

Seit kurzem bloggt Monsieur Santé



Bei allgemeinen Fragen zum Krankenversicherungswesen und zum Gesundheitssystem in der Schweiz können sich Versicherte an den Auskunftsschalter von Monsieur Santé wenden.

Am 21. Mai 2012 hat Monsieur Santé das Licht der Welt erblickt. Monsieur Santé ist das Gesicht, mit dem santésuisse sich in den Bereich von Social Media wagt: Im Blog richten sich Mitarbeitende direkt an die Versicherten und schreiben über diverse Themen zum Gesundheitssystem Schweiz und zur Krankenversicherung.

Der Kampf um ein freiheitliches Krankenversicherungswesen mit einem wettbewerblichen System wird in den Köpfen der Menschen entschieden. Ganz deutlich hat man bei Managed Care gesehen, dass dies den Befürwortern der Vorlage nicht gelungen ist. Kommunikation «von oben» über die Köpfe der Menschen hinweg mittels Communiqués und vollgeklebten Plakatwänden ist nicht mehr zeitgemäss. Die Menschen wünschen einen Ansprechpartner auf Augenhöhe. Einen Ansprechpartner, der sie nicht nur auf die Kundendimension reduziert, sondern als mündige Bürger wahrnimmt, deren Stimme auch gehört wird. Der internationale Erfolg der diver-

sen Social Media-Plattformen wie Twitter, Facebook, Google+ ist nicht zuletzt auf genau diesen Umstand zurückzuführen. Darum ist es nicht verwunderlich, dass in der direktdemokratischen Schweiz insbesondere soziale Plattformen für den politischen Meinungs Austausch wie vimentis oder politnetz.ch hoch im Kurs stehen. Bei diesem offenkundigen Bedürfnis setzt santésuisse nun den Hebel an.

Die drei Gesichter von Monsieur Santé

Kern der Social Media-Strategie war es, dem «unpersönlichen Verband ein Gesicht zu geben». So das Credo von Renato Mitra von der MySign AG, welche santésuisse in der Umsetzung unterstützt hat. Mitra, mit seinem apfelblog.ch selbst einer der bekanntesten Blogger der Schweiz, wollte damit ein überraschendes Element in die Kommunikation von santésuisse einbringen, welches man als Internet-Nutzer nicht unbedingt von einem Verband erwartet. Statt Einweg-Kommunikation «von oben», soll in den neuen Medien die Face-to-face-Kommunikation vorherrschen. Das war die Geburtsstunde von Monsieur Santé. Er steht im Zentrum der Strategie. Nachfolgend die drei wichtigsten Bereiche des Social Media-Engagements: Die erste tragende Säule, welche seit dem 21. Mai 2012 steht, ist der «Monsieur Santé»-Blog: Hier berichten Mitarbeiter von santésuisse, tarifsuisse ag und SASIS AG von ihrer Arbeit und zeigen auf, wo und wie die Verbandsarbeit den Versicherten zugute kommt. Zweimal pro Woche erscheint ein neuer Blog-Beitrag in einer der vier Rubriken «Gut zu wissen», «Gut fürs Geld», «Politbühne»

Monsieur Santé im Internet:

- Der Blog findet sich unter www.monsieur-sante.ch
- Auf Twitter kann man @monsieur_sante folgen
- Der Auskunftsschalter unter www.facebook.com/monsieur.sante öffnet im Oktober.

und «Der Durchblick». Neben nützlichen Ratschlägen zur Krankenversicherung und Kommentaren zu aktuellen politischen Entwicklungen und Entscheidungen werden hier auch komplexere Zusammenhänge unseres Schweizer Gesundheitssystems erklärt und den Versicherten aufgezeigt, wie und wo überall durch die Arbeit des Verbands Geld eingespart werden kann, damit die Prämien nicht stärker ansteigen. Zweite Säule der Strategie ist ein Social Media-Monitoring. Bevor man mitredet, sollte man nämlich auch zuhören. Dadurch erfährt man zeitnah, wo überall im Netz gesundheitspolitische Themen diskutiert werden. So ist man in der Lage, künftig als Monsieur Santé in diese Diskussionen auf fremden Blogs und Foren mitzumischen und Aufmerksamkeit für den Blog zu erzeugen. Ab Oktober dann öffnet der Monsieur Santé-Auskunftsschalter auf Facebook, die dritte Säule des Social Media-Engagements. Hier sollen die Versicherten konkrete Fragen zum Gesundheitssystem Schweiz und zur Rolle der Krankenversicherer stellen können.

Dies alles steht im Einklang mit den zwei strategischen Zielen des Verbands: In erster Linie soll das Systemwissen bei der Bevölkerung durch eine klare Positionierung verbessert werden. In zweiter Linie soll die Rolle der Krankenversicherer besser in der Bevölkerung verankert werden und dadurch auch einen Mehrwert für unsere Mitglieder schaffen. Dank Monsieur Santé, dank des Engagements und der Dialogbereitschaft auf den Social Media-Kanälen wird santésuisse als kompetenter und offener Partner der Versicherten wahrgenommen. Dadurch wird nicht zuletzt auch das Branchenimage gesteigert.

Der Blog ist erfolgreich gestartet

Mittlerweile haben mehr als ein Dutzend Mitarbeitende von santésuisse, tarifsuisse ag und SASIS AG über 30 Blogbeiträge geschrieben. Ein Monsieur Santé-Blogger der ersten



Stunde ist auch der stellvertretende Direktor von santésuisse, Stefan Holenstein. Er ist von dem Social Media-Engagement von santésuisse überzeugt und hat die Strategie-Entwicklung in diesem Bereich entscheidend vorangetrieben: «Nur wenn wir uns in den Dialog mit den Menschen in den sozialen Medien einlassen, kann unser Standpunkt auch gehört werden! Ein Abseitsstehen wäre mittlerweile unverantwortlich.» Der Einsatz wird auch belohnt: In den ersten gut zwei Monaten (Ende Mai bis Anfang August) seit dem Start wurde der Monsieur Santé-Blog von über 500 verschiedenen Leserinnen und Lesern insgesamt über 1000 Mal besucht. Wöchentlich entspricht das zurzeit gut 100 Besuchen. Jeder Besucher schaut sich im Schnitt dreieinhalb Artikel an. Zieht man in Betracht, dass der Blog nicht aktiv beworben wurde, kann man mit diesem Start durchaus zufrieden sein.

GREGOR PATORSKI



So präsentiert sich der Blog von Monsieur Santé.



Mit Hilfe von Twitter werden die Blog-Inhalte weiterverbreitet.