

Ärzte-Fachgruppen zielgenau erreichen Fachspezifischer Fortbildungs-Newsletter

Die Medizin der Zukunft ist personalisiert. Der Wissenschaftskalender der Stiftung Gesundheit ist es heute schon: Der E-Mail-Newsletter erreicht präzise die ärztlichen Zielgruppen, für die er relevant ist.

Kurz, knapp, nachrichtlich und hochpräzise in der Auswahl der Empfänger: Das ist der Wissenschaftskalender der Stiftung Gesundheit. „Ob Kongresse, Fortbildungen, Symposien, Webinare oder News: Wir stellen sicher, dass fachspezifische Informationen genau diejenigen Empfänger erreichen, für die sie relevant sind“, sagt Projektleiter Christian Eckardt.

Maßgeschneiderte Auswahl

Die Adressaten ermittelt die Stiftung passgenau auf Basis ihres Strukturverzeichnisses der ärztlichen Versorgung in Deutschland. Mehr als 200 Variablen – einige davon mit mehr als 3.000 Optionen – ermöglichen eine hochdifferenzierte Auswahl der Empfänger. „Das geht weit über die Facharzt- oder Teilgebietsbezeichnung hinaus“, be-

schreibt Eckardt: „Unsere Möglichkeiten reichen von Subspezialisierungen über die Geräteausstattung und den Grad der Patientenzufriedenheit bis hin zur gezielten Auswahl der Key Opinion Leader von morgen.“ (siehe Seite 3)



Ärzte erhalten den Wissenschaftskalender wirklich nur dann, wenn die Inhalte für ihr Tätigkeitsfeld relevant sind.

Nur Relevantes im Arzt-Postfach

Der hohe Grad an Präzision hat Vorteile für beide Seiten: Ärzte erhalten nur Informationen, die für sie tatsächlich relevant sind. Und die Auftraggeber profitieren von der hohen Akzeptanz des Wissenschaftskalenders bei den Empfängern: „Die Quote der Unsubscriber für unseren Newsletter liegt bei nahezu null“, berichtet Eckardt.

Weitere Informationen finden Sie unter www.stiftung-gesundheit.de, Webcode: Wissenschaftskalender



Tom Renneberg,
Geschäftsführer des
Ärzteportals esanum.de

Newsletter neu gedacht

Gefühlte hundert Werbejahre lang war allein die Reichweite selig machend, der Tausender-Kontakt-Preis (TKP) die Messgröße schlechthin. In der Ära von Social Media ist solches Brute-Force-Marketing jedoch passé: Vielmehr ist es die Kür, die Kommunikation den Interessen jedes einzelnen Empfängers anzupassen.

In der professionellen Medizin-Kommunikation heißt das, fachliche Interessen bei der Auswahl der Empfänger sorgsam zu berücksichtigen – und weitere Faktoren, die im jeweiligen Fall wichtig sind: bei Offline-Veranstaltungen etwa die räumliche Entfernung, bei Themen wie Praxisnachfolge das Lebens- und Dienstalalter.

Die Zukunft des inhalts-tragenden Kontakts liegt deshalb in der Fokussierung: Je exakter die Botschaft zum Empfänger passt, desto besser wird sie wahrgenommen und als nützlich geschätzt.

Themen in dieser Ausgabe:

- **Die Technik hinter der Arztsuche – effektiv und dynamisch**
BKK Mobil Oil nutzt die Arzt-Auskunft der Stiftung
- **Die medizinischen Meinungsführer von morgen**
Forschung der Stiftung identifiziert künftige Key Opinion Leader

Zertifizierte Websites

Gesund reisen – eine gute Vorbereitung ist alles

Zu einer gelungenen Urlaubsplanung gehört ein guter medizinischer Reise- und Versicherungsschutz. Die IKK Südwest bietet auf ihrer Website in der Rubrik „Reisen und Gesundheit“ umfassende Informationen und Tipps für Reisen ins Ausland. Rund um die

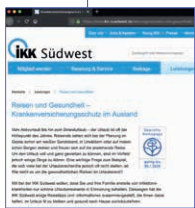
Themen Krankenversicherung im Urlaub, gesundheitliche Risiken und Impfungen finden sich dort wichtige Adressen und Links, die dabei helfen, sich optimal vorzubereiten. Übersichten und Checklisten erleichtern es, sich auf die schönen Dinge im Urlaub konzentrieren zu können und wieder gesund nach Hause zurückzukehren.

