

Medizinische Pioniere im Web 2.0 / Strategien für neue Kontakte und Kunden

Sanft werben über Facebook und Twitter

WIESBADEN – Der Arzt und Geschäftsmann Dr. Reinhard Völker vertreibt Medizintechnik. Er hat sich eine Expertin zur Seite geholt, die ihm den Weg ins Web 2.0 ebnet. Praxisinhaber können sich hier vielleicht die eine oder andere Idee abschauen.

Millionen von Menschen bewegen sich im Internet in sozialen Netzwerken. Viele Unternehmen – und jetzt auch Arztpraxen – sehen hier ein großes Potenzial für ihre

Botschaften, zumal die Zielgruppen sehr akzentuiert angesprochen werden können. Oft hapert es aber dann doch bei der Umsetzung der schönen Pläne, denn eine Kommunikationsstrategie braucht auch, wer sich in Social Media bewegen möchte.

Dr. Völker ist Inhaber der Medi-Konzept GmbH und vertreibt in erster Linie Medizintechnik, die auf dem deutschen Markt noch nicht vertreten ist. Bei den Überlegungen rund um Social Media erkannte er: Auch wenn der Sohn im Teenager-Alter schnell mal die Anmeldung bei Facebook, Twitter, Youtube über-

nehmen könnte – von einem strategischen Ansatz wäre er dann immer noch weit entfernt.

Passend zur Neueinführung eines kleinen, medizintechnischen Geräts namens „Handy Cure“ beauftragte Dr. Völker deswegen die Social-Media-Kennerin PILAR MAY aus Wiesbaden, um mit ihr ein Konzept zu entwickeln. Wichtig ist es, zunächst eine Linie zu finden: Was will ich auf dem jeweiligen Portal erreichen? Welche Zielgruppe ist interessant? Wie kann ich die Aktivitäten im Web (z.B. Homepage, Facebook, Twitter) sinnvoll miteinander verknüpfen und welche Aktionen sind denkbar? Im Medizin-/Gesundheitssektor, so May, ist eine eher „sanfte“ Vorgehensweise angesagt und keine aggressive Werbestrategie.

Im Dialog mit allen – und jeder kann mitlesen

Dr. Völkers Ziele in den Social Media: Neuigkeiten und Informationen veröffentlichen, häufige Fragen und Antworten publizieren, Kunden überzeugen, Rückmeldungen zum Einsatz der Geräte erhalten.

Zunächst richtete May für Dr. Völkers Unternehmen einen Facebook-Account ein. Geht es um geschäftliche Aktivitäten, ist eine Firmenanmeldung unumgänglich, denn die Nutzung eines privaten Profils als Unternehmensseite ist nicht erlaubt. Geschickt ist es, so May, nicht ausschließlich auf eine



Foto: panthemedia

Eine Vision, die für viele längst privater und beruflicher Alltag geworden ist: die personalisierte Vernetzung über das Internet. Wie viel ist der Arztpraxis erlaubt?

Unternehmensseite zu setzen, sondern sich zuerst ein privates Profil bei Facebook einzurichten und dann eine Firmenseite. Mit diesem Auftritt hat man die Möglichkeit, verschiedenen Interessengruppen oder einer „Business Lounge“ beizutreten.

Hier hat Dr. Völker bereits einen Kontakt erhalten, der ohne Facebook nicht zustande gekommen wäre: Eine Dame hat ihn angeschrieben, ob er seine Produkte auf regionalen Gesundheitstagen vorstellen möchte.

Die Facebook-Präsenz verknüpfte Pilar May mit einem Kanal auf twitter.com. Hier kann man kurze Nachrichten absetzen, die von den jeweiligen Verfolgern (Followers) gelesen werden und bei Gefallen weitergetwittert werden an deren Followers.

Und wenn Negatives getwittert wird?

Um die Zahl seiner Followers zu erhöhen, könnte Dr. Völker zum Beispiel drei Handy Cures verlosen. Wer eines gewinnen möchte, muss nur eine Twitter-Nachricht (à la „Ich will gewinnen“ oder „Das Gerät ist toll“) mit dem Medi-Konzept-Hashtag (#Medi_Konzept) verschicken (engl. hash = #, Tag = Schlagwort). So kann Dr. Völker Interessenten gewinnen, die ansonsten nie von dem Gerät hören würden.

Und wenn die Nachrichten über Twitter negativ sind, z.B. „Das Gerät hilft überhaupt nicht“? Das, sagt Pilar May, kann natürlich vorkommen und ist ein Risiko bei Social Media. Andererseits kann aber auch eine negative Nachricht positive Reaktionen hervorrufen, wenn andere Twitter-User, die gute Erfahrungen gemacht haben, dies auch mitteilen.

Aktiv Freunde und Followers sammeln

Nach einem ähnlichen Prinzip kann Dr. Völker einen Aufruf an seine Facebook-„Freunde“ richten: „Stellen Sie ein witziges Profilfoto mit einem Handy Cure ein.“ Als Belohnung gibt es dann z.B. ein Plakat

mit dem Foto des Facebook-Nutzers. Auch Rabattaktionen – wer den „Gefällt mir“-Button anklickt, bekommt beim Kauf eines Handy Cures 20 Euro Rabatt – sind denkbar.

Bereits zwei Wochen nach dem Start seines Social-Media-Auftritts hat Dr. Völker erste interessante Kontakte geknüpft. Jetzt wird er am Ball bleiben und feststellen, welche Art von Aktionen den gewünschten Erfolg bringen. *Anke Thomas*

Obacht beim elektronischen Adressbuch!

