



Warum Krankenhäuser bloggen sollten und was hierbei zu beachten ist

Von *IFABS*

Erstellt am 4 Dez 2015 - 07:09

Selbstdarstellung im Netz?

Die Anzahl der Patienten, die sich über Internetquellen Informationen zur Auswahl eines Krankenhauses suchen, nimmt stetig zu. Neben Bewertungs-Plattformen spielen hierbei auch die Webseiten der Krankenhäuser selbst eine große Rolle. Ein bislang viel zu wenig genutztes Instrument, Interessenten und Klinik-Suchenden Einblicke in Angebote, Leistungen und vor allem in Versorgungsqualität und Patientenorientierung zu geben, sind Klinik-Blogs.

Die Blog-Funktionen?

Das Bloggen ist eine der derzeit wohl besten Möglichkeiten, nachfrageorientierte Informationen und Qualitätssignale zu senden. Klinik-Blogs sind multifunktionale Plattformen, sie fungieren und wirken als

- (tages)aktuelle Medien der Selbstdarstellung,
- weitgehend automatisierbare Drehscheiben für Social Media-Kanäle,
- Lieferanten von Informationen für Pressemedien,
- Informationsmedien für tatsächlich und potenziell zuweisende Ärzte,
- Inhouse-Motivation durch Beteiligung des Klinikpersonals,
- Inhalts-Lieferanten für klinikeigene Publikationen, z. B. Broschüren.

Die Themenbereiche

Aufhänger für Blog-Beiträge sind beispielsweise

- Aspekte des klinischen Alltags, die aus einer persönlichen Betrachtungsebene geschildert werden, z. B. wie der Arbeits-Alltag einzelner Mitarbeiter der verschiedenen Funktionsbereiche aussieht,
- spezielle klinikbezogene Ereignisse, Jubiläen, Veranstaltungen sowie
- aktuelle Ereignisse des Krankenhaus-Umfeldes (regional, überregional, politisch, rechtlich) und die Reaktionen des Hauses hierauf.

Die Umsetzungs-Anforderungen?

Erfahrungen aus der Gesundheitswirtschaft und anderen Branchen zeigen, dass zwei Drittel aller Blog-Projekte scheitern, weil sie nicht geplant sind, initial zu wenig Substanz zum Lesen anregt und sie als „Nebenbei-Aktionen“ realisiert werden. Die Voraussetzungen für eine erfolgreiche Umsetzung bestehen deshalb aus

- einer eindeutig definierten Inhalts-Strategie, die einem auf die Krankenhaus-Positionierung abgestimmten roten Faden folgt,
- einer mehrstufigen Beitragsplanung (Woche, Monat, Quartal, Jahr)
- einer Post-Frequenz zwischen 3 und 5mal pro Woche,
- einer möglichst umfangreichen Bebilderung der Beiträge,
- einem Start mit mindestens 100 Posts bzw. einer Größe, bei der alle relevanten Kliniken / Abteilungen / Funktionsbereiche mit mindestens drei Posts vertreten sind,
- einem Mitarbeiter, der sich ausschließlich um die Inhalte der Blog-Plattform kümmert,
- einer engen Verzahnung mit den Presse- / Social Media-Aktivitäten sowie
- einer prägnanten Platzierung auf der Klinik-Homepage.

Der Aufbau nach diesem Muster dauert i.d. R. sechs bis zwölf Monate und garantiert, in kurzer Zeit nach der Aktivierung eine hohe Nutzungsquote zu erreichen.



Warum Krankenhäuser bloggen sollten und was hierbei zu beachten ist

Veröffentlicht auf medkom24 (<http://medkom24.eu>)

Quelle: <https://ifabsthill.wordpress.com/2015/12/04/warum-krankenhauser-bloggen-...> [1]

- [Arzt, Praxis und Qualifikationen](#)

Quellen URL (aufgerufen am 31 Dez 2020 - 01:08): <http://medkom24.eu/node/20942>

Links:

[1] <https://ifabsthill.wordpress.com/2015/12/04/warum-krankenhauser-bloggen-sollten-und-was-hierbei-zu-beachten-ist/>