

Social Media in Hessischen Krankenhäusern:

Nutzung und Akzeptanz von Social Media als Schnittstelle zwischen Krankenhaus und Patient

19.11.2013

Lisa Pauline Huth und Melanie Steiger

E-Mail: lisa@kikam.de; steiger_melanie@web.de

Überblick

1. Einführung
2. Vorstellung des Studiendesigns
3. Auswertung der Studie
 - 3.1. Gemeinsame Fragen
 - 3.2. Social Media Nutzer
 - 3.3. Social Media in Planung
 - 3.4. Social Media Nichtnutzer
4. Fazit

1. Einführung

- In der heutigen Zeit: Patient = Kunde
- Krankenhaus als „Unternehmen“ ist auf Kunden angewiesen: Klinikmarketing hat eine hohe Bedeutung für die Patientenakquise
- Neben klassischen Marketingmedien gewinnt das Internet an Bedeutung (Homepage, Blogs, Bewertungsportale)
- Besonders das Web 2.0 (interaktive Elemente des Internets) mit Social Media Portalen ist gewachsen

1. Einführung

Social Media Portale (nach unserer Definition):

“Plattformen, in denen Menschen soziale Kontakte knüpfen
und in Dialog treten können”

2. Vorstellung des Studiendesigns

Studie: Social Media Nutzung in Hessischen Krankenhäusern

- In Zusammenarbeit mit der FuP Kommunikation GmbH und der Hessischen Krankenhausgesellschaft
- Durchgeführt von 6 Studierenden der Hochschule Fresenius in Idstein
- Fragebögen wurden erstellt und digital an 170 Hessische Krankenhäuser verschickt
- Nach einem Monat 28 Fragebögenrückläufe
- Am Hessischen Krankenhaustag 13 Fragebögen nacherhoben

2. Vorstellung des Studiendesigns

Umfragerücklauf:

Insgesamt 41 Fragebögen, davon

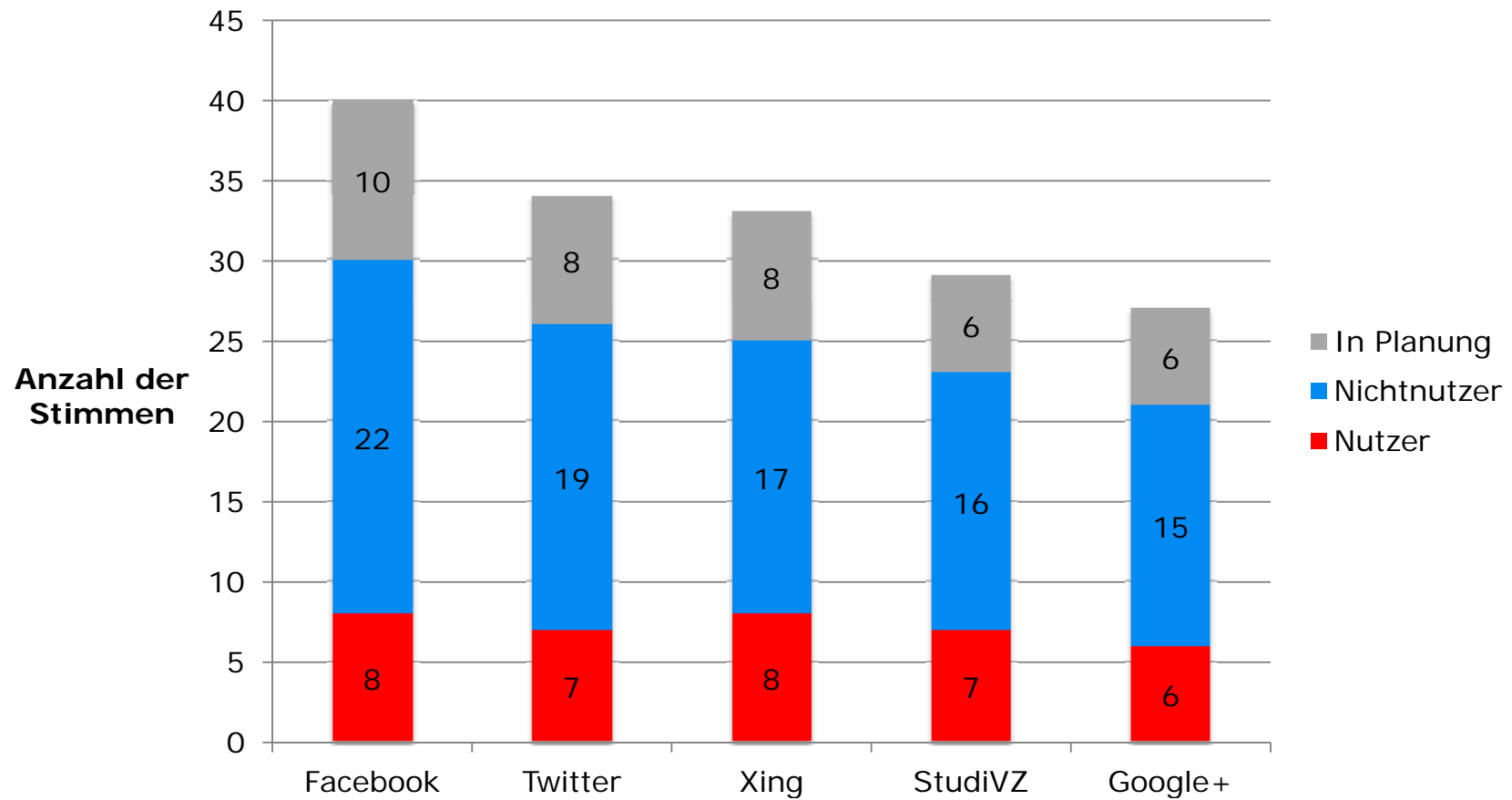
- 8 Social Media Nutzer
- 10 Social Media in Planung
- 23 Social Media Nichtnutzer

