

## ***Authentizität in Echtzeit. Marketinginstrument „Soziales Netzwerk“***

### ***DGA Medien GmbH***

#### **Fragestellung**

Wie nutze ich Facebook, XING & Co. für meine Praxis? Welche (rechtlichen) Rahmenbedingungen sind zu beachten?

#### **Zielgruppe**

Nicht eingeschränkt auf eine bestimmte Personengruppe. Besonders interessant für Selbständige und leitende Angestellte, die im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit für Praxen tätig sind.

#### **Lernziele und Inhalte**

„Ob nun als Patient oder Leistungserbringer, man sollte die Chancen und Vorteile der Nutzung sozialer Netzwerke zeitig erkennen, nutzen und sich früh positionieren“, so das IAT Institut Arbeit und Technik, Gelsenkirchen (\*1), in einer Pressemeldung zur aktuellen Studie „Health goes Facebook. Social Media in der Gesundheitswirtschaft.“ (\*2) Eine Umfrage des Netzwerks Deutsche Gesundheitsauskunft zum Nutzerverhalten in den sozialen Medien (\*3) zeigt, dass Facebook von einem Großteil der im Gesundheitswesen Selbständigen (und noch mehr Angestellten!) genutzt wird, dies allerdings (momentan noch) eher privat als für berufliche Zwecke.

Es geht inzwischen nicht mehr um das „ob“, sondern um das „wie“. Eine „Fanpage“, also Unternehmensseite, bei Facebook ersetzt keine Praxishomepage, kann sie aber in optimaler Weise ergänzen. Die sozialen Netzwerke ermöglichen eine Kommunikation zwischen Therapeut und Patient, die zielgerichtet, zeitnah, direkt, authentisch, aber eben auch öffentlich erfolgt. Neben neuen Chancen durch diese neuen Medien ergeben sich deshalb auch neue Aspekte, die zu berücksichtigen sind und bei vielen Beteiligten noch zu vielen Unsicherheiten führen.

Das Netzwerk Deutsche Gesundheitsauskunft, selbst langjähriger Profi im Bereich ‚Internetpräsenzen/Homepages für Dienstleister im Gesundheitswesen‘, gibt einen Überblick über die „As und Os sozialer Medien“ und zeigt anhand konkreter Beispiele und Tipps unter der Maxime „Haben Sie Respekt vor den sozialen Medien, aber keine Angst! ... und machen Sie sich anfassbar, nicht angreifbar!“, wie Praxen die sozialen Netzwerke für sich nutzen können.

(\*1) Das IAT ([www.iat.eu](http://www.iat.eu)) ist eine wissenschaftliche Einrichtung der Fachhochschule Gelsenkirchen in Kooperation mit der Ruhr-Universität Bochum.

(\*2) Die Studie steht als Download zur Verfügung unter <http://www.iat.eu/forschung-aktuell/2011/fa2011-10.pdf>

(\*3) Die Umfrage steht als Download zur Verfügung unter [http://www.deutsche-gesundheitsauskunft.de/fileadmin/user\\_upload/Bildmaterial\\_DGA/gesundheitsauskunft\\_portal/social\\_media/auswertung\\_umfrage\\_social\\_media.pdf](http://www.deutsche-gesundheitsauskunft.de/fileadmin/user_upload/Bildmaterial_DGA/gesundheitsauskunft_portal/social_media/auswertung_umfrage_social_media.pdf)