Deine Manndeckung: eine Seite nicht nur für Männer

Prostatakrebs ist die häufigste Krebserkrankung bei Männern in Deutschland. Es kann jeden treffen – trotzdem tun sich viele Männer schwer, sich mit dem Thema auseinanderzusetzen und Vorsorgeangebote wahrzunehmen. Die

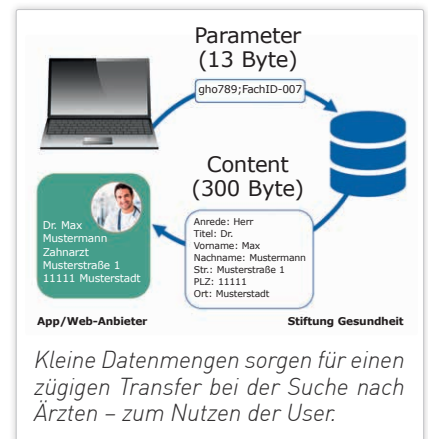
Aufklärungsseite von Janssen-Cilag „Deine Manndeckung“ möchte das ändern: Sie informiert übersichtlich und leicht verständlich über Früherkennungsmaßnahmen und Therapiemöglichkeiten. Die Website wendet sich vor allem an Männer, aber auch an Frauen und Unterstützer wie Sportvereine, Verbände und Arbeitgeber, die zu mehr Aufklärung beitragen möchten.

Mehr unter www.stiftung-gesundheit.de, Webcode: Website-Zertifizierung



Die Technik hinter der Arztsuche BKK Mobil Oil nutzt die Arzt-Auskunft

User erwarten heute, dass interaktive Tools fix funktionieren, dass sich Seiten in App und Web in Sekunden aufbauen. Die Technik dahinter ist den Usern egal. Der Krankensversicherer BKK Mobil Oil hat die Inhalte und Funktionen der Arzt-Auskunft auf seiner Website integriert – mit der effektivsten Technik von heute und allen Vorteilen der dynamischen Integration. Auch die aufwändige und zeitraubende permanente Adresspflege leistet die Stiftung.



Kleine Datenmengen sichern schnelle Antwort

So läuft es ab: Ein User sucht im Portal einen Arzt und wählt die gewünschten Suchkriterien aus. Mit dem Klick auf „Ärzte finden“ schickt die Website oder App die Parameter der Auswahl an die Server der Stiftung – ein Datenpaket von lediglich 13 Byte. Binnen Millisekunden liefern die Server in Hamburg das Ergebnis für die-

sen User in einem Datenpaket von rund 300 Byte zurück. Damit hat die Stiftung ihren Teil getan: Die Website oder App stellt diese aktuellen, individuell zusammengestellten Inhalte anschließend ganz im eigenen Corporate Design des Lizenznehmers dar – schnell, effektiv und nützlich.

Mehr Informationen: www.arzt-auskunft.de, Webcode: Partner

Die Stiftung zu Papier gebracht Aktueller Tätigkeitsbericht veröffentlicht

Noch druckfrisch hielten die Gäste unseres Jahresempfangs am 16. Mai 2019 unseren neuen Tätigkeitsbericht in den Händen. Auf rund 40 Seiten gibt er einen Überblick über die satzungsgemäßen Aufgaben und Tätigkeitsfelder der Stiftung.

Zahlen, Fakten, Hintergründe

Neben vielen aktuellen Zahlen, einer Timeline und Hintergründen stellt der Tätigkeitsbericht das Strukturverzeichnis der ärztlichen Versor-

gung in Deutschland und dessen Anwendungsmöglichkeiten vor – etwa als Arzt-Auskunft im öffentlichen Web oder als Professional-Variante für institutionelle Nutzer. Weitere Themen sind die Studienreihen, unser Zertifizierungsverfahren für Ratgeber und Websites, der Publizistik-Preis und nicht zuletzt auch die Menschen bei der Stiftung Gesundheit.

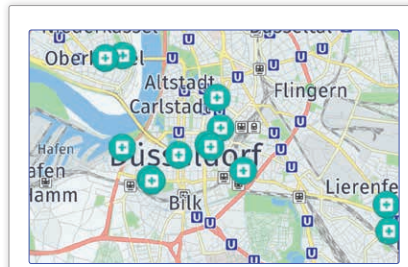
Unseren Tätigkeitsbericht finden Sie unter www.stiftung-gesundheit.de, Webcode: Tätigkeitsbericht



HERE nutzt die Arzt-Auskunft

Arztsuche in Navigation integriert

Der Kartendienstleister HERE und die Stiftung Gesundheit haben eine Kooperation für das Navigationsangebot in Deutschland vereinbart: Seit Anfang des Jahres verwendet HERE die Angaben der Arzt-Auskunft, um Arztpraxen in seinem Kartenmaterial anzuzeigen. Dieses wird unter anderem in Navigationslösungen zahlreicher Autohersteller verwendet. Smartphone-Besitzer können die Karten über die kostenlose Navigations-App „HERE WeGo“ nutzen: Nach der Eingabe entsprechender Suchbegriffe werden passende Ärzte

