

# **Beispiel-Exposé für eine Bachelorarbeit**

**Bereich: Kommunikationswissenschaft**

**Art: empirische Arbeit (Inhaltsanalyse)**

**Titel:**

**(D) Wie niederländische Krankenhäuser ihre kleinsten Kunden ansprechen.**

Eine Inhaltsanalyse der Onlinekommunikation für Kinder auf ausgewählten niederländischen Krankenwebsites.

**(E) How Dutch hospitals address their smallest customers.**

A content analysis of the online communication for children on selected Dutch hospital websites.

## 1. Problemstellung

Das niederländische Krankenhaussystem befindet sich in einem Ökonomisierungsprozess.<sup>1</sup> Die Beständigkeit eines „Unternehmens Krankenhaus“ ist immer stärker verbunden mit dessen Marktfähigkeit. Das Krankenhaus muss daher Marketing- und PR-Aufgaben übernehmen und mit seinen vielgestaltigen Bezugsgruppen *kommunizieren*, um Beziehungen langfristig aufrecht zu halten und seinen Platz im Gesundheitswesen zu legitimieren. An erster Stelle stehen hierbei die Patienten und deren Angehörige, also die „Hauptzielgruppe, für die der Akteur arbeitet und die der Arbeit ihren Sinn gibt.“<sup>2</sup> Diese Bezugsgruppe wiederum umfasst potentiell alle Individuen in der Gesellschaft, egal in welcher Altersklasse. So sind auch Kinder der Zielgruppe eines jeden Krankenhauses, als Patient und auch als Angehöriger.

Gleichzeitig ist das Kommunikationsmanagement des „Unternehmens Krankenhaus“ konfrontiert mit den verschiedenen Kommunikationskanälen, die bedient werden können bzw. müssen. So ist der Bereich der Onlinekommunikation in der heutigen Zeit obligatorischer Bestandteil der externen Kommunikation eines jeden Unternehmens geworden. Da die mediennutzende bzw. konkret internetnutzende Bevölkerung immer jünger wird<sup>3</sup>, wird es zunehmend auch Aufgabe von Organisationen bzw. Unternehmen mit der Zielgruppe „Kind“, Informationen bzw. Bildungsressourcen kindgerecht online aufzubereiten.

Dass Kommunikationsverantwortliche vieler niederländischer Krankenhäuser dies offensichtlich erkannt und Informationsangebote für ihre jüngste Zielgruppe anbieten, war Teil des Ergebnisses des Forschungsprojektes „Organisationskommunikation im Krankenhaus. Die Niederlande und Deutschland im Vergleich“<sup>4</sup>, das von Januar 2014 bis März 2015 unter Leitung von Dr. Lisa Terfrüchte am Zentrum für Niederlande-Studien durchgeführt wurde. Das Projekt beschäftigte sich mit oben genannten (Online-)Kommunikationsaufgaben der niederländischen und deutschen Krankenhäuser im Vergleich. Dabei wurde eine Vollerhebung der In-

---

<sup>1</sup> Vgl. Götze, Ralf, *The changing role of the state in the Dutch healthcare system*, TranState working papers, No.141, 2010, S.35ff, online unter <http://www.econstor.eu/bitstream/10419/43883/1/641465491.pdf>, eingesehen am 20.07.2015.

<sup>2</sup> Roski, Reinhold, *Akteure der Gesundheitskommunikation und ihre Zielgruppen*, in: Hurrelmann, Klaus/Baumann, Eva, *Handbuch Gesundheitskommunikation*, Bern 2014, S. 351.

<sup>3</sup> Ólafsson, Kjartan / Livingstone, Sonia/Haddon, Leslie et al., *Children's Use of Online Technologies in Europe. A review of the European evidence base*, EU Kids Online 2013, S. 24, online unter [http://eprints.lse.ac.uk/50228/1/\\_\\_\\_Libfile\\_repository\\_Content\\_Livingstone%2C%20S\\_Children%E2%80%99s%20use%20of%20online%20technologies%20in%20Europe%28Isero%29.pdf](http://eprints.lse.ac.uk/50228/1/___Libfile_repository_Content_Livingstone%2C%20S_Children%E2%80%99s%20use%20of%20online%20technologies%20in%20Europe%28Isero%29.pdf), eingesehen am 15.07.2015.

