



# SOCIAL MEDIA HEALTH MONITOR 2019

Krankenhäuser im Internet

- ▶ **19%** aller Beiträge sind **Festtags-, Glückwünsche**
- ▶ Eine Klinik veröffentlicht **Ø 3 Beiträge** pro Woche
- ▶ Im Durchschnitt erhält eine Klinik **54 Like's** auf ihren Beitrag

▶ **Social Media im  
Gesundheitswesen**

Donnerstag, 18. Juli 2019

**VORLÄUFIGES DOKUMENT**  
Ergebnisse der Befragung folgen..

# ▶ FACEBOOKAUSWERTUNG
















Wir haben die [Facebookauftritte von 38 Krankenhäusern & Kliniken](#) unter die Lupe genommen. [Fünf Wochen](#) lang haben wir das Nutzungsverhalten analysiert, die Post's betrachtet und uns näher mit dem Internetauftritt der Einrichtung beschäftigt. Mit dem [Social Media Health Monitor](#) informieren wir Sie über unsere Erkenntnisse und geben Ihnen wertvolle Anregungen zum Umgang mit dem Social Media im Gesundheitswesen.

🕒 **Betrachtungszeitraum:** 15.05.2019 - 20.06.2019

## ▶ FAKTEN UND ÜBERSICHT

Die [Einrichtungen](#) haben von ihrer Größe abhängig [unterschiedliche Ressourcen](#) zur Umsetzung ihrer [Social Media](#) Aktivitäten zur Verfügung. Wir haben die Einrichtungen in [drei Kategorien](#) eingeteilt um diese besser differenzieren zu können.

Bei Interesse können die Werte genauer differenziert und konkretere Aussagen getroffen werden.

Unikliniken (Anzahl: 7)	Klinikketten (Anzahl: 4)	Kliniken (Anzahl: 27)
 62260 Fan's Ø 8894 Fan's pro Seite min.: 4311 Fan's max.: 12024 Fan's	 145045 Fan's Ø 36261 Fan's pro Seite min.: 19331 Fan's max.: 58054 Fan's	 107807 Fan's Ø 4146 Fan's pro Seite min.: 217 Fan's max.: 16525 Fan's
 199 Beiträge Ø 28 Beiträge pro Klinik min.: 6 Beiträge max.: 48 Beiträge	 100 Beiträge Ø 25 Beiträge pro Klinik min.: 4 Beiträge max.: 38 Beiträge	 421 Beiträge Ø 15 Beiträge pro Klinik min.: 1 Beiträge max.: 58 Beiträge
 13654 Like's Ø 68 Like pro Beitrag	 5703 Like's Ø 57 Like pro Beitrag	 19390 Like's Ø 46 Like pro Beitrag
 2997 Share Ø 15 Share pro Beitrag	 1156 Share Ø 11 Share pro Beitrag	 2889 Share Ø 7 Share pro Like
 623 Kommentare Ø 3 Kommentare pro Beitrag	 455 Kommentare Ø 4 Kommentare pro Beitrag	 1151 Kommentare Ø 3 Kommentare pro Beitrag