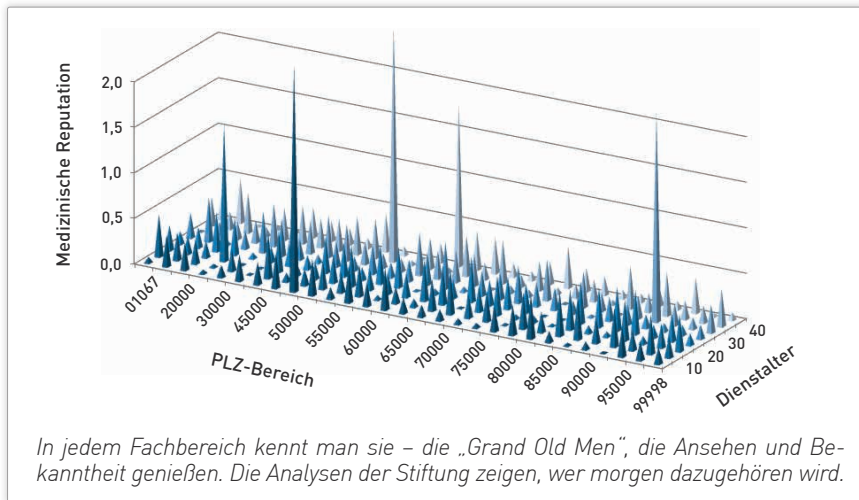


HERE gehört zum größten Teil den deutschen Autoherstellern Audi, BMW und Daimler.

mit dem genauen Standort, Kontaktangaben sowie den Öffnungszeiten der Praxis angezeigt.

Die Meinungsführer von morgen

Stiftung identifiziert künftige Key Opinion Leader



Seit vielen Jahren erhebt die Stiftung Gesundheit nach wissenschaftlich fundiertem Verfahren, welche Ärzte in Fachkreisen einen besonders guten Ruf genießen. Das Ergebnis ist eine Landschaft der Key Opinion Leader (KOL) in der deutschen Ärzteschaft – also der Ärzte, deren fachliche Ansichten und Meinungen derzeit besonders geschätzt und gehört werden.

Nun geht die Stiftung einen Schritt weiter: „Ein erfahrener Pharma-Marketer fragte jüngst, ob wir nicht

auch ermitteln könnten, wer in Zukunft zum KOL avancieren wird“, sagt Projektmanager Jonas Krauthammer.

Blick in die Zukunft

Um diese „Rising Stars“ zu ermitteln, korreliert die Stiftung nun den Grad der Medizinischen Reputation mit dem Dienstalter des jeweiligen Arztes: „Wer bereits in der Anfangszeit seiner Karriere weit über dem Durchschnitt seiner Altersgruppe liegt, hat gute Chancen, sich zu einem KOL zu entwickeln.“

Stiftung inside Teil 6

Die Redaktion fertigt News to Use

Der Stiftungsbrief, den Sie gerade in den Händen halten, ist ein Ergebnis der Redaktionsarbeit. Der Print-Newsletter sorgt seit mehr als 20 Jahren dafür, dass Freunde und Partner vierteljährlich Neuigkeiten rund um unsere Aktivitäten sowie Ärzte Tipps für den Praxisalltag erhalten.



Den Stiftungsbrief fertigen die Kollegen aus Redaktion und Grafik.

Medizinische Fachtermini leicht verständlich

Darüber hinaus liegen zahlreiche weitere Textarbeiten in der Hand der Redaktion: von klassischen Presse-Informationen über Gastbeiträge für andere Medien, beispielsweise zu unseren Studien, bis hin zu Beiträgen über medizinische Fachbegriffe, die sie für die Rubrik „Gesundheitswissen“ auf www.arzt-auskunft.de verständlich für jedermann verfassen.

Anfragen von Presse und Politik

Und natürlich erreichen unsere Redaktion Presseanfragen ganz unterschiedlicher Couleur: von Journalisten, die ein Interview mit dem Vorstand führen möchten, über Anfragen von Mitgliedern des deutschen Bundestages bis hin zu besonderen Auswertungswünschen auf Basis unseres Strukturverzeichnisses, etwa für den Gemeinsamen Bundesausschuss (G-BA).

Dr. Till Krause erhält Publizistik-Preis 2019

Stiftung würdigt Beitrag über E-Zigaretten in der Tabakindustrie

Die Stiftung Gesundheit hat Dr. Till Krause mit dem Publizistik-Preis 2019 ausgezeichnet. Sie würdigt damit seinen Beitrag „Zweite Luft“ über die Einführung von E-Zigaretten, der im Februar 2018 im Magazin der Süddeutschen Zeitung erschien. Für den Beitrag hatte Krause der Tabakindustrie über mehrere Monate hinweg bei ihrem Umbruch über die Schulter geschaut und seine Erkenntnisse mit Berichten und Daten von Tabakgegnern, Beamten und kritischen Forschern abgeglichen.