<sup>4</sup> Zentrum für Niederlande-Studien und lege artis. Publizistik, Kommunikation & Beratung, *Organisationskommunikation im Krankenhaus. Die Niederlande und Deutschland im Vergleich*, Münster 2015, online unter [https://www.uni-muenster.de/HausDerNiederlande/zentrum/forschung/forschungsprojekte/terfruechte\\_organisationskommunikation.html](https://www.uni-muenster.de/HausDerNiederlande/zentrum/forschung/forschungsprojekte/terfruechte_organisationskommunikation.html), eingesehen am 15.07.2015.

ternet- und Social Media-Auftritte aller Krankenhäuser 65 Kilometer westlich und östlich der deutsch-niederländischen Grenze realisiert. Ein überraschendes Ergebnis des Forschungsprojektes war die Existenz der expliziten Zielgruppenansprache von Kindern auf einem Großteil der niederländischen Krankenhauswebsites. Von den 43 im Forschungsprojekt analysierten Websites war dies bei über 50% der Fälle gegeben. Konkret sind dies 24 Krankenhäuser. Auf deutscher Seite fanden sich bei einer Gesamtheit von 231 analysierten Websites nur dreimal direkte Ansprachen für Kinder. Da die geringe Anzahl von deutschen Krankenhauswebsites mit der Zielgruppenansprache Kind keine gute Vergleichbarkeit der Länder zulässt, wird in der vorliegenden Arbeit ausschließlich die niederländische Seite analysiert.

Der erste Pretest, der im Rahmen des Forschungsprojektes durchgeführt wurde und der erste qualitative Kategorisierungen der Inhalte der niederländischen Kinderseiten<sup>5</sup> beinhaltet, bietet eine Grundlage für die weitere Untersuchung der Zielgruppenansprache „Kind“ auf niederländischen Krankenhauswebsites.

Die vorliegende Arbeit beschäftigt sich daher mit oben beschriebener Thematik: Den Online-Angeboten für Kinder der niederländischen Krankenhäusern aus unternehmenskommunikativer Perspektive.

## 2. Forschungsstand

Die Thematik, mit der sich die Bachelorarbeit beschäftigt, ist multidisziplinär. Auf der einen Seite soll kommunikationswissenschaftlich argumentiert und das Krankenhaus als Organisation, die sich auch in den Niederlanden immer weiter ökonomisiert bzw. wettbewerbsorientiert, betrachtet werden. Daher ist der Forschungsstand zum Thema *Unternehmenskommunikation* im Allgemeinen und *Online-PR*, bzw. *Onlinekommunikation* im Besonderen für den Grundlagenteil vor meiner empirischen Forschung maßgebend. In diesem Bereich gibt es vielerlei Forschungsliteratur, herauszuheben sind hier die Arbeiten von Prof. Dr. Ansgar Zerfaß<sup>6</sup> (Unternehmenskommunikation, Online –PR) und Prof. Dr. Ulrike Röttger<sup>7</sup> (PR). Wenn es um die externe Kommunikation von Krankenhäusern geht, ist die *Gesundheitskommunikation*, zu der es ebenfalls eine Vielzahl an Publikationen gibt, ein weiterer kommunikationswissenschaftlicher Zweig, auf den aber aus forschungsökonomischen Grün-

---

<sup>5</sup> Unter dem Begriff „Kinderseite“, oder synonym verwendet „Kinderwebsite“, wird in der Arbeit diejenige Internetseite verstanden, die sich nach Klicken auf die Zielgruppenorientierung für Kinder öffnet. Genauere Informationen finden sich in der Bachelorarbeit im Kapitel 4.

<sup>6</sup> Vor allem: Zerfaß, Ansgar/Piwinger, Manfred (Hrsg.): *Handbuch Unternehmenskommunikation*, Wiesbaden 2014.

