



Praxismarketing-Studie: Patienten gewinnen bei Facebook

DOCRELATIONS®-Studie gibt Ärzten wichtige Anhaltspunkte für die patientenorientierte Nutzung von Facebook

(ddp direct) Haben Facebook-Nutzer wirklich Interesse daran, ?Fan? einer Arztpraxis zu werden? Welche Themen sind für Fans einer Praxis-Fanpage überhaupt von Interesse? Und wie oft möchten Fans Neuigkeiten ihrer Arztpraxis bei Facebook lesen? Antworten auf diese und weitere Fragen liefert nun eine neue Studie der Praxismarketing-Beratung DOCRELATIONS® aus Meerbusch.

Rund zwei Drittel (64 %) aller Internetnutzer (ca. 55 Mio. Bundesbürger) in Deutschland sind auch in sozialen Netzwerken aktiv [1, 2]. Mit derzeit ca. 28 Mio. Nutzern ist Facebook nach wie vor das mit Abstand größte soziale Netzwerk in Deutschland [3]. Auch immer mehr Ärzte wagen den Schritt in Facebook und präsentieren ihre Praxis mit einer eigenen Fanpage. Nicht selten gilt dabei die Devise: Dabei sein ist alles!

Die Bandbreite der Nutzung einer Praxis-Fanpage ist daher sehr groß: Einige Praxen veröffentlichen täglich Neuigkeiten, manche ein paar Mal im Monat, andere wiederum beschränken sich auf jährliche Weihnachts- und Neujahrswünsche. Auch die Inhalte variieren stark - von lustigen Bildern aus der Praxis bis hin zu langen, anspruchsvollen wissenschaftlichen Texten ist alles zu finden. Nicht selten werden die Inhalte bunt gemischt und richten sich an keine klar definierte Zielgruppe.

Was erwarten Fans eigentlich von einer Praxis-Fanpage bei Facebook?

Die Agentur DOCRELATIONS® aus Meerbusch betreut zahlreiche Fanpages von Arztpraxen und steht Monat für Monat vor der Herausforderung, Themen und interessante Neuigkeiten aus der Welt der Medizin zu recherchieren und zu ?Facebook-gerechten? Postings aufzubereiten. Die Frage ?Was erwarten Fans von einer Praxis-Fanpage wirklich?? steht dabei ebenso im Vordergrund wie das jeweilige Ziel, das mit der Fanpage verfolgt wird (z. B. Neupatienten zu gewinnen oder Patienten zu binden). Um die bei der der Fanpage-Betreuung gesammelten Erfahrungen zu komplettieren, startete DOCRELATIONS® die in Deutschland erste Umfrage zur Arzt-Patienten-Kommunikation via Facebook.

Die Studie umfasste insgesamt 178 Personen und wurde auf Basis eines Online-Umfrage-Tools mit einem standardisierten Fragebogen durchgeführt (Zeitraum: Mai 2013 bis September 2013). Die Teilnehmer wurden über Patientenforen im Internet sowie über ein ungezieltes und breit gestreutes E-Mailing akquiriert. Berücksichtigt wurden lediglich die Antworten derjenigen Teilnehmer, die angaben, Mitglied bei Facebook zu sein (146 Personen und somit 82 % der Teilnehmer). 76 % der Teilnehmer waren weiblich, 24 % männlich. Das mittlere Alter betrug 38 Jahre (Median: 35, SD: 9,184), wobei der jüngste Teilnehmer 21 Jahre und der älteste Teilnehmer 60 Jahre alt war. 67 % waren gesetzlich versichert, 17 % privat versichert, 11 % freiwillig gesetzlich versichert und 5 % der Teilnehmer enthielten sich der Angabe zu ihrer Versicherungssituation.

ERGEBNISSE:

(Infografik zur Studie: [hier als PDF herunterladen](#))

Frage 1: Sind Sie bei Facebook bereits "Fan" einer Arztpraxis (Praxis-Fanpage)?

Von den befragten 146 Personen, die Mitglied bei Facebook sind, waren lediglich 17 % bereits Fan einer Praxis-Fanpage bei Facebook. 28 % der Teilnehmer gaben an, zwar noch kein Fan einer Arztpraxis bei Facebook zu sein, sich dies in Zukunft aber vorstellen zu können. Im Hinblick auf insgesamt 28 Millionen Facebook-Mitglieder in Deutschland ergeben sich daraus bundesweit 7,84 Millionen potenzielle Praxis-Fans bei Facebook. Knapp die Hälfte der Teilnehmer (48 %) ist kein Fan einer Arztpraxis und zeigt offenbar auch keine Motivation, dies in Zukunft zu ändern. 7 % sind sich nicht sicher.

Frage 2: Welche Neuigkeiten einer Arztpraxis sind für Sie bei Facebook besonders lesenswert?

Allgemeine Neuigkeiten aus dem Praxisalltag, zum Beispiel die Vorstellung von Mitarbeitern oder Informationen über Praxisurlaube und Vertretungen sind für 36 % der Fans einer Praxis-Fanpage besonders von Interesse. Ebenfalls gefragt sind Hinweise auf interessante Presseartikel (21 %) sowie kurze Infos zu Neuigkeiten aus der Medizin (18 %). Rund 13 % freuen sich über Umfragen (z. B. ?Wie sollte das perfekte Wartezimmer eingerichtet sein??) und 12 % finden Bilder aus dem Praxisalltag interessant (z. B. Bilder vom Praxisausflug).

Frage 3: Wie oft möchten Sie bei Facebook Neuigkeiten Ihrer Arztpraxis lesen?