3. Auswertung der Studie

Gemeinsame Fragen

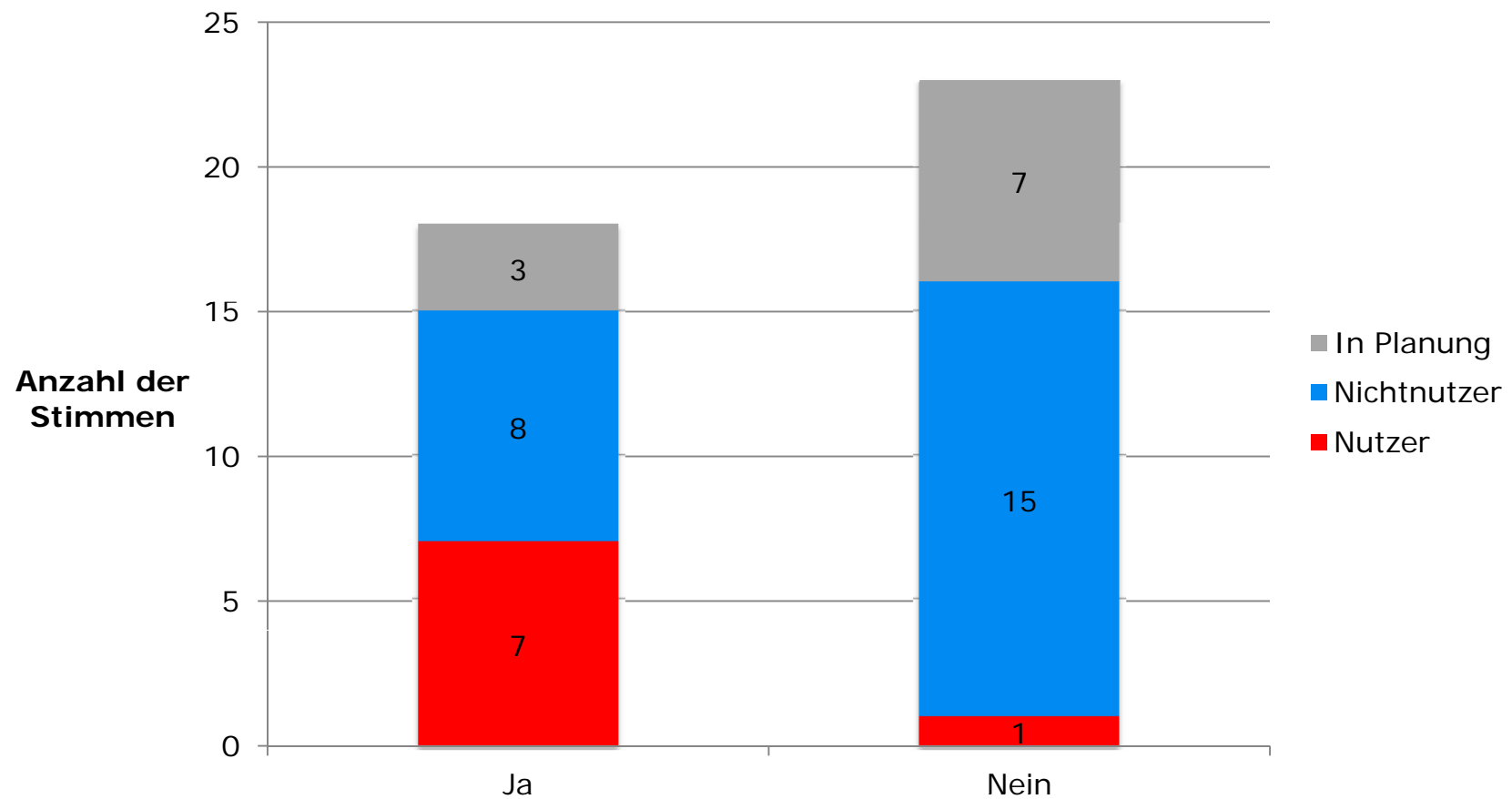
3.1. Gemeinsame Fragen

Welches der folgenden Social Media Portale kennen Sie?