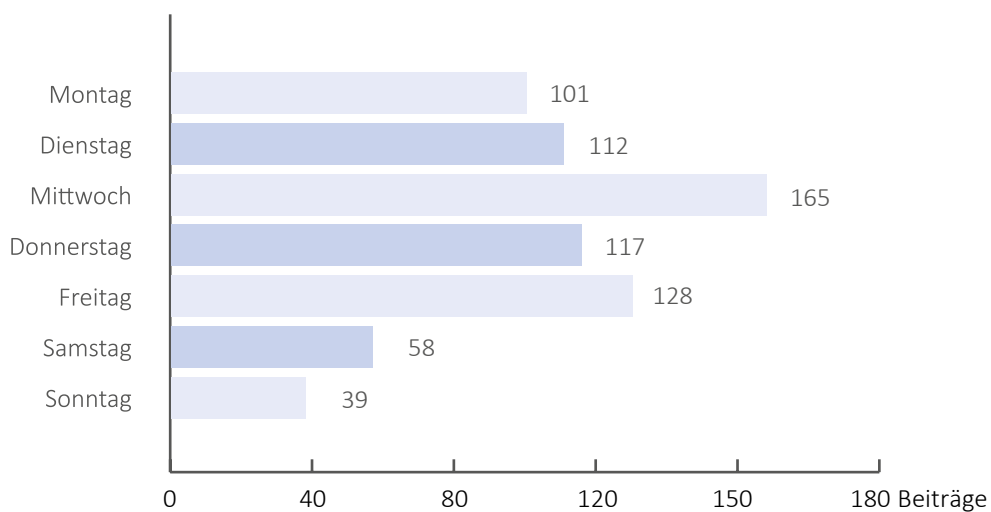
## ▶ BEITRÄGE: WOCHENTAGE UND ZEITEN

 **Insgesamt veröffentlichte Beiträge:** 720

An welchem **Tag** teilen die Krankenhäuser die meisten Beiträge und zu welcher **Tageszeit** sind diese am **aktivsten unterwegs**? Das haben wir uns näher betrachtet.

An den Tagen **Montag, Dienstag, Donnerstag und Freitag** wird fast die gleiche Anzahl an Beiträgen veröffentlicht. Auffällig ist der **Mittwoch** an dem bis zu **60% mehr** Beiträge online geschaltet werden als an den restlichen Wochentagen. Am **Wochenende** sind die Beitragszahlen im Vergleich sehr **gering**.

Anzahl der täglich geteilten Beiträge von insgesamt 720 Beiträgen:








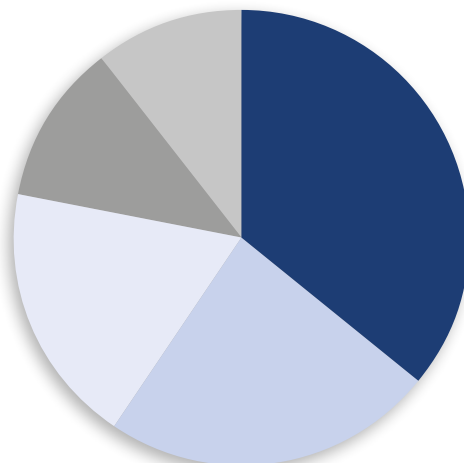
Am **Morgen** werden nur **wenige** Beiträge hochgeladen. Bis zur **Mittagszeit** nehmen die Zahlen **rapide zu**. Nach dem **Mittag** werden **weniger** Beiträge geschaltet, diese halten sich bis zum **Abend** gleichmäßig und sinken dann wieder ab.

### Hinweis:

Die **Kliniken** posten im Vergleich zu den Unikliniken und den Klinikketten am Morgen von 06:00-09:00 Uhr besonders wenig und **verstärkt** in dem Zeitraum von **09:00-12:00 Uhr**. Unikliniken und Klinikketten veröffentlichen ganztägig von 06:00-18:00 Uhr ungefähr gleichbleibend.

Zu diesen Zeiten werden Beiträge veröffentlicht:

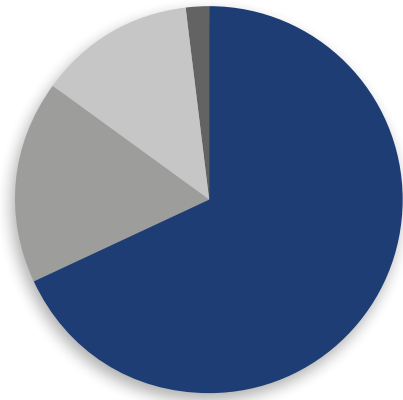
- 06:00-09:00 Uhr (13%) 
- 09:00-12:00 Uhr (41%) 
- 12:00-15:00 Uhr (27%) 
- 15:00-18:00 Uhr (21%) 
- 18:00-24:00 Uhr (12%) 







## ▶ BEITRÄGE: ART DES BEITRAGES

 **Insgesamt veröffentlichte Beiträge:** 720

Es gibt online einige Möglichkeiten [Inhalte](#) zu [veröffentlichen](#). Es können Bilder hochgeladen, Texte geschrieben, Links geteilt oder Videos veröffentlicht werden. Welche [Art der Veröffentlichung](#), die Kliniken bevorzugen, haben wir Ihnen hier zusammengestellt:



Diese Arten an Beiträgen wurden verwendet:

-  Bild (68%)
-  Link (17%)
-  Video (13%)
-  Status (2%)

### Hinweis:

Die [Klinketten](#) teilten im Durchschnitt 10% [weniger Bilder](#) und [mehr Links](#) als die Unikliniken und andere Krankenhäuser.







