcare	-	Corporate	103,72	↗
6. Pfizer	Pfizer	Corporate	94,73	↘
7. Medela	-	Corporate	93,73	=
8. Trevilor	Wyeth	Rx	90,27	=
9. Dolormin	Johnson & Johnson	OTC	89,04	↘
10. Lyrica	Pfizer	Rx	79,86	↘
11. Merck	-	Corporate	77,72	↗
12. Seroquel	AstraZeneca	Rx	75,49	↘
13. Klinikum Ingolstadt	-	Klinik	75,14	↘
14. ratiopharm	-	Corporate	73,89	↘
15. Voltaren	Novartis Consumer	OTC	71,47	↘
16. ALTA Klinik	-	Klinik	70,59	↘
17. Novalgin	Sanofi	Rx	67,88	↗
18. Asklepios Klinik	-	Klinik	67,78	=
19. Boehringer Ingelheim	-	Corporate	67,15	=
20. Ritalin	Novartis Pharma	Rx	65,27	↘

das Engagement der vielen Nutzer bereitstellen können. So haben aber beide Seiten gewonnen. Ditzo hat sicherlich eine ähnliche Medienpräsenz

und einen ähnlichen Brandingeffekt erzielt wie beim Einsatz von einer Million Euro in reines Marketing. ■

> TOP 5 Rx

1	TREVILOR®	TREVILOR Rx	90,27
2	LYRICA®	LYRICA Rx	79,86
3	Seroquel®	SEROQUEL Rx	75,49
4	Novalgin®	NOVALGIN Rx	67,88
5	Ritalin®	RITALIN Rx	65,27

THE ALZHEIMER EVENT. Mit der aktuellen Social Media-Kampagne ‚The Alzheimer Event‘ setzte die niederländische Alzheimer Stiftung gekonnt auf das Medium Facebook. Die Kampagne verfolgte dabei zwei Ziele: Awareness für das Thema Alzheimer zu schaffen und Menschen ein Gefühl dafür zu geben, wie es sich anfühlen kann, wenn die Erinnerungen langsam verblassen. Für die großangelegte Kampagne wurden Menschen mit Hilfe von Photoshop in Aufnahmen von Festivals und Konzerten eingebaut, die sie nie zuvor besucht hatten. Anschließend wurden diese Bilder namentlich markiert (getagged), sodass sie in der Facebook-Timeline dieser Personen auftauchten. Ein Text zum Bild klärte den User auf: „Verwirrend, oder? Nun kannst du dir vorstellen, was es bedeutet, Alzheimer zu

haben.“ Die fehlende Erinnerung der markierten Personen sorgte für maximale Verwirrung und einen regen Austausch innerhalb des eigenen Freundeskreises. Gleichzeitig konnten die User ihrerseits Freunde in die Eventbilder einfügen und verbreiten. Das Resultat: große Awareness und hohe Besucherzahlen auf der Facebookseite der Organisation – begleitet von wochenlangen Berichterstattungen in der Presse und im Web. Zum Kick-off der Kampagne wurden prominente Persönlichkeiten getagged und Menschen dazu aufgefordert, Bilder ihrer Freunde einzusenden. Auch wenn bei dieser sehr aufwendigen Kampagne natürlich die Frage nach der Skalierbarkeit aufkommt, so wäre es dennoch erfreulich, wenn deutsche Alzheimer-Organisationen die Kampagne aufgreifen und gegebenenfalls adaptieren würden. ■

Der VIRA-Index wird monatlich von Razorfish Healthcare für die Healthcare-Branche ermittelt. Er setzt sich zusammen aus Aktivitäten in den wichtigsten Social Media-Kanälen, Diskussionsforen, Medizinalportalen sowie dem Web allgemein. Nähere Informationen zum Index unter www.razorfish-healthcare.de.



razorfish | healthcare