

# "PULS." – ein Blog als Online-Magazin für Medizinstudierende der Goethe-Universität Frankfurt

## Zusammenfassung

Im Herbst 2009 forderten Studierende im Rahmen landesweiter Proteste auch am Fachbereich Medizin/Zahnmedizin der Goethe-Universität Frankfurt mehr Transparenz und Kommunikation zu Angelegenheiten ihres Studiums. Einen innovativen Lösungsansatz, um diesen Forderungen nachzukommen, bietet eines der Web 2.0 Werkzeuge: ein auf einer Blog-Software basierendes Online-Magazin für Studierende und andere Mitglieder des Fachbereichs.

Das öffentlich zugängliche Online-Magazin „PULS.“ (<https://news-magazin.puls.med.uni-frankfurt.de/wp/>) wird mit einer freien Blog-Software (wordpress Version 3.1.3.) realisiert und von einer Online-Redakteurin konzipiert und geschrieben. Die Beiträge entstehen nach eigenen Recherchen sowie aus Anregungen und Gesprächen mit verschiedenen Personengruppen des Fachbereichs. Die datenschutzkonforme Auswertung der Zugriffe erfolgt über eine open-source Webanalyse-Software (Piwik). Zusätzlich werden jährlich mit dem Online-Umfrage-Tool Survey Monkey die Nutzer anonym befragt.

„PULS.“ ist seit dem 14.02.2010 ununterbrochen online und hat seitdem 806 Beiträge (Stand: 27.11.2012) publiziert und wird von ca. 2400 Besuchern monatlich gelesen. Das Themenspektrum ist zentriert auf die Anliegen der Frankfurter Medizin- und Zahnmedizinierenden. Die enge Zusammenarbeit mit verschiedenen Gruppierungen des Fachbereichs – Dekanat, Studierende und Lehrende – garantiert darüber hinaus ein fachbereichs-relevantes Themenspektrum. Das Online-Magazin begleitet komplexe Projekte und Entscheidungen mit Hintergrundinformationen und kommuniziert sie verständlich. Eine jährliche Nutzer-Evaluierung zeigt eine wachsende Leserzahl und eine sehr hohe Zustimmung für das Online-Magazin, seine Inhalte und seinen Stil. Das Web 2.0-Medium „Blog“ und seine web-typische Sprache entsprechen dem Medienverhalten der Zielgruppe, d.h. den Studierenden des Fachbereichs Medizin.

„PULS.“ hat sich als ein geeignetes und strategisches Instrument erwiesen, um größere Transparenz, mehr Kommunikation und letztendlich eine stärkere Identifikation der Studierenden mit ihrem Fachbereich voranzutreiben.

**Schlüsselwörter:** Blog, Online-Magazin, Web 2.0, Social Media, Kommunikation

## Einleitung

Der Fachbereich Medizin der Goethe-Universität Frankfurt ist mit 3185 (2008) Studierenden der Human- und Zahnmedizin eine der großen medizinischen Fakultäten Deutschlands [<http://www.landkarte-hochschulmedizin.de>]. Ein umfangreiches Lehrangebot und Prüfungswesen, wechselnde Studienvorgaben und zahlreiche Baumaßnahmen sowie eine deutlich über der Kapazität liegende Studierendenzahl im klinischen Studienabschnitt kennzeichnen die gegenwärtige Situation.

Im Herbst 2009 forderten Studierende im Rahmen landesweiter Proteste auch am Fachbereich Medizin der

Goethe-Universität Frankfurt mehr Transparenz und Kommunikation zu Abläufen ihres Studiums. Sowohl im klinischen als auch im vorklinischen Abschnitt ihres Studiums vermissten die Frankfurter Studierenden verlässliche und begründete Informationen zu einer Vielzahl von sie betreffenden Veränderungen und Entscheidungen sowie zu aktuellen und zukünftigen Entwicklungen am Medizin-Campus.