## ▶ BEITRÄGE: BILDVERSTÄRKER

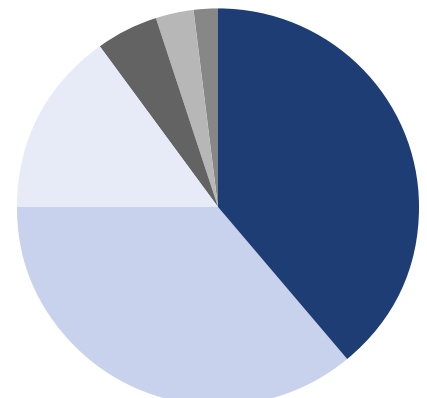
Achten die Kliniken darauf, welche Bilder sie wählen und wie sie das [Interesse des Betrachters stärken](#)? Wir haben uns die Bildaussagen mal näher angeschaut und eine Übersicht erstellt.

Bei der Hälfte der geschalteten Post's konnten wir [kulturelle Werte](#) zuweisen. 20% der Beiträge signalisieren Wahrheit, 10% Schönheit und jeweils 4-8% Genuss, Besitz, ein Geheimnis, Zeit und Einzigartigkeit.

Die Verwendung der [Biologischen-Verstärker](#) haben wir mit einem Kreisdiagramm dargestellt. Auf die Branche angepasst, basierte mit 39% ein Großteil der verwendeten Bilder auf dem [Altruismus](#). Weitere 36% nutzen die [Gesundheit](#) als Verstärker.

Diese biologischen Bildverstärker wurden genutzt:

-  Altruismus (39%)
-  Gesundheit, Schutz (36%)
-  Macht, Kontrolle (15%)
-  Ruhe (5%)
-  Nahrung (3%)
-  Sex (2%)



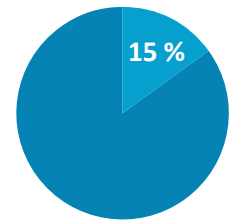
## ▶ BEITRÄGE: INHALT DES BEITRAGES


 **Insgesamt veröffentlichte Beiträge:** 720

Wir haben bewusst einen Betrachtungszeitraum gewählt, in dem die Osterfeiertage, sowie Pfingsten inbegriffen sind. Die in veröffentlichten 720 Beiträge haben wir [nach Inhalten bewertet](#) und folgendes Diagramm erstellt:

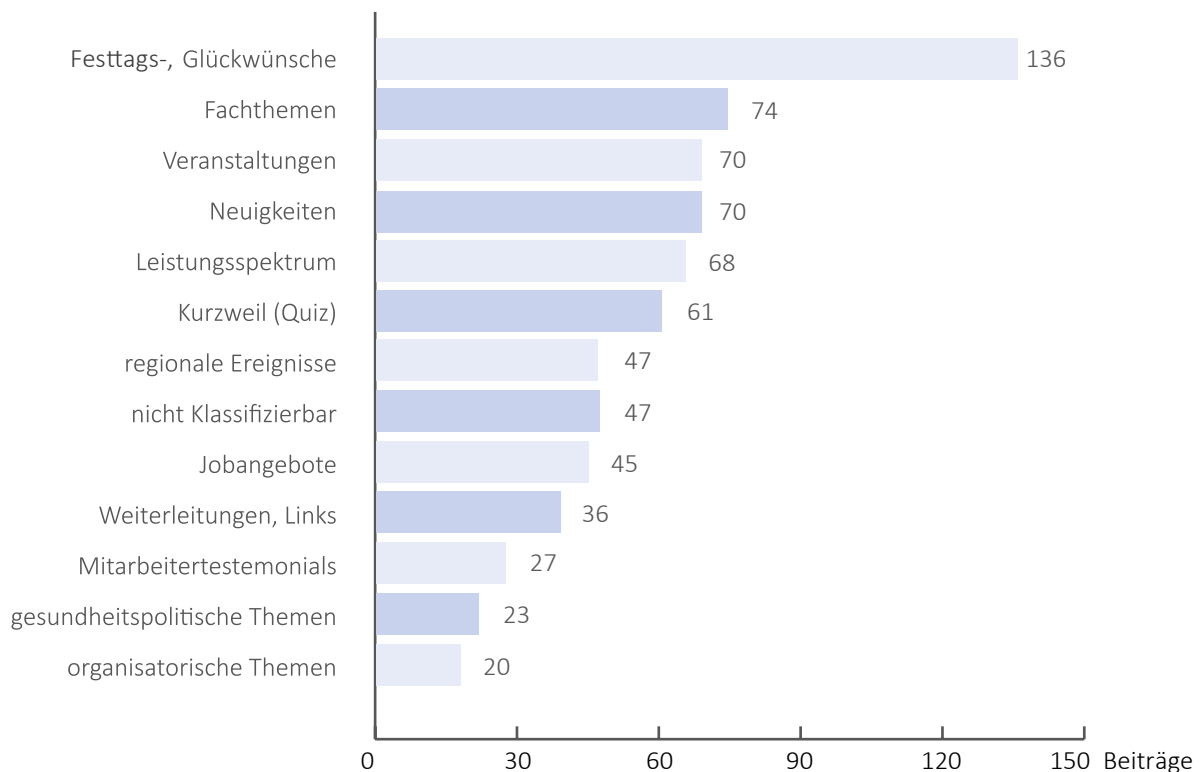
Mit 19 % wurden am häufigsten [Glückwünsche und Festtagsbeiträge](#) geteilt. Veranstaltung, Neuigkeiten, Fachthemen sind mit jeweils 10 % die am zweit häufigsten geteilten Inhalte. Gerne wird auch das Leistungsspektrum beworben.