<sup>7</sup> Röttger, Ulrike; Preusse, Joachim; Schmitt, Jana, *Grundlagen der Public Relations. Eine kommunikationswissenschaftliche Einführung*. Wiesbaden 2011.

den nur am Rande eingegangen wird. Zur spezifischen zielgruppengerechten Gesundheitskommunikation bieten die Veröffentlichungen von Reinhold Roski<sup>8</sup> eine gute Basis.

Auf der anderen Seite setzt sich die Arbeit mit der Onlinekommunikation für Kinder auseinander, die im Bereich Krankenhauskommunikation informativer bzw. teilweise sogar lehrender Art ist. Hier ist der allgemeine Bereich der *Medienpädagogik* bzw. konkreter selbst die *Mediendidaktik* relevant. Einen guten Überblick gibt hier Prof. Dr. Michael Kerres, der mit seiner Publikation *Mediendidaktik*<sup>9</sup> eine sehr ausführliche Übersicht zur Thematik gibt und als Wegbereiter im Bereich des E-Learning gilt.

Die Thematik *Kinder im Netz* wird vor allem im Hinblick auf die Risiken des Internets (v.a. Social Media: Cyberbullying, Sexting) für Jugendliche untersucht<sup>10</sup>. Forschungsliteratur zum konkreten Gegenstand „Kinderwebsites“ bzw. „Online-Content für Kinder“ ist nicht besonders frequentiert zu finden, jedoch sind Publikationen zu nennen, die als Basis für die empirische Forschung dienen. Auf der einen Seite ist das eine internationale Studie, die im Rahmen der 2011 stattfindenden internationalen Konferenz zum Thema „Ergonomics and Health Aspects of Work with Computer“ von Wissenschaftlern aus Groß-Britannien und Taiwan durchgeführt wurde. Die zwei Forscher untersuchten Online-Gesundheitsinformationsseiten (eHealth-Websites) für Kinder. In ihrer komparativen Studie<sup>11</sup> verglichen sie mithilfe einer Inhaltsanalyse die Internetseiten in Ost und West (China, Taiwan und Groß-Britannien, USA). Das von ihnen entwickelte Kategoriensystem wird für meine Studie adaptiert.

Im Europäischen Kontext wurde ebenfalls 2011 das multinationale und fortlaufende Forschungsnetzwerk *EU Kids Online* ins Leben gerufen, das seither die Voraussetzungen und Sicherheit für Kinder im Internet untersucht. Einige der Publikationen in der Database dieses Forschungsnetzwerkes sind für das Grundlagenkapitel 3 der vorliegenden Arbeit von Bedeutung. Für die Empirie sind aber vor allem Texte des thematische Netzwerks *POSCON – Posi-*

---

<sup>8</sup> Hier von Bedeutung: Roski, Reinhold, *Akteure der Gesundheitskommunikation und ihre Zielgruppen*, in: Hurrelmann, Klaus/Baumann, Eva, *Handbuch Gesundheitskommunikation*, Bern 2014, S. 348-359.

<sup>9</sup> Kerres, Michael, *Mediendidaktik. Konzeption und Entwicklung Mediengestützter Lernangebote*, 4. Auflage, München 2013.

<sup>10</sup> Vgl. Ólafsson, Kjartan / Livingstone, Sonia/Haddon, Leslie et al., *Children's Use of Online Technologies in Europe. A review of the European evidence base*, EU Kids Online 2013, online unter [http://eprints.lse.ac.uk/50228/1/Libfile\\_repository\\_Content\\_Livingstone%2C%20S\\_Children%E2%80%99s%20use%20of%20online%20technologies%20in%20Europe%28Isero%29.pdf](http://eprints.lse.ac.uk/50228/1/Libfile_repository_Content_Livingstone%2C%20S_Children%E2%80%99s%20use%20of%20online%20technologies%20in%20Europe%28Isero%29.pdf), eingesehen am 12.07.2015, S. 20.