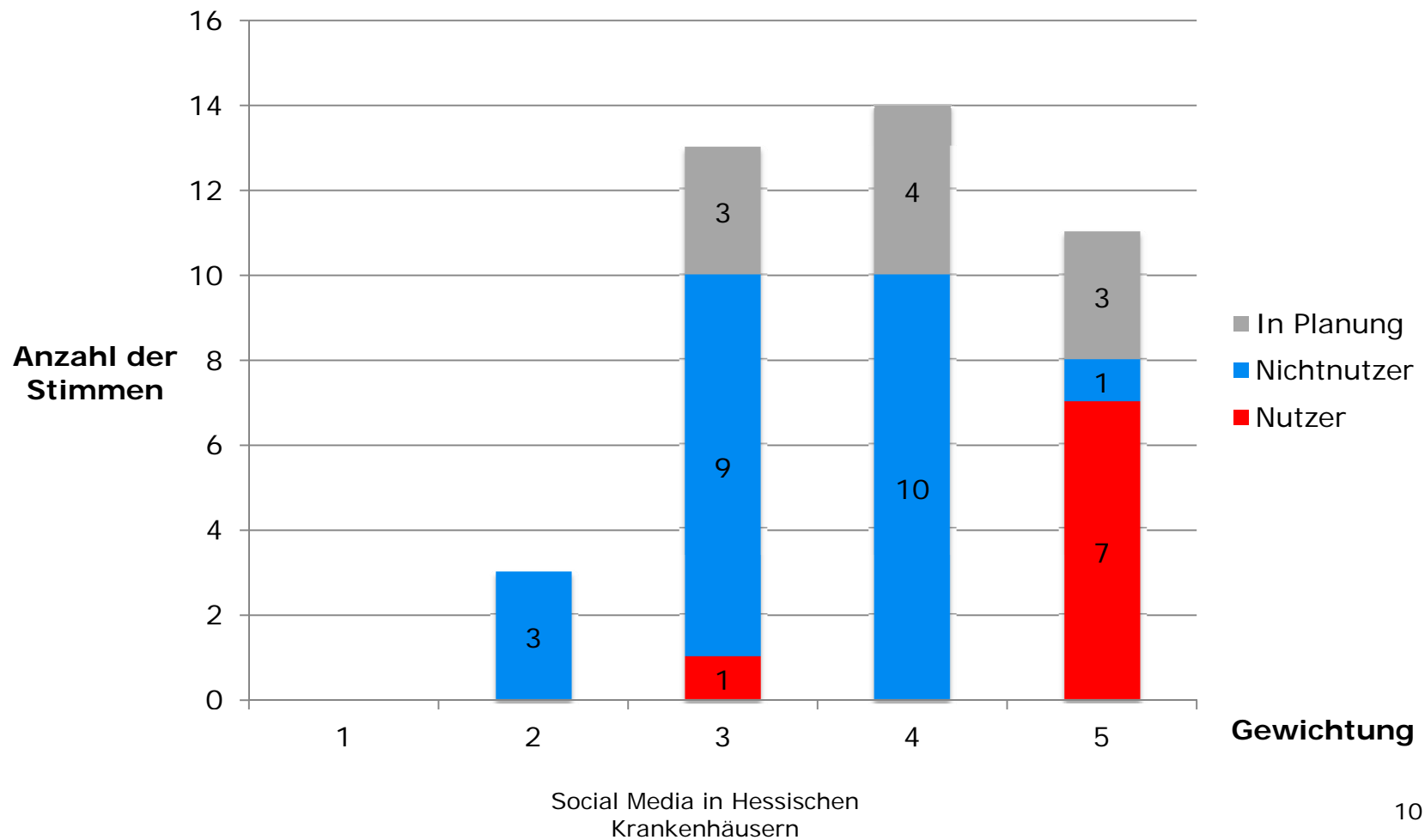
3.1. Gemeinsame Fragen

Nutzen Sie Social Media Plattformen, um sich selbst zu informieren?



