

Blogs in der Apotheke: Infotainment für Kunden

von Susann Steidl

In der Februar-Ausgabe der PharmaRundschau haben wir das weite Feld der Social Media angerissen. Dabei haben wir die wichtigsten Begriffe erläutert, die gängigsten Medien vorgestellt und auf deren Risiken und Nebenwirkungen hingewiesen. Diesmal widmen wir uns einem sozialen Medium intensiver: dem Blog. Auch hier gibt es wieder einige Begriffe zu klären, die nicht jedem geläufig sein dürften. Denjenigen, die überlegen, einen eigenen Blog zu starten, bieten wir ein paar Hinweise.

Seit etwa Mitte der 1990er Jahre gibt es Blogs, die damals noch Online-Tagebücher hießen. Internet-Nutzer schrieben darin mehr oder weniger regelmäßig über ihre Erlebnisse. Jorn Barger aus den USA, einer der ersten professionellen Blogger, bezeichnete dieses Phänomen Ende der 1990er als »Weblog«, also als Log-Buch im Internet respektive World Wide Web. Und Peter Merholz, Web-Designer aus San Francisco und ebenfalls einer der Ersten mit einem eigenen Online-Tagebuch, vereinfachte dieses Wort schließlich zum kurzen und knappen »Blog«. Beide Männer bloggen auch heute noch regelmäßig.

Die Blogosphäre – Unendliche Weiten

Kommen wir zu den wichtigsten Begriffen: Laut Duden ist »das Blog« die

Hauptvariante, »der Blog« jedoch eine gültige Nebenvariante, die vor allem in der Schweiz und in Österreich am weitesten verbreitet ist. Wir verwenden ebenfalls die maskuline Form, weil diese unserer Ansicht nach am geläufigsten ist. Derjenige, der Einträge (auch: Posts) in einem Blog veröffentlicht, ist ein Blogger. Seine Posts können dann durch andere oder auch durch ihn selbst kommentiert werden. Posts und Kommentare werden mitunter zu anderen Blogs, aber auch zu anderen Internetadressen verlinkt.

Die Blogs, die ein Blogger gerne liest und auch seinen eigenen Lesern ans Herz legen möchte, veröffentlicht er in der Blogroll, einer listenartigen Linksammlung. Alle Blogs sind also durch Kommentare, Verlinkungen und Blogrolls netzartig miteinander verbunden und bilden die so genannte Blogosphäre.

Wie viele Blogs es aktuell im Internet gibt, kann kaum geschätzt werden, denn sie sind nicht immer eindeutig als solche erkennbar. Im Januar 2010 veröffentlichte heise.de, der meistbesuchte deutschsprachige IT-Newsticker, einen Artikel über den US-Medienexperten Norman Pearlstine, der von weltweit 200 Millionen Blogs ausgeht. Wie viele davon jedoch tatsächlich regelmäßig Posts veröffentlichen, sei dahingestellt. Blogs sind typischerweise davon geprägt, dass ein oder seltener auch mehrere Blogger die Kommunikation individuell gestalten, d.h. sie selbst bestimmen die Themen und auch die Art und Weise der Reflexion darüber.

Wozu bloggen?

Wie bei allen erfolgreichen Medien geht es auch beim Bloggen um ein relativ ausgewogenes Verhältnis von Information zu Unterhaltung. Nicht ver-

gessen sollte man auch die Reichweite des Internets. »Es [Social Media, Anm. d. A.] ist eine interessante Kultur, bei der man seine potenziellen Kunden besser kennenlernen kann als in der Apotheke, weil viele im Netz wesentlich ungezwungener sind. Außerdem ist es ein Marketinginstrument, das mit geringem finanziellen Aufwand hohen Nutzen bieten kann,« erklärt Thomas Anthes, seit 1994 Apotheker und Inhaber verschiedener Apotheken in und um Bremerhaven, seine Beweggründe.

Trotzdem ist es empfehlenswert, sich über die Inhalte Gedanken zu machen und auch den Faktor Zeit nicht außer Acht zu lassen. Thomas Anthes dazu: »Ich blogge seit ca. zwei Jahren auf blog.apothekesander.de anlass- und zeitbezogen, d.h. finde ich ein interessantes Thema, versuche ich, darüber zu bloggen. Es gibt bisher keine positiven oder negativen Favoriten [in Bezug auf die Themenauswahl, Anm. d. A.], wir achten allerdings darauf, dass der Ton stimmt.«

An dieser Stelle passt das alte Sprichwort »Wie man in den Wald hineinruft, so schallt es heraus«, denn nicht umsonst steckt in Social Media »Social«. Verstehen Sie Blogs in erster Linie als Instrument zum Beziehungsmanagement, also zum Ausbau Ihrer Bekanntheit und Kompetenz unter Internetnutzern.

Lust auf einen eigenen Blog?