<sup>11</sup> Hung, Yah-Ling/Stones, Catherine, *A Comparative Study of Children's eHealth Design between East and West: A Case Study of Children's Health Websites in China, Taiwan, the UK, and the US*, in: Robertson, Michelle M. (Hrsg.), *Ergonomics and Health Aspects of Work with Computers*, Orlando 2011, online unter [http://link.springer.com/chapter/10.1007%2F978-3-642-21716-6\\_14#page-1](http://link.springer.com/chapter/10.1007%2F978-3-642-21716-6_14#page-1), eingesehen am 12.06.2015.

*tive Online Content and Services for Children in Europe* relevant. POSCON entwickelte im Rahmen des *EU Kids Online*- Projektes aus seinen Forschungsergebnissen sehr konkrete Richtlinien für positiven Inhalt auf Kinderseiten.

Eine weitere Disziplin ist im Bereich der Website-Analyse noch zu nennen: Mediendesign. Um die niederländischen Kinderseiten analysieren und ggf. bewerten zu können, ist auch in diesem Gebiet eine –aus forschungsökonomischen Gründen nur relativ oberflächliche - theoretische Grundlage zu schaffen. Hier sind die Publikationen von Prof. Torsten Stapelkamp zu nennen, die als Basis dienen.

### **3. Zentrale Fragestellung**

Aus der Problemstellung leitet sich folgende Forschungsfrage ab: *Auf welche Weise werden Kinder als Zielgruppe des Krankenhauses auf niederländischen Krankenhauswebsites angesprochen?* Diese relativ allgemeine Fragestellung wird durch die geplante Vorgehensweise und durch die Erarbeitung eines Kategoriensystems im empirischen Teil konkretisiert.

### **4. Vorgehensweise (Gliederung, Argumentationsaufbau und Methoden)**

Im Folgenden soll die Gliederung kurz dargestellt werden, die den Aufbau der Bachelorarbeit verdeutlichen soll. Die Grundlagenkapitel des Inhaltsverzeichnis (2. und 3.) leiten sich aus der empirischen Forschung und dem dazugehörigen Codebuch ab.

#### **Gliederung:**

1. Einleitung (4 Seiten)
2. Die Onlinekommunikation des Krankenhauses für die Zielgruppe Kind (ca. 8-9 Seiten)
  - 2.1. *Organisationskommunikation von Krankenhäusern: Onlinekommunikation (5 Seiten)*
  - 2.2. *Die Zielgruppe Kind in der mediatisierten Umwelt (4 Seiten)*
3. Das Kind und das Medium Internet (ca. 8-9 Seiten)
  - 3.1. *Das (niederländische) Kind als aktiver Nutzer des Internets (2 Seiten)*
  - 3.2. *Mediendidaktik und E-Learning (3 Seiten)*
  - 3.3. *Webdesign: Informationsdesign, Multimedia Design und Interface Design (4 Seiten)*
4. Die qualitativ- quantitative Inhaltsanalyse (3-4 Seiten)
5. Die Zielgruppenansprache Kind auf niederländischen Krankenhauswebsites (18 Seiten)
  - 5.1. *Die inhaltliche Dimension*
  - 5.2. *Die Dimensionen Informationsdesign, Multimedia Design, Interface Design*

5.3. *Typisierung der Zielgruppenansprache Kind (anhand der Ergebnisse: Vorstellung pro Prototyp)*

6. Fazit (4-5 Seiten)

7. Niederländische Zusammenfassung (5 Seiten)

8. Literaturverzeichnis

9. Anhang

- Codebuch
- Ankerbeispiele zum Codebuch
- CD-ROM mit Datensatz (beigelegt)

**Methodik:**

Um die durchaus breit zu fassende zentrale Fragestellung der Arbeit möglichst objektiv beantworten zu können, bedarf es eines analytischen Instrumentes, das fixierte Kommunikation (die Inhalte der Kinderwebsites) systematisch analysiert. Hierfür ist die *Inhaltsanalyse* die geeignetste empirische Methodik. Der vorliegende, explizierte Untersuchungsgegenstand (Onlinekommunikation für Kinder auf niederländischen Krankenhauswebsites) wurde bisher noch nicht inhaltsanalytisch untersucht. Dies legt nahe, dass die vorliegende Studie vor allem qualitative Aspekte beinhaltet.