3.1. Gemeinsame Fragen

Sind Sie der Meinung, dass sich Social Media Portale als Instrument zur Außendarstellung in Krankenhäusern durchsetzen werden? (Bewertung: 1 – keinesfalls, 5 – ganz sicher)



3.1. Gemeinsame Fragen

Begründen Sie Ihre Einschätzung:

Nutzer	Nichtnutzer	In Planung
<p>Gewichtung mit 5:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Social Media wird zum festen Bestandteil des Kommunikationsmixes – Social Media ermöglicht eine unkomplizierte Außendarstellung – Erfolg und Effizienz durch Social Media 	<p>Gewichtung mit 4:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Social Media ist ein Medium der jungen Generation <p>Gewichtung mit 3:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Mangelnde Innovationsbereitschaft – Das Krankenhaus ist kein Social Media Thema <p>Gewichtung mit 2:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Social Media ist nicht geeignet für die Zielgruppe 	<p>Gewichtung mit 5:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Social Media ist das Medium der Zukunft <p>Gewichtung mit 3:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Der Nutzen von Social Media ist schwer abschätzbar

Social Media Nutzer

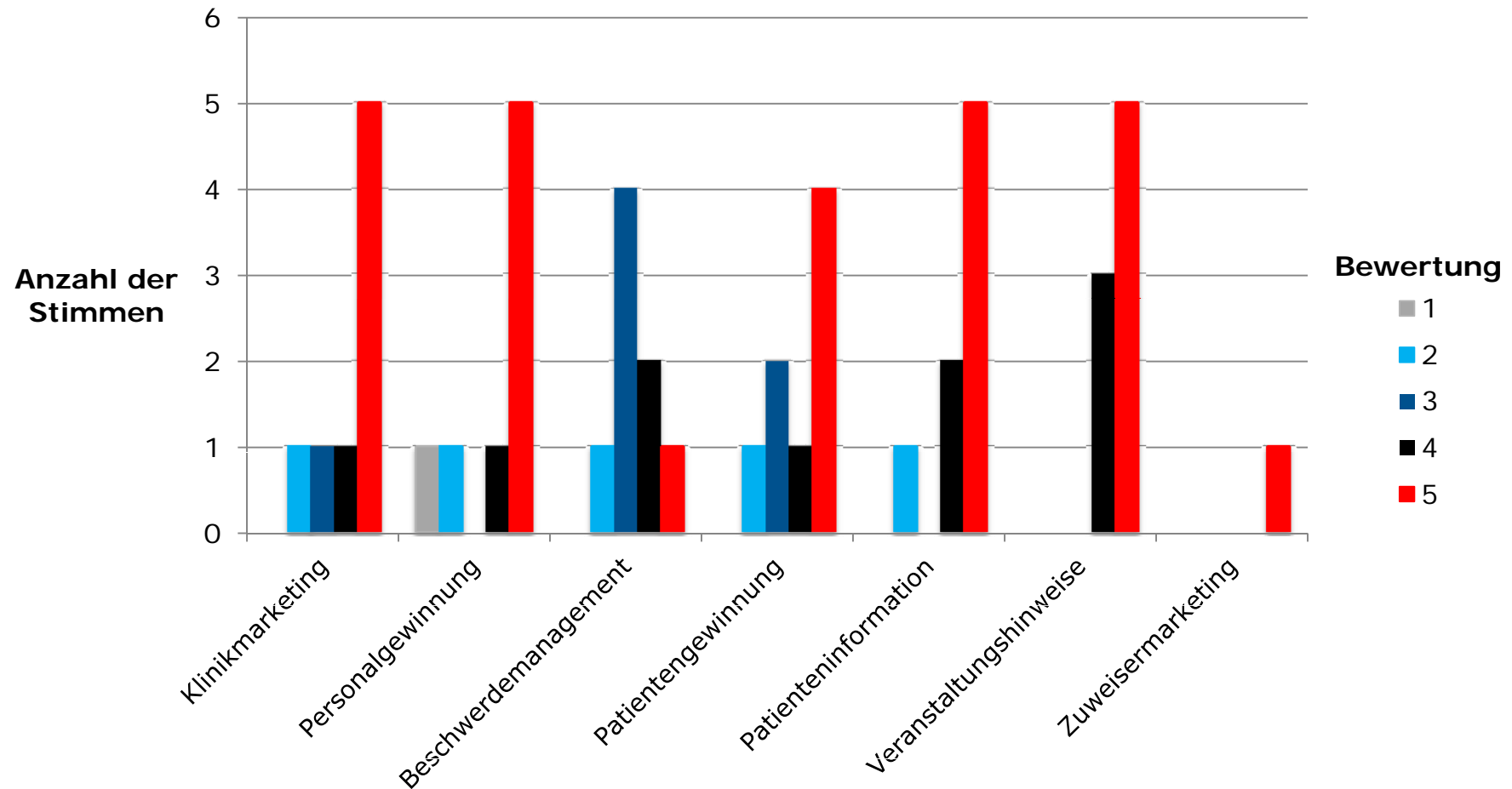
Facebook: 8 Krankenhäuser

Twitter: 4 Krankenhäuser

Xing: 1 Krankenhaus

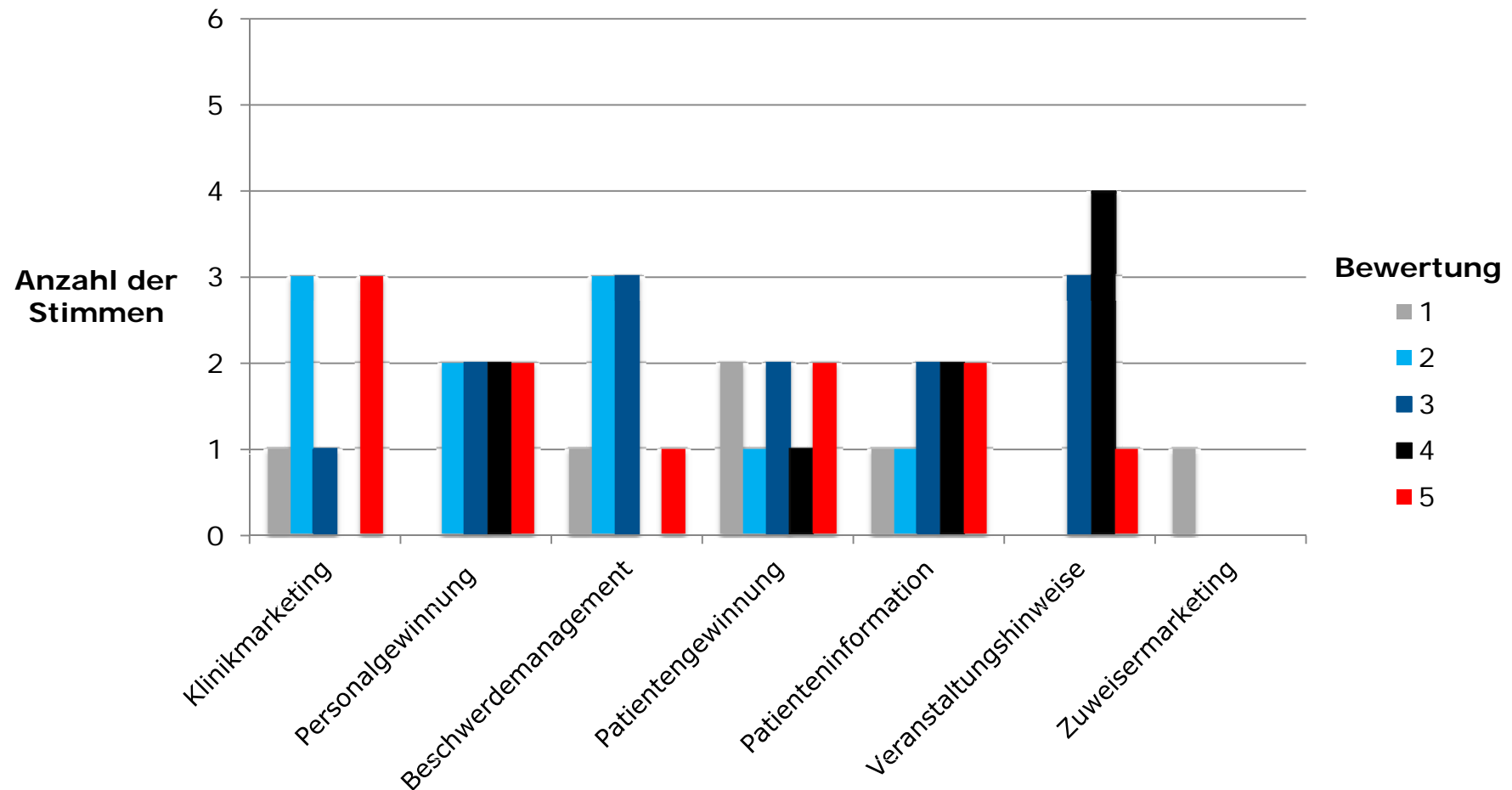
3.2. Social Media Nutzer

Wie wichtig sind Ihnen folgende Faktoren bei der Nutzung der Social Media Portale? (Bewertung: 1 – überhaupt nicht wichtig, 5 – besonders wichtig)