Der Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien (BITKOM) hat im Jahr 2007 einige Hinweise für Blogger veröffentlicht, mit denen sich jeder Blog-Neuling am Anfang auseinandersetzen sollte. Nachfolgend sind die drei wichtigsten Punkte zusammengefasst:





► Blogs basieren auf Software

Natürlich kann sich jeder seinen eigenen Blog selbst aufbauen. Diverse Software-Anbieter stellen Lösungen zur Verfügung, die vom einfachen Baukasten bis hin zur Fortgeschrittenen-Version reichen, für die Kenntnisse in HTML oder anderen Programmiersprachen nötig sind. Diese oft kostenlos erhältliche Software kann man dann entweder auf einem eigenen Server speichern oder man nutzt einen Dienstleister.

Alle Daten auf einem eigenen Server haben den Vorteil, dass man selbst jederzeit die Kontrolle über seine Daten hat. Aber hierfür sind eben auch der entsprechende Speicherplatz und das technische Know-how vonnöten. Die bekanntesten Anbieter für Blog-Software sind WordPress, Blog.de und Blogger.de. Ihre Programme sind mitunter so intuitiv gestaltet, dass viele sie auch als Content Management System (CMS) verwenden. Der Blog sieht dann von außen wie ein »normaler« Webauftritt aus. Blog-Novizen sollten jedoch mindestens das Internet oder entsprechende Literatur bemühen. Am besten besorgen sie sich Unterstützung von einem Profi.

► Der Kern eines Blogs sind Inhalte

Ein Blog hat nur dann Erfolg, wenn er die Besucher unterhält – und zwar regelmäßig. Damit der Blog nicht verküm-

mert, ist also ständige Pflege nötig. Zu den Inhalten gehören neben Texten vor allem Bilder, Videos und – ganz wichtig – Links zu anderen Internetangeboten. Kommentieren Leser die eigenen Einträge, ist das ein sehr gutes Zeichen.

Im Gegenzug sollte jeder Blogger dann auch auf anderen Blogs kommentieren. Wer sich entschieden hat, mit seiner Meinung online zu gehen, darf die öffentliche Diskussion nicht fürchten. Allzu dreiste Kommentare lassen sich allerdings entfernen.

► Mehr als nur die Kür:

Juristische Formalitäten

Wer seinen Blog beruflich oder kommerziell nutzt, braucht in Deutschland ein Impressum. Außerdem gehört eine Datenschutzerklärung dazu, in der nachzulesen ist, welche Informationen der Blog-Betreiber über die Leser und Kommentatoren seiner Blog-Posts speichert. Die genauen Inhalte sollten am besten mit einem Fachanwalt abgesprochen werden. Inhalte anderer Webseiten ungefragt zu übernehmen, verbietet die Höflichkeit und das Urheberrecht.)

»Zu lesen einmal täglich«

Fragen an »Pharmama«

Seit April 2008 schreibt eine eidgenössisch diplomierte Apothekerin unter dem Pseudonym pharmama.ch über ihre Erlebnisse zwischen Arbeitsalltag und Privatleben. Die Schweizerin ist nicht nur seit mehr als zehn Jahren Pharmazeutin, sondern auch Mutter von »Junior«, ihrem vierjährigen Sohn. Durch ihre Anonymität möchte sie verhindern, dass ihr Blog »mit der Arbeit in der Apotheke in Konflikt kommt«. Bei den Blog-Awards der Medizin-Community DocCheck wurde »Pharmama« sogar schon auf den ersten Platz, also zum schönsten Medizin-Blog gewählt. Für ihren Blog verwendet sie die Software von WordPress.

PhR: Wie kamen Sie zum Bloggen?

Pharmama: Als »Junior« noch sehr klein war, hatte ich nebenher Zeit, zu lesen und etwas im Netz zu surfen. Dabei stieß ich auf ein paar amerikanische Blogs von Apothekern. Ich fand witzig, was ich las, und erkannte mich in einigem wieder. Mein Gedanke: »Das kann ich auch!« Nachdem ich mir das Ganze eine Weile überlegt habe – vor allem, in welcher

Form ich das tun will – fing ich im April 2008 dann an zu bloggen.

PhR: Wie viele Leser haben Sie ungefähr?

Pharmama: Zwischen 1.000 und 1.500 Personen schauen täglich auf meiner Seite vorbei, etwa 400 bis 500 davon regelmäßig. Einige von ihnen hinterlassen regelmäßig einen Kommentar, andere

machen das nur ein-, zweimal. Pro Tag bekomme ich vielleicht 20 Kommentare. Die meisten sind leider schwer dazu zu bringen, etwas zu sagen – dabei freue ich mich über Kommentare! Die sind der Lohn des Bloggens.

PhR: Wie oft bloggen Sie?

Pharmama: Ich veröffentliche täglich ein bis zwei Blogposts. Auch darum habe ich den Blog »Zu lesen einmal täglich« untertitelt. Wann immer ich Zeit habe und mir etwas einfällt, schreibe ich darüber. Dabei schreibe ich voraus, sammle Gedanken, manchmal stichwortartig, und formuliere sie danach aus und um.