Im empirischen Teil der Bachelorarbeit eine Vollerhebung der Krankenhauswebsites mit der Zielgruppenansprache Kind im Korridor 65km westlich der deutsch-niederländischen Grenze realisiert. Die Grundgesamtheit von 23 Krankenhauswebsites (Untersuchungseinheiten) wird anhand eines Codebuches analysiert. Das Kategoriensystem bzw. das Codebuch werden sowohl theoriegeleitet (Grobstruktur des Kategoriensystems wird aus dem Forschungsstand entwickelt), als auch empiriegeleitet (Feinstruktur des Kategoriensystems wird dem Material entnommen) entwickelt. Die vier aus der vorhandenen Theorie abgeleiteten Strukturierungsdimensionen des Erhebungsinstrumentes sind *Inhalt* (vor allem aus dem Pretest entnommen), *Informationsdesign* (Zielgruppenspezifische Aufbereitung der Informationen), *Multimedia Design* (Lerneffekt durch technische Umsetzung) und *Interface Design* (Gestaltung der Benutzeroberfläche). Diese werden im Laufe der Studie jeweils noch einmal in Unterkategorien unterteilt und schrittweise analysiert. Anhand einer Methodenkritik soll am Ende des empirischen Teils die Güte der Forschung noch einmal reflektiert werden.

Das Vorgehen soll im folgenden Schema nochmal verdeutlicht werden.