3.2. Social Media Nutzer

Wie bewerten Sie den Gesamtnutzen von Social Media Portalen für Ihr Krankenhaus? (Bewertung: 1 – sehr gering, 5 – sehr hoch)



3.2. Social Media Nutzer

Welche Stelle ist in Ihrem Krankenhaus für den Social Media Auftritt zuständig?

- Marketingabteilung: 4
- Unternehmenskommunikation: 2
- Externe Marketingfirma: 1
- Pressestelle: 1

Wie viel Zeit wird von dieser Stelle ungefähr pro Woche in den Social Media Auftritt investiert?

- 0-1 Stunde(n) / Woche: 0
- 2-8 Stunden / Woche: 7
- 9-16 Stunden / Woche: 1
- 17-24 Stunden / Woche: 0
- Mehr als 24 Stunden / Woche: 0

Social Media in Planung

Facebook: 9 Krankenhäuser

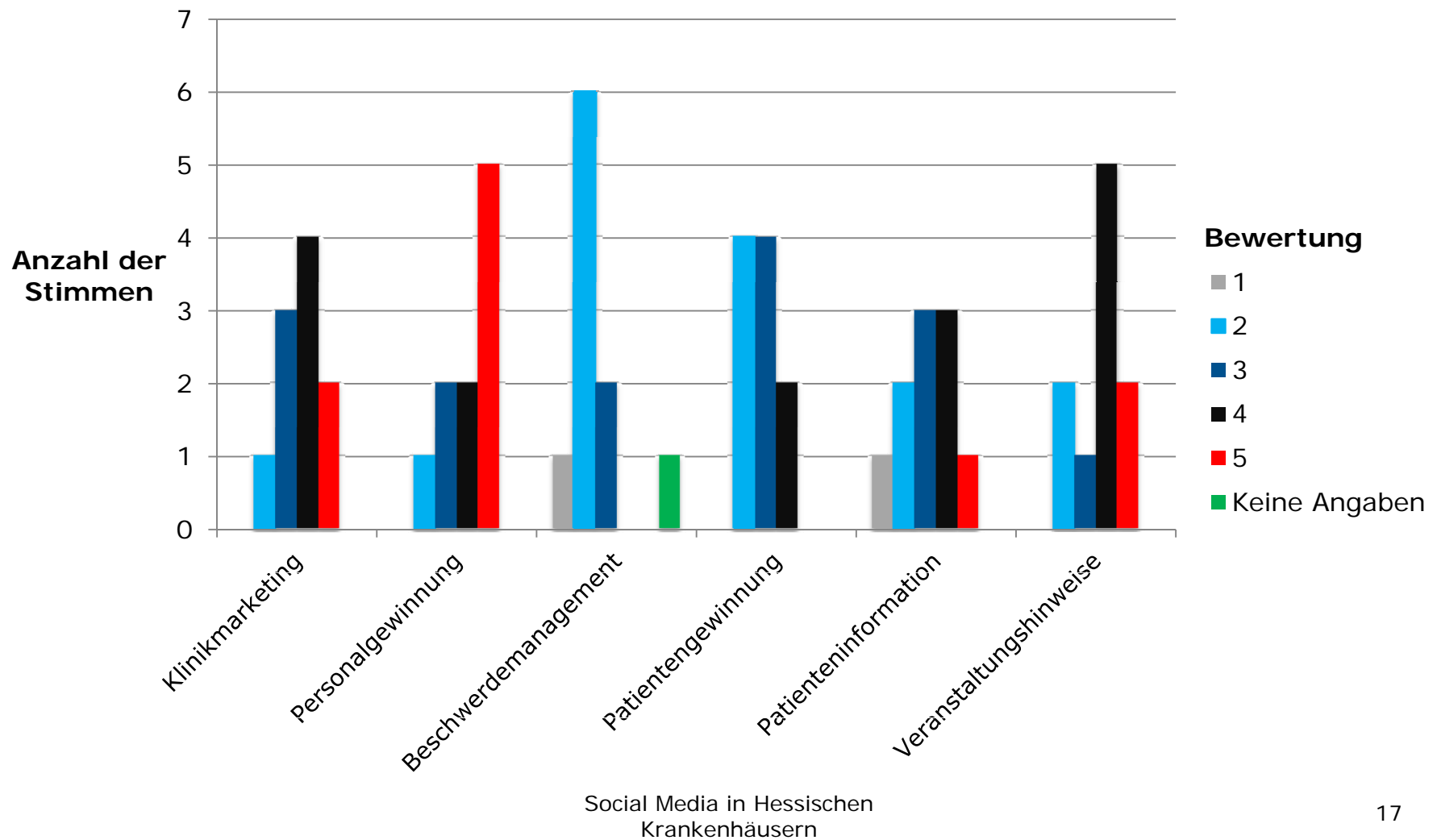
Twitter: 2 Krankenhäuser

Xing: 2 Krankenhäuser

StudiVZ: 1 Krankenhaus

3.3. Social Media in Planung

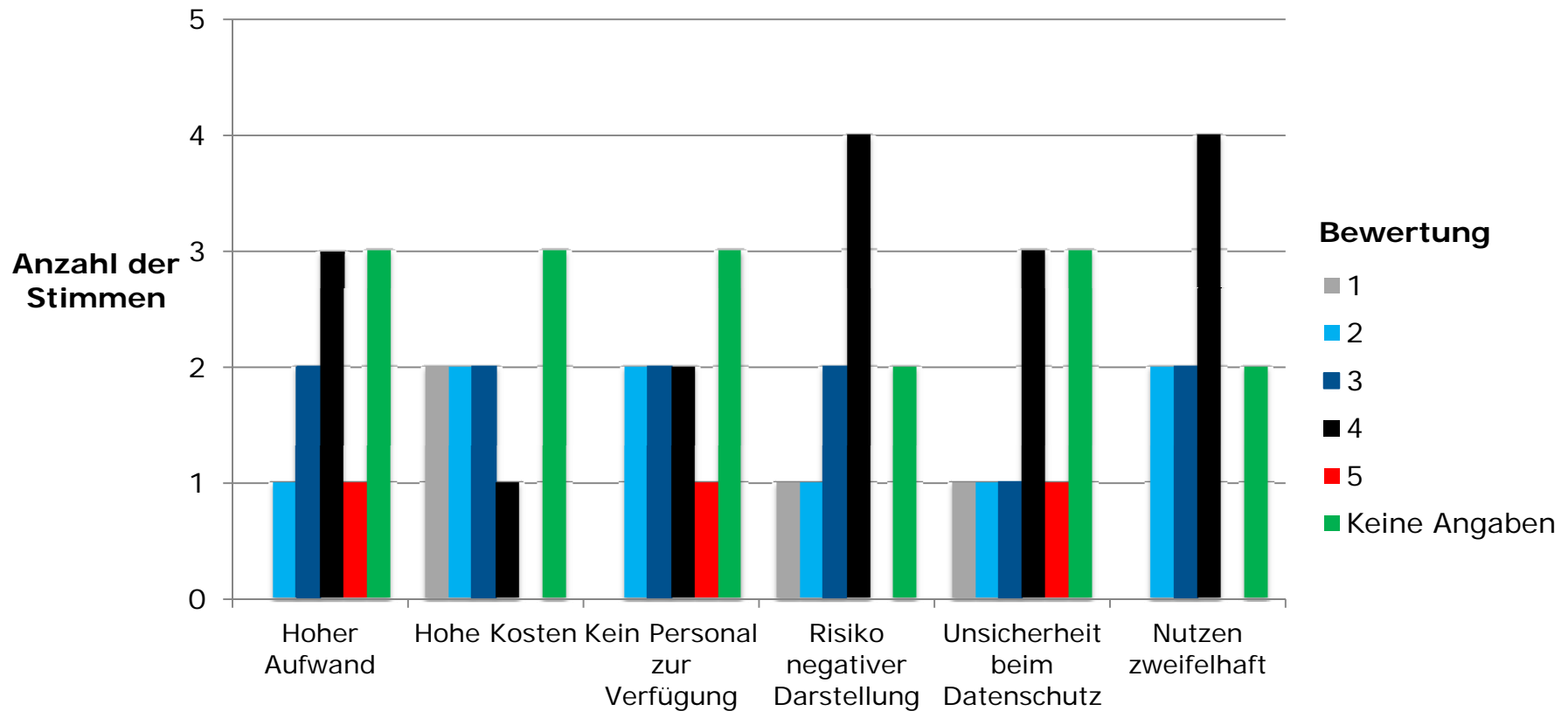
In welchen Bereichen erwarten Sie die größten Vorteile bei der Nutzung von Social Media? (Bewertung: 1 – sehr gering, 5 – sehr hoch)



3.3. Social Media in Planung

Warum haben Sie bis jetzt noch keinen Social Media Auftritt?

