

Trendscout

Ungeschminkte Einblicke



Von Martin Schleicher

Eine kurze Bestandsaufnahme über Klinik-Videos: Viele Krankenhäuser verbreiten aktuell Bewegtbilder über YouTube-Kanäle und die sozialen Medien. Meist sieht der Nutzer dann rund zehn Videos, die mal mehr und mal weniger aktuell sind und recht überschaubare Zuschauerzahlen generieren. Eines der Videos ist fast immer ein teuer produzierter Imagefilm, der die Philosophie des Krankenhauses authentisch und ehrlich transportieren soll. Schon an dieser Stelle hakt es aber.

Die derzeit relativ hohen Produktionskosten bei zugleich geringen Marketingbudgets führen dazu, dass jeweils nur wenige solcher Videos erstellt werden können. Mit diesen vereinzelt Videos bieten die Kliniken den Nutzern wenig Mehrwert, da ihre Werke oftmals selbstreferenziell aufgebaut sind und Kliniken und Zentren in den Vordergrund stellen. Die Filme entsprechen oft nicht Formaten, die online üblich sind und die der Nutzer eigentlich erwartet. Die Menschen sind von großen Inszenierungen zunehmend desillusioniert. Sie sehnen sich nach echten, ungestellten Einblicken und der Interaktion mit realen Menschen, die sie ernst nehmen.

Ein digitales Umdenken ist notwendig. Kliniken müssen weg vom klassischen Imagefilm. Ein aktuelle Alternative ist „Mobile Video“, die Videoproduktion mit Smartphones und Tablets, denn die Qualität der verbauten Kameras hat in den vergangenen Jahren stark zugenommen. In Kombination mit dem richtigen Zusatzequipment wie Stativ, externem Mikrofon und LED-Zusatzleuchten, den entsprechenden Tools für die Schnitt- und Post-Produktion sowie dem nötigen Know-how ermöglicht diese Methode eine effiziente, budgetfreundliche Videoproduktion für viele verschiedene Formate. Das beweist zum Beispiel Dr. Joachim Draws, Arzt für Hals-Nasen-Ohren-Heilkunde in Celle. Er hat den YouTube-Kanal „HNORatgeber“ mit inzwischen 55 selbst produzierten Videos, rund 900 Abonnenten und bis dato über 800.000 Aufrufen ins Leben gerufen. In seinem erfolgreichsten Video mit über 180.000 Zuschauern erklärt er, wie man sich die Ohren richtig reinigt. Ein weiteres Beispiel ist die Videoreihe „Frag Ulf“ der Dr. Becker Klinikgruppe. In mittlerweile 18 YouTube-Videos beantwortet Ulf Roggendorff, ehemaliger Patient der Burg-Klinik, Fragen rund um den Patientenalltag in der Klinik: „Wer erfährt von meinem Aufenthalt?“, „Kann ich während der Reha am Wochenende nach Hause fahren?“ und „Gibt es gute Joggingstrecken rund um die Klinik?“. Noch einen Schritt weiter geht der Ansatz „Mobile Livestreaming“, die Videoübertragung mit Smartphones und Tablets in Echtzeit. Facebook Live, Periscope und Co. machen es möglich. Livestreaming an sich ist nicht neu, erlebt momentan jedoch einen enormen Hype. Es eignet sich hervorragend für Blicke hinter die Kulissen, Frage-Antwort-Runden, Konferenzen, Pressekongressen, aber auch für Informationsveranstaltungen.

Ob Mobile Video, Mobile Livestreaming oder eine Kombination aus beidem: Es ist an der Zeit, sich von der „alten“ Videoproduktion zu verabschieden und den aktuellen Gegebenheiten anzupassen. Der Wunsch nach echten Eindrücken, Authentizität als wertvollstem Gut und persönlichen Beziehungen wird weiter zunehmen. Haben Sie den Mut, Altes über Bord zu werfen, neue Wege zu gehen und zu experimentieren!

Der Autor ist Online-Marketing-Experte der Paul Gerhardt Diakonie und bloggt als der „gesundheitswirt“ im Internet.

Autoren dieser Kolumne

Christoph Schäfer
Secorvo Security Consulting GmbH

Martin Schleicher
Paul Gerhardt Diakonie Berlin

Dr. Hajo Reißmann
Universitätsklinikum Schleswig-Holstein

Norbert Ruch
Fachverband für Krankenhauseinkäufer (femak)

Prof. Dr. Thomas Lenarz
Deutsche Gesellschaft für Biomedizinische Technik

Bernd Christoph Meisheit
Sana IT Services

Prof. Dr. Ursula Hübner
Hochschule Osnabrück

Dr. Sebastian Wibbeling
Fraunhofer-Institut für Materialfluss und Logistik IML