Zahlreiche medizinische und nicht-medizinische Fakultäten versuchen, aktuelle Informationen über in Webseiten integrierte „News“-Seiten oder Newsletter (Online als PDF-Format oder Print) an die Studierenden zu kommunizieren. Dies betrifft beispielsweise Informationen zu

**Bettina Wurche<sup>1</sup>**  
**Gertrud Klauer<sup>2</sup>**  
**Frank Nürnberger<sup>3</sup>**

1 Goethe-Universität,  
Fachbereich Medizin,  
Dekanat, Frankfurt/Main,  
Deutschland

2 Goethe-Universität,  
Fachbereich Medizin, Institut  
für Anatomie III,  
Frankfurt/Main, Deutschland

3 Goethe-Universität,  
Fachbereich Medizin, Institut  
für Anatomie II,  
Studiendekan,  
Frankfurt/Main, Deutschland

Raumverlegungen, Prüfungsterminen, Ankündigungen zu Vorträgen und ähnliche Mitteilungen. Diese News-Seiten können auch häufig als „Feed“ abonniert werden und sind an jeder Fakultät zu finden. Seltener gibt es Newsletter, die in regelmäßigen Abständen, z.B. einmal im Semester, als Online- oder Printausgabe erscheinen. Ihre Stärke liegt in der grafischen Darstellung und Aufbereitung längerer Beiträge, die aber nicht tagesaktuell sein können. Beispiele für diese selten erscheinenden Newsletter an medizinischen Fakultäten sind in Tübingen und Freiburg erschienen: der Newsletter „Studium und Lehre“ der medizinischen Fakultät Tübingen (pdf-Format, Ausgaben 1/2009 und 2/2009) [<http://www.medizin.uni-tuebingen.de/Studierende/Newsletter+Studium+und+Lehre.html>] und der Newsletter des Studiendekanats der Freiburger medizinischen Fakultät (pdf-Format Ausgabe Januar 2012) [<http://www.medizinstudium.uni-freiburg.de/wir-ueber-uns/newsletter.pdf/view>].

Die berechtigten Forderungen der Frankfurter Medizin-Studierenden lassen sich weder mit einer lediglich Kurzmitteilungen präsentierenden News-Seite noch einem seltener publizierten Newsletter erfüllen. Einen innovativen Lösungsansatz bietet dagegen eine Blog-Software, also ein Web 2.0-Tool, die als Online-Magazin für Studierende und andere Mitglieder des Fachbereichs konzipiert ist. Blogs haben den Vorteil der Aktualität (tagesaktuelle Reaktion auf aktuelle Entwicklungen), der Intermedialität (Verlinkungen mit anderen Seiten, Einbindung von Audio- oder Video-Dateien) und der Interaktivität (Möglichkeit zum Kommentieren). Außerdem lassen sich Artikel gut nach Kategorien, Stichwort oder Datum verwalten und suchen. Ein Blog in Form eines News-Magazins kann folglich die Anforderungen der Studierenden nach mehr Transparenz hinsichtlich der Entscheidungsprozesse am Fachbereich, aktuellen Hinweisen und Hintergrundinformationen besser erfüllen, als News-Seiten oder Newsletter. Wir haben uns daher für ein derartiges Blog-basiertes News-Magazin unter dem Namen „PULS.“ (ausgesprochen: „PULSpunkt“) entschieden“ (<https://newsmagazin.puls.med.uni-frankfurt.de/wp/>). Nach unseren Recherchen gibt es kein derartiges weiteres Fachbereichs-Online-Magazin in Deutschland. „PULS.“ ist eine Serviceleistung des Dekanats für die Studierenden und Lehrenden des Frankfurter Fachbereichs Medizin.

## Projektbeschreibung und Umsetzung

Die Namensgebung erfolgte durch einen Wettbewerb mit anschließendem Ranking durch die Studierenden des Fachbereichs. Als Anreiz zum Mitmachen wurde von einer ortsansässigen Medizin-Buchhandlung ein Büchergutschein gesponsert.