(Bewertung: 1 – trifft kaum zu, 5 – trifft sehr zu)

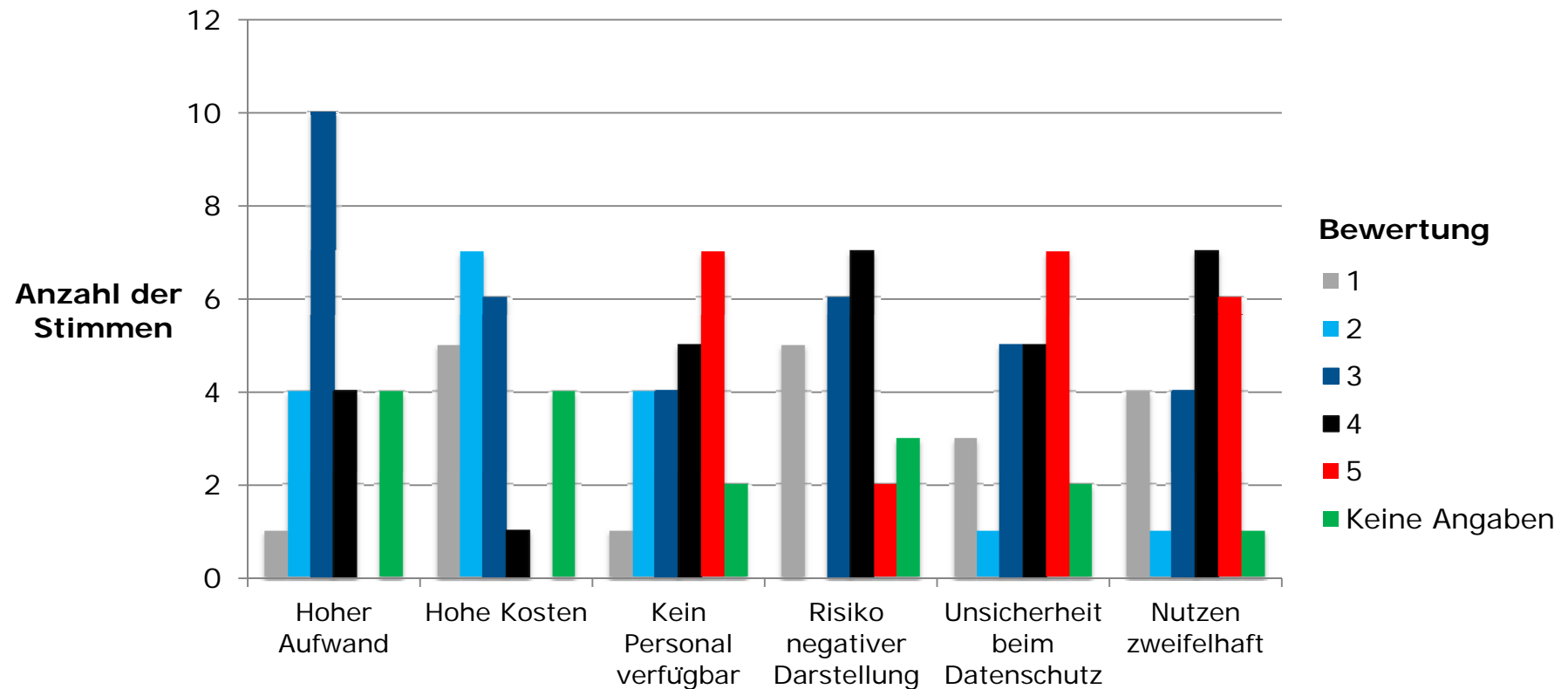


Social Media Nichtnutzer

3.4. Social Media Nichtnutzer

Warum nutzt Ihr Krankenhaus keine Social Media Portale?

(Bewertung: 1 – trifft kaum zu, 5 – trifft sehr zu)



4. Fazit

- Möglicherweise Überrepräsentation der Social Media Nutzer in der Studie
- Social Media wird als Schnittstelle zwischen Krankenhaus und Patient teilweise akzeptiert
- Meist als Informationsmedium genutzt, nicht aber als Kommunikationsmedium anerkannt
- Gründe: Unsicherheit beim Datenschutz, Risiko negativer Darstellung zu groß, Nutzen zweifelhaft
- Chancen durch Social Media Portale ausreichend genutzt?

**Vielen Dank für Ihre
Aufmerksamkeit**