Der Berliner Datenschutzbeauftragte warnt Ärzte davor, bei der Erstellung eines Profils in sozialen Netzwerken wie Facebook der Übermittlung des elektronischen Adressbuches zuzustimmen. Der Hintergrund: Mehrere Ärzte hätten sich gewundert, dass ihre Patienten Einladungen zu Facebook erhielten, in denen ihnen andere Patienten mit Name und Bild als „mögliche Bekannte, die schon auf Facebook sind“ präsentiert wurden.

Es handele sich hierbei auch dann um eine „unbefugte Datenübermittlung“ nach § 43 Abs. 2 Nr. 1 BDSG, wenn die Übermittlung unbeabsichtigt geschieht. Lädt ein Arzt sein Adressbuch sogar vorsätzlich hoch, verletze er womöglich seine ärztliche Schweigepflicht (§ 203 StGB) und handele somit strafbar, so der Online-Dienst www.heise.de.

Einer Umfrage zufolge soll sich heute jeder zweite Arzt bei Facebook oder Twitter engagieren. Dabei dürfte die Mehrzahl jedoch mit einem privaten Profil vertreten sein bzw. mit noch frischem Praxisprofil in der Testphase. *awa*

Lesen Sie mehr dazu auf: www.medical-tribune.de
Geben Sie in der „Suche“ die Nummer 18045 ein. Hier finden Sie Links zum Thema Datenschutz im medizinischen Bereich.

Datensicherheit hat oberste Priorität

Tablet-Computer in der Praxis

WIESBADEN – Tablets sind gut zu handhaben und eignen sich entsprechend für den medizinischen Bereich. Was müssen Ärzte beachten, die Tablet-Computer einsetzen wollen?

Für Tablets gibt es verschiedene Betriebssysteme: Das iPad verwendet „iOS“, die Mehrzahl der Tablets benutzt „Android“ von Google und einige Tablet-PCs arbeiten mit der neuen Windows-Version 7. Tablets von Hewlett Packard (mit WebOS) und von RIM (Blackberry) haben den Nachteil, dass es dafür recht wenige Apps gibt und die Sicherheit zu kurz kommt. Was das Kriterium Sicherheit betrifft sind die Systeme also nicht gleich empfehlenswert.

Das iPad gilt als relativ sicher. Betriebssystem und Apps werden von Apple auf Sicherheit getestet. Ein Antivirenprogramm ist aktuell auch deswegen nicht nötig, da das System de facto noch nicht von Schadprogrammen bedroht ist. Anders beim

Betriebssystem Android: Hier gibt es keine Kontrollinstanz für die Apps. Deswegen bieten sich Android-Geräte nur an, wenn keine Patientendaten im Spiel sind – wobei es gegen Schadsoftware Schutzprogramme gibt.

Tablets mit Windows 7 bauen auf ein etabliertes System, das zwar nicht von allein sicher ist, aber für das es eine Reihe von Mechanismen und Programmen gibt, die für die Sicherheit des Systems sorgen – wie bei einem „normalen“ Computer. Kaspersky Labs rät in „Lab Mag“ zum Thema Virenschutz: „Die beste Vorgehensweise ist ein mehrstufiger Schutz, der sich zentral verwalten lässt.“

Funkverbindungen nur bei Bedarf aktivieren

Neben den Servern gehört dazu auch die Absicherung der Clients, die darauf zugreifen. Explizit also auch die Notebooks und Smartphones der Mitarbeiter. „Es bietet sich also



Foto: thinkstock, Montage MT

an, dasselbe Internet-Security-Programm für den Tablet-PC zu nutzen, das auch schon für andere Praxis-Rechner verwendet wird.

Tablets sollten grundsätzlich über das Praxisnetz angebunden werden. Oder Sie nutzen nur Applikationen, bei denen keine Patientendaten involviert sind, und verbinden sich getrennt vom Netzwerk mit dem Internet – auch wenn der Zugang per WLAN erfolgt! Viele Tablets sind aber sowieso mit UMTS-Zugang ausgestattet, für den ein eigener Mobilfunkvertrag besteht. Aus Sicherheitsgründen sollte man übrigens auch alle Funkverbindungen (WLAN, UMTS, Bluetooth) deaktivieren, wenn man sie nicht gerade benötigt. *Johannes Schneider*

MT-Online-Umfrage
„Handy Cure“ gewinnen und los-IGeLn!

IGeL in der Praxis – welche bieten Sie an? Welche flankierenden Maßnahmen helfen beim Anbieten? Medical Tribune lädt Sie zu einer Online-Umfrage rund ums Thema IGeL ein: www.medical-tribune.de

Zu gewinnen gibt es ein „Handy-Cure“-Gerät zur Schmerzbehandlung im Wert von rund 300 Euro (siehe nebenstehenden Facebook-Beitrag). Das Gerät kombiniert Laser, Magnetfeld, Infrarot- und Rotlicht. Dr. Völker empfiehlt, das Gerät zwei Mal täglich fünf Minuten über die schmerzende Stelle zu halten, um die Mikrozirkulation anzukurbeln. Die Therapie dauert in der Regel zwischen einem Tag und zwei Wochen, abhängig davon, wie lange der Patient bereits unter den Schmerzen leidet. Einsetzbar ist das Gerät z.B. bei Arthritis, Muskelverspannungen, Sehnschmerzen, Tennisellbogen. Pro Sitzung kann analog die GOÄ-Nr. 538 in Ansatz gebracht werden (1,8-fach: 4,20 Euro). Mehr Informationen: www.medi-konzept.de