



Newsletter in der Gesundheitswirtschaft immer wichtiger

Von *FuP Kommunikation*

Erstellt am 4 Aug 2011 - 10:23

Klinikmanager bevorzugen wöchentliche Informationen und sind an Personalien nur wenig interessiert

Newsletter sind für Klinikmanager inzwischen eine unverzichtbare Informationsquelle. Dies ergab eine Umfrage der auf Klinikmarketing und Gesundheitskommunikation spezialisierten Frankfurter Agentur FuP Kommunikations-Management unter 1.000 Klinikmanagern, an der sich 6,7 Prozent der Befragten beteiligte. Überraschende Ergebnisse: die meisten Befragten ziehen wöchentlich erscheinende Newsletter täglichen Veröffentlichungen vor und sind an Personalmeldungen nur wenig interessiert.

So sprachen sich mehr als die Hälfte der kaufmännischen und medizinischen Entscheider in Akut- und Rehakliniken gegen einen täglichen Newsletter aus. Eine Erkenntnis, die manchem Herausgeber zu denken geben dürfte, erscheinen doch drei der fünf wichtigsten Newsletter der Branche täglich. Mögliche Erklärung: „Wer als Manager stark eingespannt ist, hat nicht jeden Tag Zeit, einen Newsletter zu lesen. Wenn man dann zu viele Newsletter ungelesen wegklickt, hat man am Ende das ungute Gefühl, etwas verpasst zu haben. Ein wöchentlicher Newsletter ist da offenbar der bessere Weg“, schlussfolgert FuP-Geschäftsführer Detlef Hans Franke. In die Umfrage einbezogen waren die Newsletter des alle zwei Wochen erscheinenden KMA-Verlags, der wöchentlich erscheinende Newsletter der Zeitschrift KU-Gesundheitsmanagement sowie die täglich erscheinenden Newsletter des Bibliomed-Verlages, der Ärzte Zeitung und von medinfoweb.de.

Nutzwert vor Aktualität

Auf die Frage, welche Eigenschaften ein guter Newsletter vor allem erfüllen muss, wurde an erster Stelle der „Nutzwert“ mit 44 Prozent genannt, gefolgt von „Aktualität“ mit 39 Prozent. „Übersichtlichkeit“ und „Verständlichkeit“ rangieren bei den Befragten mit jeweils unter zehn Prozent weit hinten auf der Bedeutungsskala. Mit der Themenauswahl der Newsletter sind die Befragten überwiegend zufrieden. Sehr wichtig sind Themen wie „Marketing und Kommunikation“ (54 Prozent), „Gesundheitspolitik“ (45 Prozent) und „Management“ (36 Prozent). Für die Themen „Qualitätsmanagement“ sowie „Termine und Veranstaltungen“ rangieren die meisten Antworten in der Mitte der Skala von „überhaupt nicht wichtig“ bis „sehr wichtig“. Erstaunlich, dass nur ein Drittel der Befragten (31 Prozent) an Personalien interessiert sind, obgleich viele Medienmacher davon ausgehen, dass Mediennutzer personalisierte Themen bevorzugen.

FuP Kommunikations-Management GmbH

August-Schanz-Str. 80, 60433 Frankfurt am Main

Fon: 069 / 95 43 16 0, Fax: 069 / 95 43 16 25

Email: info@fup-kommunikation.de [1], Internet: www.fup-kommunikation.de [2]

- [Forschung, Studien und Entwicklung](#)

Quellen URL (aufgerufen am 4 Dez 2021 - 03:33): <https://www.medcom24.de/node/14833>



Links:

[1] <mailto:info@fup-kommunikation.de>

[2] <http://www.fup-kommunikation.de>