

Content Marketing im Gesundheitswesen

Infobrief



Werbung im Gesundheitswesen – nicht alles ist erlaubt

Angebote im Healthcare-Bereich unterliegen bestimmten gesetzlichen Regelungen, die sicherstellen sollen, dass die Patientinnen und Patienten geschützt sind vor falschen Heilsaussagen und zu großen Versprechen.

Diese Grenzen setzen Anbieter im Healthcare-Bereich vor bestimmte Herausforderungen, gilt es doch, die Vorgaben zu beachten und dennoch wirksam das eigene Angebot zu bewerben.

Content Marketing als Lösung für das Gesundheitswesen

Der [Bundesverband Medizintechnologie e.V.](#) weist schon 2013 darauf hin: „[...] So ist [...] in der Publikumswerbung auch die objektive und nicht irreführende Werbung mit Aussagen von Patienten (Testimonial-Werbung) zulässig. Auch das Verbot der Verwendung von fremd- und fachsprachlichen Bezeichnungen in der Publikumswerbung ist für Medizinprodukte entfallen! Möglich sind auch Krankengeschichten, Personen in Berufskleidung und bildliche Darstellungen von Krankheiten, Wirkungsvorgängen oder Vorher-Nachher-Vergleichen.[...]“

In die Sprache des Marketings übertragen, bedeutet das: Content Marketing für Medizinprodukte ist zulässig.

Content Marketing im Healthcare-Bereich schnell und effektiv realisieren

Informieren Sie über Erkrankungen und Risiken und schreiben Sie über vorsorge- und Behandlungsmöglichkeiten.

Schreiben Sie z.B. auch, wie Patienten über Ihre Produkte denken. Informieren Sie rund um Ihr Angebot über die entsprechenden Erkrankungen und stützen Sie sich auf Studien und Erfahrungsberichte.

Sie generieren so wertvollen Content, mit dem Sie Aufmerksamkeit im Internet erzeugen können.

Content Seeding – Eine effektive Verbreitung sicherstellen

Die schnellste und effektivste Form des Content Marketings ist es, Artikel auf kostenlosen Portalen zu platzieren.

Stellen Sie die effektive und effiziente Verbreitung auf möglichst vielen Portalen sicher, damit möglichst viele Ihre Beiträge finden und lesen. Dabei unterstützt Sie PR-Gateway.

[PR-Gateway veröffentlicht automatisch Ihre Beiträge auf den kostenlosen Portalen.](#) Sie wählen Ihre gewünschten Portale aus dem PR-Gateway Netzwerk mit über 250 Artikel-, News- und Regionalportalen, Social Media und Dokumenten-Netzwerken.

Starten Sie jetzt und testen Sie PR-Gateway kostenlos. Versenden Sie einen Beitrag auf so vielen Portalen wie Sie möchten und prüfen Sie die Ergebnisse mit dem Premium-Report, den Sie im Test ebenfalls kostenlos erhalten.

Kundenbeispiel für erfolgreiches Content Marketing – Linda AG



Die Linda AG, Dachmarke für eine der größten Apotheken-Ketten im deutschsprachigen Raum, arbeitet schon seit einiger Zeit erfolgreich mit Content Marketing. [Lesen Sie in der Fallstudie, wie die Linda AG dabei vorgeht.](#)

Im [Video-Interview](#) bezieht Vanessa Bandke, Kommunikationschefin der Linda AG, Stellung zu deren Ansatz.



Jetzt anmelden und den 1. Artikel kostenlos versenden

Ja, ich möchte PR-Gateway jetzt kostenlos testen

Sie stellen Ihren Artikel 1x ein. Mit nur 1 Klick ist Ihr Artikel sofort online.

Schnittstellen zu über 250 Portalen: Themenportale, Regionalportale, Newsportalen und RSS-Portale

Inklusive Social Media: Xing, LinkedIn, Google+, Facebook, Twitter, Storify, Pinterest und 7 weitere

inklusive Online-Zeitungen und Dokumenten-Netzwerke: Issuu, Calameo und 4 weitere

Umfangreiches Reporting

Sprechen Sie uns an:
+49 2181 7569-277
kundenservice@pr-gateway.de

*Ihr Klaus Renz,
PR-Gateway Kundenberater*



Impressum

ADENION GmbH
Merkatorstraße 2, 41515 Grevenbroich
Tel: + 49 2181 7569-266 | Fax: + 49 2181 7569-199
Web: adenion.de, E-Mail: frage@adenion.de

Vertretungsberechtigte Geschäftsführer:
Dipl. Ing. Andreas Winkler, Melanie Tamblé M.A
HRB 8141 | Amtsgericht Mönchengladbach
USt-IdNr: DE-813248743