

PRESSEINFORMATION

Medizinische Fortbildung goes Social Media

www.my-medical-education.com wird digitale Fach-Community

Neu-Isenburg, Juli 2010 . In puncto medizinische Fortbildung setzen Ärzte zunehmend stärker auf das Internet. Dies gilt sowohl für die individuelle Planung und Auswahl bestimmter Veranstaltungen und Kongresse als auch für die wachsende Bereitschaft, interaktive, Web 2.0 basierte Bildungsangebote wahrzunehmen. Das ergab eine aktuelle Online-Befragung von 206 Allgemeinmedizinern und Fachärzten des Fort- und Weiterbildungsportals www.my-medical-education.com. Besonders hoch im Kurs auch bei den Ärzten: Klassische Community-Module à la Facebook und XING, die sie in Sachen medizinische Fortbildung untereinander noch stärker vernetzen und ihnen die Möglichkeit zum Meinungsaustausch mit Kollegen eröffnen.

Vernetzung statt Segmentierung:

Personal Relations als Zauberwort der Zukunft

Rund 57 Prozent der Ärzte stimmen sich schon bei der Planung ihrer individuellen Fortbildungsmaßnahmen im Vorfeld mit Kollegen ab. 44 Prozent würden deshalb gerne von einer unkomplizierten Weiterempfehlungsfunktion Gebrauch machen. Die auf www.my-medical-education.com bereits vorhandene Möglichkeit, Veranstaltungen zu bewerten, beurteilen 54 Prozent der Befragten als hilfreiche Orientierung. Matthias Haack, geschäftsführender Gesellschafter der Neu-Isenburger Agenturgruppe WEFRA, die auch die Plattform www.my-medical-education.com betreibt, führt aus: „Wir werden die Services auf unserem medizinischen Fachportal entsprechend noch stärker in Richtung Social Network / Social Media ausbauen. Personal Relations so heißt das Zauberwort der Zukunft, wenn es um die möglichst passgenaue Ansprache bestimmter Teilöffentlichkeiten im medizinischen Fachbereich geht.“ Auch weitere interaktive Module wie z.B. Marktforschungs-Tools, E-Learning-Programme und virtuelle Fortbildungen würden derzeit diskutiert und dann sukzessive umgesetzt.



Your complimentary
use period has ended.
Thank you for using
PDF Complete.

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

Mit bereits 11.000 registrierten Ärzten und rund 90.000 erfassten nationalen und internationalen medizinischen Kongressen und Weiterbildungsveranstaltungen ist www.my-medical-education.com das größte medizinische Portal seiner Art weltweit . und damit auch für Kongress-Veranstalter und Anbieter fachlicher Fortbildungen eine interessante Plattform, um ihre Angebote bekannt zu machen. Haack: sVernetzung statt Segmentierung. Vertrauen schaffen als ganzheitliche Aufgabe. Social Media werden auch in der Fachkommunikation ein entscheidender weiterer Draht zur Zielgruppe sein, denn: Ärzte sind heutzutage technisch deutlich besser ausgestattet als noch vor ein paar Jahren.%Laut Umfrage von www.my-medical-education.com besäßen ca. 38 Prozent ein SmartPhone, 75 Prozent ließen sich von einem Navigationssystem steuern, und 25 bzw. 30 Prozent seien Mitglied bei XING oder Facebook. sUnd das nicht etwa nur in der jüngeren, als besonders internetaffin antizipierten Kollegengruppe% so Haack weiter. 82 Prozent der befragten Ärzte seien zwischen 40 und 69 Jahre alt.

Beziehung statt nurí Berührung:

Interaktive Fortbildungsrecherche und -planung im Internet

Mehr als 80 Prozent aller Ärzte suchen aktiv im Internet nach medizinischen Weiterbildungsveranstaltungen. Neben Google sowie den Homepages von Fachgesellschaften und Ärztekammern (beide ca. 60 Prozent) nannten 38 Prozent der Befragten vor allem fachspezifische Portale wie www.my-medical-education.com bzw. die Vorgänger-Plattform www.medizinische-kongresse.de als eine der bevorzugten Informationsquellen, wenn es um die Recherche und Auswahl geeigneter Fortbildungen und Kongresse geht. Generell liegen der Suche in erster Linie fachlich-inhaltliche Gesichtspunkte zugrunde: Neben dem medizinischen Fachgebiet (35 Prozent) suchen rund 32 Prozent der Befragten auch nach bestimmten Themen, für die sie sich besonders stark interessieren. Aber auch die regionale Recherche nach Veranstaltungsorten (18 Prozent) oder das Auffinden von Veranstaltungen innerhalb bestimmter Zeitfenster (16,5 Prozent) spielen eine Rolle.

Die auf den entsprechenden Portalen hinterlegten Informationen sollten, so der breite Konsensus der Befragten, möglichst gut strukturiert, übersichtlich und



*Your complimentary
use period has ended.
Thank you for using
PDF Complete.*

**Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features**

informativ sein: Neben einem detaillierten Programm (78,2 Prozent) und Angaben zu CME-Punkten (42 Prozent) würden ca. 35 Prozent der Befragten Abstracts, PräsentationsSlides und weitere Hintergrundinformationen zu bereits stattgefundenen Veranstaltungen zum anschließenden Download begrüßen. Des Weiteren spielt der Komfort rund um die organisatorische Planung eine entscheidende Rolle: So wünschen sich 64 Prozent der Ärzte zum Beispiel Anmeldeformulare zum Download und die unkomplizierte Kartenbestellung über das Portal. Rund ein Drittel befürwortet die Unterstützung bei Hotelrecherche und -buchung sowie Informationen zur Anreise durch das Portal.

Über die WEFRA Werbeagentur Frankfurt:

Ganzheitliche strategische Kommunikation aus einer Hand, das ist die Philosophie der WEFRA Werbeagentur Frankfurt: Sechs spezialisierte Agenturen, unter einem Dach vereint, sind der Garant für deren nachhaltige Umsetzung. Nahezu 60 Kommunikationsspezialisten in den sechs Tochtergesellschaften, WEFRA Classic, WEFRA PR, WEFRA Media, WEFRA Publishing, WEFRA Consult und WEFRA Digital, stehen für eine Kommunikation aus Leidenschaft.

Pressekontakt:

Silke Schrader
Geschäftsleitung
WEFRA PR Gesellschaft für Public Relations mbH
Tel. +49 (0)69 / 695008-18
Fax +49 (0)69 / 695008-71
www.wefra.de
ssr@wefra.de
Mitteldicker Weg 1 - WEFRA Haus
63263 Neu-Isenburg - OT Zeppelinheim