PhR: Über welche Themen schreiben Sie?

Pharmama: Ich schreibe hauptsächlich über Begegnungen mit Kunden in der Apotheke – sowohl lustige und ärgerliche, aber auch nachdenklich machende. Zu meinen Themen gehören auch Berichte über Medikamente sowie medikamentenbezogene Probleme und natürlich meine Erfahrungen mit »Junior«.

PhR: Auf welche Themen bekommen Sie die meisten bzw. positivsten Reaktionen?

Pharmama: Ganz klar auf die Beiträge über Kundenbegegnungen. Das dürfte auch für Nicht-Apotheker am interessantesten sein.

PhR: Und welche Themen gehen gar nicht?

Pharmama: Wenn ich wirklich Aufregung im Blog will, dann schreibe ich einen Artikel über die Homöopathie. An der scheiden sich definitiv die Geister. Da gibt es die Befürworter, die sagen »Wer heilt, hat recht«, und dann gibt es die Gegner, für die ist das reiner Humbug, und man solle »als Apotheker das nicht einmal im Sortiment führen dürfen«. Beide sind absolut überzeugt von ihrem Standpunkt und können den anderen oft nicht einfach akzeptieren.

PhR: Haben Sie schon einmal etwas Seltsames, besonders Positives oder auch Negatives durch Ihren Blog erlebt?

Pharmama: Zählt es, wenn ich beispielsweise meine selbstgezeichneten und im Blog veröffentlichten Cartoons auf einmal in Weiterbildungsunterlagen wiederfinde? Diejenigen haben mich nicht um Erlaubnis gefragt, wussten aber auch nicht, dass ich – die Urheberin – im Publikum sitze.

Negatives hatte ich bisher noch nicht und hoffe, dass das so bleibt. Die Blogger-Community und die Kommentatoren habe ich bisher als sehr angenehm und teilweise wirklich lehrreich empfunden.

PhR: Nutzen Sie auch andere Soziale Medien und wenn ja, welche und warum?

Pharmama: Ich habe jeweils einen Account bei Facebook und Twitter, die ich vor allem dazu nutze, meinen Blog bekannter zu machen. Vor allem Facebook könnte man meiner Meinung nach auch nutzen, um die Apotheker mehr zusammenzubringen. Da gibt es doch einige in unserem Beruf, nicht nur in der Offizin, sondern auch in der Industrie und Registrierung, und irgendwie fehlt noch so eine Community, über die man ungezwungen (und rasch) Erfahrungen austauschen oder Aktionen aufstellen kann.

PhR: Können Sie Blogs oder Profile von anderen Apothekern empfehlen?

Pharmama: Ich lese andere Pharma-Blogs, allerdings hauptsächlich englischsprachige, einfach weil es kaum deutschsprachige Apotheker-Blogs gibt. Es gibt einige Apotheken, die Blogs auf ihrer Homepage haben, aber die sind sehr eingeschränkt in dem, was sie da bringen dürfen: keine Werbung für rezeptpflichtige Sachen und bloß keine falschen Heilversprechen. Nicht, dass ich das mache, aber ich erwähne doch Produkte in meinem Blog und meine Meinung dazu. Auch schreiben sie nicht über Begegnungen mit Kunden, denn

das wäre gegen die Schweigepflicht. Das ist auch ein Grund, warum ich unter einem Pseudonym blogge – damit die Anonymität meiner Kunden gewahrt bleibt. Und es ist natürlich so: Jeder, der seine persönliche Meinung in die Öffentlichkeit stellt – ins Netz – wird auch angreifbar.

PhR: Was gefällt Ihnen an den Sozialen Medien?

Pharmama: Einerseits geben sie mir die Möglichkeit, sehr einfach eine Vielzahl Menschen zu erreichen – Apotheker und solche aus ähnlichen Berufssparten, mit denen ich Erfahrungen austauschen kann und auch immer Neues lerne. Andererseits geben sie mir aber auch die Möglichkeit, die Arbeit in der Apotheke und das, was wir tun, einem breiteren Publikum zu zeigen. Selbst wenn man Kunde in der Apotheke ist, sieht man doch bei Weitem nicht alles von unserer wirklichen Arbeit, den Arzneimittelproblemen, den Gesetzen, Krankenkassenvorschriften etc.

PhR: Und was stört Sie an Sozialen Medien?

Pharmama: Wenig. Wie gesagt waren meine Erfahrungen bisher weitgehend positiv. Natürlich gibt es immer solche, die meinen, die angebliche Anonymität des Internets dazu nutzen zu müssen, sich von der schlechtesten Seite zu zeigen, zu beleidigen, wenn jemand nicht gleicher Meinung ist, aber das sind eher die bedauernswerten Ausnahmen.

PhR: Können Sie unseren Lesern etwas mit auf den Weg geben, wenn sie sich dem Thema Soziale Medien nähern möchten?

Pharmama: Ja, mehr Mut!

PhR: Herzlichen Dank für Ihre Antworten, »Pharmama«.