15 % der Beiträge enthalten eine „[call to act](#)“-Aufforderung. Fast die Hälfte aller Beiträge enthalten einen weiterführenden Link.



 call to act

Anzahl der geteilten Beiträge geordnet nach Inhalten von insgesamt 720 Beiträgen:



### Hinweis:

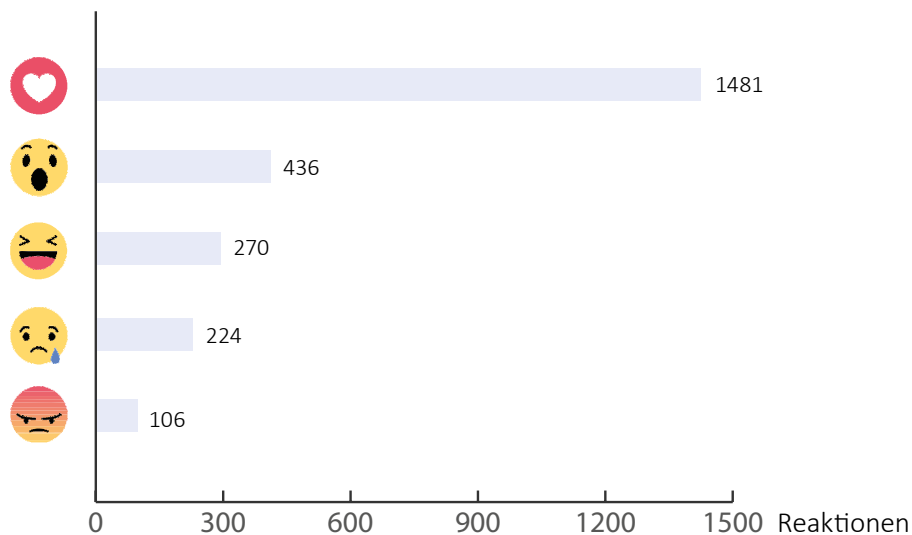
Die [Klinikketten](#) teilen im Vergleich [weniger Mitarbeitertestimonials](#), sowie [regionale Ereignisse](#) und weisen nur selten auf ihr [Leistungsspektrum](#) hin.

## ▶ BEITRÄGE: REAKTIONEN AUF DIE BEITRÄGE

Die veröffentlichten Beiträge erbrachten insgesamt **38750 Reaktionen**. Der herkömmliche „Daumen hoch“ wurde zu 93 % vergeben.

Neben dem Like kann man nun seit einigen Jahren **Emotionen** unter einem Beitrag verwenden. Noch immer wird diese **Funktion selten genutzt**. Sie machen nur 7% der gesamten Reaktionen aus. Hier sehen Sie welche Emotion am meisten Verwendung finden.

Anzahl der verwendeten Emotionen von insgesamt 38750 Reaktionen:



## ▶ NACHWORT

Teilen Sie uns Ihre Fragen oder Anregungen mit!  
Gerne helfen wir Ihnen weiter.

## ▶ KONTAKT

**ID.MED UG** (haftungsbeschränkt)  
Schubertstraße 24 | 01307 Dresden

**Tel.:** 0160 947 146 73

**E-Mail:** kontakt@id-med.de