

Spital-Event der ARGUS DATA INSIGHTS Schweiz AG

Wenn Spitäler auf smarte Medienarbeit setzen

Vom Pressespiegel mit Schere und Klebstift bis zum KI-gestützten Tool in Echtzeit: Die Medienarbeit im Gesundheitswesen hat einen weiten Weg hinter sich. Beim Spital-Event von ARGUS DATA INSIGHTS und Medviu wurde deutlich, wie Spitäler heute kommunizieren – und wie die nächste Generation von Media-Intelligence-Lösungen aussieht.

Wie verändert sich Medienarbeit im Gesundheitswesen, wenn plötzlich Künstliche Intelligenz mitredet und neue digitale Plattformen den Dialog mit der Öffentlichkeit auf ein neues Niveau heben? Antworten darauf gab es, als ARGUS DATA INSIGHTS Schweiz und ihre Tochterfirma Medviu AG Kommunikationsfachpersonen aus Spitälern der Deutschschweiz zum grossen Spital-Event ins ARGUS-Haus nach Zürich einluden.

KI-Services und branchenspezifisches Know-how

An der Seite von Iva Siracusa, Key Account Managerin bei ARGUS,

begrüsste Medviu-Teamleader Tobias Walt die zahlreich erschienenen Gäste. Medviu wurde im Mai 2024 in die ARGUS-Gruppe integriert und spezialisiert sich seit der Gründung vor 27 Jahren auf Medienmonitoring im Schweizer Gesundheitswesen. Zu den über 150 Kunden zählen neben Spitälern und Klinikgruppen auch Verbände, Behörden, Krankenkassen und Pharmaunternehmen. Obwohl die Qualität der Medviu-Dienstleistungen von der Kundenschaft seit jeher hochgeschätzt wird, gilt es, mit den Innovationen rund um Künstliche Intelligenz Schritt zu halten. Die Integration in die ARGUS-Gruppe erweist sich hier als Glücksfall: Sie verbindet

Medienbeobachtung und Media Intelligence mit den Möglichkeiten der KI. Medviu-Kunden profitieren dadurch von den technologischen Lösungen von ARGUS, ohne auf das branchenspezifische Wissen von Medviu verzichten zu müssen.

Nach einem Exkurs über die Geschichte der ARGUS und der Medienbeobachtung im Allgemeinen durch Roger Alig, Chief Group Media Intelligence Officer, folgte das Highlight des Nachmittages. Verantwortlich dafür zeichnete Gian Trionfini, Mediensprecher der Solothurner Spitäler AG. Mit einem Augenzwinkern erzählte er von seiner ersten Begegnung mit Medienbeobachtung, damals bei den Bernischen Kraftwerken BKW. Ein adretter, pensionierter Kollege schnitt Artikel aus, klebte sie sorgfältig ein und verteilte dicke Pressespiegel.

AUGURE öffnet neue Perspektiven

Wie weit der Fortschritt seitdem reicht, demonstrierte Trionfini gleich live anhand des Engagement-Tools AUGURE von ARGUS. Dieses lässt sich nahtlos in Microsoft Teams integrieren und vereint zentrale Kontaktverwaltung, zielgruppenspezifisches E-Mail-Design mit professionellen Vorlagen, KI-gestützte Unterstützung und umfangreiche Tracking-Funktionen. Auf Wunsch kann zudem eine Datenbank mit rund 23000 Einträgen von Medienschaffenden genutzt werden.

Vor den Augen des Publikums erstellte Trionfini eine reale Medienmitteilung, passte sie an und programmierte den Versand. «Eine Medienmitteilung erstelle und sende ich mit acht Klicks», erklärte er. «Auch wenn ich nicht jeden Tag im Tool arbeite, geht es sehr

flüssig, weil der Ablauf logisch ist. Bilder einfügen, Testversand, Terminierung und raus damit. Die Usability ist hoch». Der grosse Vorteil sei aber nicht nur die Effizienz, sondern auch die Transparenz. «Ich sehe auf einen Klick, wer die Mail erhalten, geöffnet hat und worauf geklickt wurde. Wenn jemand sagt, er habe nichts bekommen, kann ich heute sauber das Gegenteil belegen. Diese Sicherheit hatten wir vorher schlicht nicht.»

Künftig noch schneller auf Draht sein

Zum Abschluss des Events richtete Slavko Vasic, Chief Product & Marketing Officer bei ARGUS DATA INSIGHTS, den Blick nach vorn. Mit ARGUSintelligence, das in den kommenden Wochen lanciert wird, sollen Kommunikationsverantwortliche künftig relevante Nachrichten schneller filtern, Trends frühzeitig erkennen und Stakeholder-Beziehungen gezielter pflegen können.

Das Fazit: Die Mischung aus Praxisnähe, innovativen Tools und spannenden Zukunftsaussichten überzeugte die Teilnehmenden auf ganzer Linie, wie sich beim anschliessenden Apéro zeigte. Tradition und digitale Innovation ergänzten sich bei diesem Event, Expertise und Austausch griffen ineinander.

Weitere Informationen

www.medviu.ch
www.argusdatainsights.ch

Gian Trionfini, Mediensprecher der Solothurner Spitäler AG, bereitete als zufriedener Nutzer vor den Augen des Publikums eine Medienmitteilung im Engagement-Tool AUGURE auf.