## Ablaufmodell strukturierende qualitativ-quantitative Inhaltsanalyse

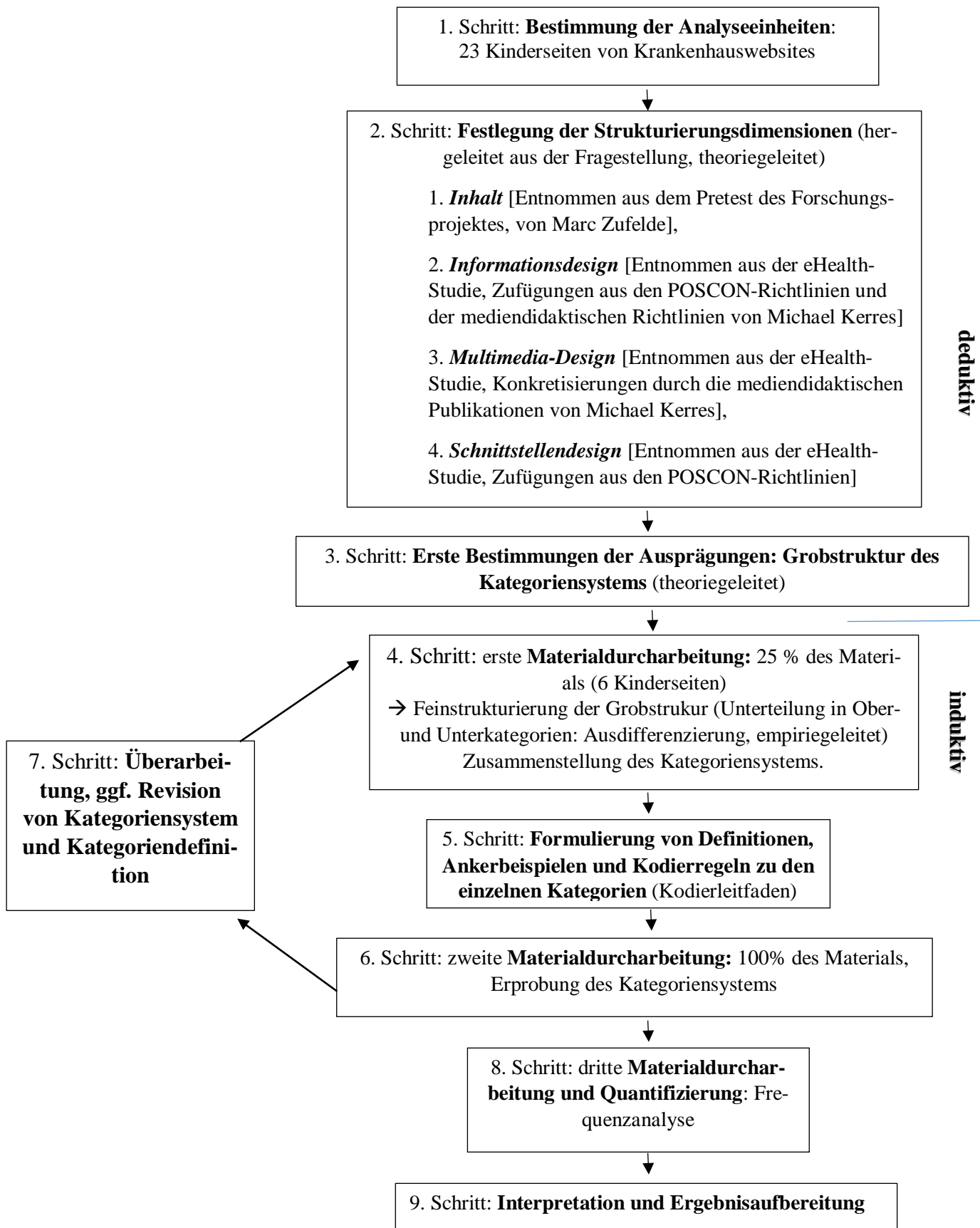


Abbildung nach Mayring (2015), S. 98, eigene Anpassungen

## 6. Literatur

- Amersfoort, Marleen van/Rijk, Léonie van/Prins, Sarah, *het ziekenhuis voorbij?*, Utrecht 2011, online unter [http://doc.utwente.nl/78753/1/Het\\_Ziekenhuis\\_voorbij.pdf](http://doc.utwente.nl/78753/1/Het_Ziekenhuis_voorbij.pdf), eingesehen am 25.06.2015.
- Bickler, Daniela, *Zielgruppe Kind. Handlungsspielräume eröffnen – Abhängigkeiten vermeiden*, Marburg 2002.
- Buijzen, Moniek/Rozendaal, Esther, *De jonge consument*, Amsterdam 2012.
- Bryman, Alan, *Social Research Methods*, 4. Auflage, Oxford 2012.
- Dehn, Mechthild, *Kinder & Sprache. Was Erwachsene wissen sollten*, Seelze-Velber 2012.
- Delfos, Martine F., *Luister je wel naar mij? Gespreksvoering met kinderen tussen vier en twaalf jaar*, Amsterdam 2009.
- De Reese/Lidia, Pijpers/Remco, Behrens/Ulrike et al, *Checklist and Concrete Criteria for Positive Content*, 2014, online unter <http://www.positivecontent.eu/positive-content-criteria/>, eingesehen am 20.06.2015.
- Dielemann, Arjan/Beer, Fedor de, *De eigen wereld van het kind. Orientatie op de leefwerelden van kinderen*, Bussum 2010.
- Eurostat, *Level of internet access- households (tin00134)*, Luxemburg 2015, online unter <http://ec.europa.eu/eurostat/web/products-datasets/-/tin00134>, eingesehen am 18.07.2015.
- Fuhs, Burkard, *Medien in der mittleren Kindheit*, in: Tillmann, Angela/Fleischer, Sandra/Hugger, Kai-Uwe (Hrsg.), *Handbuch Kinder und Medien. Digitale Kultur und Kommunikation 1*, Wiesbaden 2014, S. 303, online unter <http://link.springer.com/book/10.1007/978-3-531-18997-0>, eingesehen am 15.07.2015.
- Groenewoud, A.S., *De keuze is aan u! Een studie naar zoek- en keuzeprocessen en het gebruik van prestatie-indicatoren in verschillende patientengroepen*, Rotterdam 2008.
- Götze, Ralf, *The changing role of the state in the Dutch healthcare system*, TranState working papers, No.141, 2010, online unter <http://www.econstor.eu/bitstream/10419/43883/1/641465491.pdf>, eingesehen am 20.07.2015.
- Hung, Yah-Ling/Stones, Catherine, *A Comparative Study of Children's eHealth Design between East and West: A Case Study of Children's Health Websites in China, Taiwan, the UK, and the US*, in: Robertson, Michelle M. (Hrsg.), *Ergonomics and Health Aspects of Work with Computers*, Orlando 2011, online unter: [http://link.springer.com/chapter/10.1007%2F978-3-642-21716-6\\_14#page-1](http://link.springer.com/chapter/10.1007%2F978-3-642-21716-6_14#page-1), eingesehen am 12.06.2015.
- Hurrelmann, Klaus/Baumann, Eva (Hrsg.), *Handbuch Gesundheitskommunikation*, Bern 2014.
- Kerres, Michael, *Mediendidaktik. Konzeption und Entwicklung Mediengestützter Lernangebote*, 4. Auflage, München 2013.
- Kirsh, Steven J., *Media and Youth. A developmental perspective*, Malden 2010.