Die Mehrheit der Fans einer Arztpraxis (46 %) ist bereits mit einer veröffentlichten Neuigkeit pro Woche zufrieden. 22 % der Fans erhoffen sich 2 bis 3 Neuigkeiten pro Woche, 13 % finden 2 bis 3 Neuigkeiten pro Monat und 10 % eine Neuigkeit pro Monat ausreichend. 5 % der Teilnehmer erhoffen sich täglich mehrere Neuigkeiten ihrer Arztpraxis und lediglich 4 % finden ein paar Neuigkeiten pro Jahr ausreichend.

An dieser Stelle sei jedoch erwähnt, dass ein Posting pro Monat sicherlich zu wenig wäre, um für die nötige Aufmerksamkeit zu sorgen. So muss berücksichtigt werden, dass die ?Haltbarkeit? einer Nachricht bei Facebook sehr kurz ist und schnell von anderen Neuigkeiten abgelöst wird. Hinzukommt, dass Nutzer nicht ständig online sind und daher verständlicherweise nur einen kleinen Teil aller Neuigkeiten wahrnehmen können. Eine weitere Einschränkung ist die Facebook-seitige Filterung der Neuigkeiten, die berücksichtigt und bei wichtigen Neuigkeiten durch die ?Hervorheben-Funktion? gegebenenfalls umgangen werden sollte.

Frage 4: Wie gehen Sie am ehesten bei der Arztsuche im Internet vor?

Suchen Patienten über die Facebook-Suche nach einem neuen Arzt? Diese Frage lässt sich eindeutig mit Nein beantworten. Lediglich 2 % der Teilnehmer gaben bei der Frage zur Arztsuche im Internet an, hierfür auf Facebook zurückgreifen. Die große Mehrheit (66 %) nutzt Google, um einen neuen Arzt zu finden. Arztbewertungsportale wie Jameda oder DocInsider sind für 24 % die erste Anlaufstelle. Immerhin 7 % nutzen Internetforen wie gutefrage.net oder werweisswas.de, um eine Empfehlung zu erhalten. Ein Teilnehmer (1 %) gab zudem an, die Website gelbeseiten.de für die Arztsuche zu verwenden.

Doch auch wenn die Suchfunktion von Facebook derzeit (noch) keine Rolle bei der Arztsuche spielt, so ist ein Praxis-Auftritt bei Facebook dennoch relevant, um von neuen Patienten gefunden zu werden. Denn auch Facebook-Fanpages werden von Google ausgewertet und bei den Suchergebnissen mit aufgelistet. Gerade für Praxen, die über keinen eigenen Internetauftritt verfügen, könnte eine Praxis-Fanpage schon alleine deshalb sinnvoll sein.

Fazit

Die Ergebnisse der durchgeführten Studie geben Hinweise, dass ein Praxis-Auftritt bei Facebook durchaus von Patienten gefragt ist und genutzt wird. Informationen aus der Praxis, kurze und interessant aufbereitete Neuigkeiten aus der Medizin sowie Hinweise auf relevante Presseartikel decken den Großteil der von den Praxis-Fans gewünschten Inhalte ab. Die Mehrheit der Praxis-Fans bei Facebook wünscht sich dabei 1-3 Veröffentlichungen pro Woche, wobei aufgrund der kurzen ?Haltbarkeit? von Facebook-Neuigkeiten eine Mindestmenge von 2 Neuigkeiten pro Woche empfohlen wird. Für die Suche nach einem neuen Arzt wird Facebook aktuell kaum genutzt, wobei Praxis-Fanpages auch über die Google-Suche gefunden werden, die wiederum der Großteil der Patienten (66 %) nutzt, um einen neuen Arzt zu finden.

Angesichts von mittlerweile 28 Millionen Facebook-Nutzern in Deutschland, die im Schnitt 30 Jahre alt sind, ist ein Praxis-Auftritt bei Facebook im Hinblick auf die Patientenakquise und Patientenbindung daher zu empfehlen.

Weitere Informationen zur Studie unter:

<http://www.docrelations.de/index.php/praxismarketing-studie.html>

Literatur:

[1] Social Media Atlas 2011. Faktenkontor, IMWF Institut für Management- und Wirtschaftsforschung GmbH und Toluca Germany GmbH.

[2] ARD/ZDF-Onlinestudie 2012;

[3] Facebook.com, Facebook Ad-Planner, 30.09.2013

Shortlink zu dieser Pressemitteilung:

<http://shortpr.com/qwcapx>

Permanenter Link zu dieser Pressemitteilung:

<http://www.themenportal.de/gesundheit/praxismarketing-studie-patienten-gewinnen-bei-facebook-72405>

Pressekontakt

DOCRELATIONS® Praxismarketing & PR

Herr Oliver Löw
Düsseldorfer Straße 85
40667 Meerbusch

oliver.loew@docrelations.de

Firmenkontakt

DOCRELATIONS® Praxismarketing & PR

Herr Oliver Löw
Düsseldorfer Straße 85
40667 Meerbusch

docrelations.de
oliver.loew@docrelations.de

Die Agentur DOCRELATIONS® Praxismarketing & PR mit Sitz in Meerbusch bei Düsseldorf ist auf Praxismarketing und PR-Beratung im Gesundheitswesen spezialisiert. Sowohl niedergelassene Ärzte und Therapeuten als auch Kliniken und international tätige Unternehmen aus der Dentalindustrie zählen zu den Kunden der Agentur. Seit 2012 veranstaltet DOCRELATIONS® regelmäßig Fortbildungen zum Thema Facebook-Marketing für Ärzte und Therapeuten.