2. Platz für GEO-Beitrag

Den zweiten Platz erreichte Dr. Vivian Pasquet mit ihrem Beitrag „Leben im ewigen Augenblick“, der im Magazin GEO erschien. Darin schildert Pasquet das Leben der Künstlerin Lonni Sue Johnson, deren Gehirn vor zehn Jahren von einem Virus befallen wurde, der fast all ihre Erinnerungen auslöscht – ein tragischer Fall, der aber auch eine außergewöhnliche Chance für



Dr. Till Krause (Mitte) nahm den Publizistik-Preis beim Jahresempfang der Stiftung am 16. Mai im Anglo-German Club in Hamburg entgegen.

die Erforschung des menschlichen Gehirns birgt.

3. Platz für „Implant Files“

Den dritten Platz vergab die Jury an das Redaktionsteam der Online-Präsentation „Implant Files“: Das umfangreiche Rechercheprojekt der Süddeutschen Zeitung in Kooperation mit NDR, WDR und dem International Consortium of Investigative Journalists deckt ei-

nen gravierenden Mangel an Kontrolle und Transparenz im Markt der Medizinprodukte auf und schildert die gefährlichen Folgen, die sich für Patienten ergeben können.

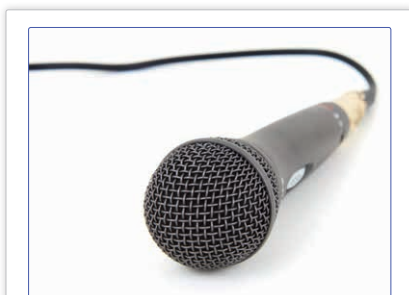
Gespräche und Kontakte

Neben der Preisverleihung standen beim Jahresempfang 2019 im Anglo-German Club vor allem Gespräche und das Knüpfen neuer Kontakte unter den rund 130 geladenen Gästen aus den verschiedensten Bereichen der Gesundheitsbranche auf dem Programm. Die traditionelle Keynote-Ansprache hielt in diesem Jahr Prof. Dr. Dr. Konrad Obermann vom Mannheimer Institut für Public Health (MIPH) zum Thema „Polen, Portugal, Philippinen oder Peru – woher kommen die Pflegekräfte der Zukunft?“

Eine Bildergalerie von unserem Jahresempfang 2019 finden Sie unter: www.stiftung-gesundheit.de, Webcode: Jahresempfang

Praxis-Tipp: So klappt die Zusammenarbeit mit Journalisten

Interview: Eine gute Vorbereitung gibt Sicherheit (Teil 7)



Mit einer gezielten Planung beugen Sie dem Fracksausen bei einem Interview vor.

Ein gutes Interview bedarf einer guten Vorbereitung – nicht nur durch den Journalisten: Nutzen Sie die Möglichkeit, sich als kompetenter Ansprechpartner zu präsentieren, der aussagestarke Zitate liefert.

Den Rahmen definieren: Klären Sie in einem kurzen Vorab-Gespräch, um welches Thema es geht und welche Aspekte von Relevanz sind. Wenn Sie in dem Themengebiet unsicher sind, bitten Sie darum, Ihnen die Fragen vorher zu schicken. Fragen Sie nach der Länge des Interviews, an welche Zielgruppe es sich wendet und ob es aufgezeichnet oder live ausgestrahlt wird.

Bewusst formulieren: Machen Sie es Ihrem Gegenüber und der Zielgruppe leicht, Ihnen zu folgen. Formulieren Sie kurze und verständliche Sätze. Sprechen Sie deutlich und lassen Sie sich ruhig Zeit. Fragen Sie nach, wenn Sie eine Frage nicht verstanden haben. Und wenn

Sie etwas wirklich nicht wissen, kommunizieren Sie das offen.

Termin festlegen: Lassen Sie sich nie zu einem Spontan-Interview überreden, wenn Sie sich zum angefragten Thema noch nicht sicher fühlen. Vereinbaren Sie einen festen Termin. Das gibt Sicherheit und Zeit, sich gut vorzubereiten.

Impressum

Herausgeber: Stiftung Gesundheit
Gemeinnützige Stiftung bürgerlichen Rechts
Behringstraße 28 a, 22765 Hamburg
Tel. 040 / 80 90 87 - 0, Fax: - 555
E-Mail: info@stiftung-gesundheit.de
Verantwortlich: Dr. Peter Müller
ISSN 1619-0386 (Print)
ISSN 1614-1156 (Internet)