

Medizinjournalismus: Der informierte Patient

25.05.2016, 11:37 | Gesundheit & Medizin

Pressemitteilung von: *DocCheck AG*

Köln, 24.05.2016 – Der Medizinjournalismus ist in Bewegung. Das stellten die knapp 100 Teilnehmer beim DocCheck-Event „MedMen“ in Mannheim fest. Der Mix aus Journalisten, Pharma-Marketeers, Ärzten und Patienten sorgte für spannende Diskussionen über die Veränderungen in der Healthcare-Kommunikation.

Wie beeinflusst Dr. Google die Arzt-Patienten-Beziehung? Welche Tools helfen Journalisten und Ärzten, sich von alten Kommunikationsmustern zu lösen? In insgesamt vier Themen-Tracks diskutierten die Teilnehmer in Mannheim über diese und weitere aktuelle Fragen der Medizinkommunikation.

Nach der Begrüßung durch den Initiator Dr. Frank Antwerpes bot die Keynote Speech der US-Internistin, Notärztin und Bloggerin Patricia Salber den Auftakt der Veranstaltung. Sie gab Einblicke in die Social Media-Strategie ihres Blogs „The Doctor Weighs In“ und die wichtigsten Erfahrungen der vergangenen Jahre.

Ein weiteres Highlight war die anschließende Roundtable-Diskussion zum Thema „Information und Desinformation in der Patientenkommunikation“. Ärzte und Journalisten im Healthcare-Bereich stehen immer mehr in direkter Konkurrenz zu Dr. Google; das Machtgefüge in der Medizinkommunikation verschiebt sich. Und die Teilnehmer der Diskussionsrunde waren sich einig: Die Kennzeichnung seriöser und unabhängiger Quellen für Patienten wird immer wichtiger. Denn nur so kann im Netz kursierenden Fehlinformationen entgegen gewirkt werden.

Weitere Vorträge kamen unter anderem von Arzt und Vlogger Dr. med. Johannes Wimmer, paper.li-CEO Edouard Lambelet, den Patientenbloggern Benni Wollmershäuser, Jana Seelig und Janine Schmidt sowie den YouTube-Vloggerinnen „MedFreak“ und „KrankeSchwester“.

Der stilechte Whisky danach markierte schließlich den Ausklang eines gelungenen Events und bot Teilnehmern und Speakern noch einmal die Gelegenheit zum Austausch. Sein Debut feierte MedMen im Jahr 2015 und auch 2017 wird es eine dritte MedMen Veranstaltung geben. Mehr Informationen sowie weiteres Bild- und Videomaterial gibt es auf der Webseite: www.medmen2016.de. Medien-Kooperationspartner des Events waren Pharma Relations und Healthcare Marketing.

Portrait

DocCheck – das Social Medwork

Netzwerken für eine bessere Medizin: Durch einfachen Zugriff auf medizinisches Wissen und direkten fachlichen Austausch in der Community hilft DocCheck Gesundheitsdienstleistern, ihr Know-how zu vertiefen und ihre tägliche Arbeit zu verbessern.

Über 1.000.000 registrierte Nutzer „medworken“ bereits mit. Damit ist DocCheck die mitgliederstärkste Community für medizinische Fachberufe in Europa. Nahezu jeder zweite Arzt oder Apotheker in Deutschland ist DocCheck Nutzer.

Zu den wichtigsten Geschäftsmodellen von DocCheck zählen Social Media Marketing, Direktmarketing, Marktforschung und Co-Creation. Eine stetig wachsende Anzahl von Pharma-, Healthcare- und Medizintechnikfirmen nutzt die Möglichkeit, Zielgruppen ohne Streuverluste anzusprechen.

News-ID: 904898 • Views: 715 (Stand: 03.06.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/904898/Medizinjournalismus-Der-informierte-Patient.html>