Lenderink, K.M.H., *Marketingcommunicatie van ziekenhuizen. Een onderzoek naar de invloed van type inhoud, type aandoening en evidentietype op de houding en keuze-intentie van patiënten*, Enschede 2012.

Livingstone, Sonia/Bober, M., *Taking up opportunities? Children's uses of the internet for education, communication and participation*, 2004, online unter: <http://eprints.lse.ac.uk/418/>, eingesehen am 12.06.2015.

Mayer, Richard E.(Hrsg.), *The Cambridge Handbook of Multimedia Learning*, Cambridge 2005.

Mayer-Johanssen, Uli, *Design als strategischer Erfolgsfaktor in der Unternehmenskommunikation*, in: Zerfaß, Ansgar/Piwinger, Manfred (Hrsg.): *Handbuch Unternehmenskommunikation*, Wiesbaden 2014, S.823-843.

Mayring, Philipp, *Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken*, 12., überarbeitete Auflage, Weinheim 2015.

Ólafsson, Kjartan / Livingstone, Sonia/Haddon, Leslie et al., *Children's Use of Online Technologies in Europe. A review of the European evidence base*, EU Kids Online 2013, online unter [http://eprints.lse.ac.uk/50228/1/\\_\\_Libfile\\_repository\\_Content\\_Livingstone%2C%20S\\_Children%E2%80%99s%20use%20of%20online%20technologies%20in%20Europe%28Isero%29.pdf](http://eprints.lse.ac.uk/50228/1/__Libfile_repository_Content_Livingstone%2C%20S_Children%E2%80%99s%20use%20of%20online%20technologies%20in%20Europe%28Isero%29.pdf), eingesehen am 15.07.2015.

Pfeil, Thomas/Zerfaß, Ansgar (Hrsg.), *Handbuch Online-PR*, Konstanz 2012.

Röttger, Ulrike; Preusse, Joachim; Schmitt, Jana, *Grundlagen der Public Relations. Eine kommunikationswissenschaftliche Einführung*. Wiesbaden 2011.

Roski, Reinhold, *Akteure der Gesundheitskommunikation und ihre Zielgruppen*, in: Hurrelmann, Klaus/Baumann, Eva, *Handbuch Gesundheitskommunikation*, Bern 2014, S. 348-359.

Schaerlaekens, A.M., *de taalontwikkeling van het kind. Een oriëntatie in het Nederlandstalig onderzoek*, Groningen 2008.

Stapelkamp, Torsten, *Informationsvisualisierung*, Heidelberg 2013.

Stapelkamp, Torsten, *Screen- und Interfacedesign. Gestaltung und Usability für Hard- und Software*, Heidelberg 2007, online unter <http://www.springerprofessional.de/978-3-540-32950-3---screen--und-interfacedesign/1999456.html>, eingesehen am 15.07.2015.

Voth, Jenny, *Informationssuche in der Gesundheitskommunikation: Zur theoretischen Modellierung der Medien und Internetnutzung im Krankheitsfall*, Hamburg 2008.

Zerfaß, Ansgar/Piwinger, Manfred (Hrsg.): *Handbuch Unternehmenskommunikation*, Wiesbaden 2014.