Das News-Magazin „PULS.“ wird mit einer freien Blog-Software (wordpress Version 3.1.3.; <http://wpde.org/>; Lizenz GPL, Atahualpa-Theme) realisiert. Wordpress ist

eine etablierte Shareware-Software für Blogs [1]. Der Wordpress-Blog wird vom Hochschulrechenzentrum der Goethe-Universität gehostet, für spezielle technische Probleme sind die dortigen Administratoren zuständig. Das Web 2.0-Medium „Blog“ ist für Autoren und Leser einfach zu handhaben und ermöglicht kostengünstig und zeitnah die Online-Publikation von Texten, Bildern und Dateien [2], [[http://www.dnb.de/DE/Netzpublikationen/netzpublikationen\\_node.html](http://www.dnb.de/DE/Netzpublikationen/netzpublikationen_node.html)]. Die Kommentarfunktion erlaubt die direkte Interaktion der Leser mit der Redaktion. „PULS.“ kann abonniert werden und sendet als Newsfeed den Link zu neuen Artikeln an die eingetragene E-Mail-Adresse. Die Auswertung der Zugriffe erfolgt über die open-source Webanalyse-Software Piwik (<http://de.piwik.org/>; Lizenz GPL3). Aus datenschutzrechtlichen Gründen erfolgt keine Speicherung von IP-Adressen über das Tracking-Tool „Piwik“. Damit genügt „PULS.“ den strengen Datenschutzaufgaben der Goethe-Universität Frankfurt. Mit dem Online-Umfrage-Tool Survey Monkey (<http://de.surveymonkey.com/>) wird jährlich eine anonyme Nutzerbefragung durchgeführt [3], [<http://blog.weebly.com/2010/10/neue-wiederkehrende-und-eindeutige-besucher/>]. Beide Software-Tools werden beim Hochschul-Rechenzentrum gehostet.

Üblicherweise wird die Inhaltserstellung, also die Konzeption und das Schreiben der Artikel von Newslettern, meist engagierten Mitarbeitern überlassen, die diese Aufgabe neben ihrer regulären Tätigkeit übernehmen. Die Erfahrungen mit einer solchen vermeintlich preiswerten Lösung sind aus verschiedenen Gründen nicht ermutigend, vor allem was die Nachhaltigkeit des Projektes betrifft. Eine derartige Arbeit kann nicht „nebenbei“ erfolgen, wie die Newsletter aus Tübingen und Freiburg zeigen: In Tübingen kam es zu nur zwei Ausgaben (1/2009 und 2/2009) im pdf-Format, in Freiburg ist die aktuelle Ausgabe vom Januar 2012.

Der Fachbereich Medizin der Goethe Universität Frankfurt hat sich daher entschieden, eine professionelle Online-Redakteurin mit dem Projekt Online-Magazin „PULS.“ zu beauftragen. Sie konzipiert das Magazin in enger Abstimmung mit den Personengruppen des Fachbereichs (Studiendekanat, Dekanat, Lehrenden, Studierenden,...), schreibt Beiträge in web-typischer Sprache [4], führt Interviews durch, redigiert gelegentliche Beiträge anderer Autoren und moderiert die Kommentare [4]. Alle Interviews und direkten Zitate werden autorisiert. Strittige Inhalte werden vorab mit dem Studiendekanat und Dekanat abgestimmt. Bei Bedarf unterstützt die Redakteurin den Fachbereich mit Textvorschlägen für Ansprachen oder Mitteilungen. Dadurch wird eine hohe sprachliche und inhaltliche Qualität garantiert. „PULS.“ ist ein professioneller Fach-Blog, der qualitativ hochwertige und seriöse Inhalte produziert und liefert [4]. Die Finanzierung der Online-Redakteurin und des Blogs erfolgt über Mittel des Fachbereichs. Durch den Verzicht auf Sponsoring und Werbung wird die Unabhängigkeit der Inhalte von „PULS.“ garantiert. Als Herausgeber und Schirmherren von „PULS.“ fungieren der vorklinische und der klinische Studiendekanat.

Das News-Magazin „PULS.“ besteht aus Texten, die inhaltlich, sprachlich und medial auf die spezifische Zielgruppe individuell zugeschnitten sind und nicht aus trockenen Pressemitteilungen. Damit wird die im Web 2.0 geforderte hohe Nutzerfreundlichkeit (=“Usability“ [http://moleon.net/category/wort-und-text/]) erreicht. „Nutzer“ sind in diesem Fall die Leser. Die sorgfältig recherchierten und geschriebenen Beiträge bieten verlässliche Informationen aus 1. Hand und wichtige Hintergrundfakten zu einem besseren Verständnis der Vorgänge am Fachbereich.

Im Mittelpunkt stehen Belange der Lehre: Interviews mit Dozenten über neue Lehrveranstaltungen oder die Einführung eines PJ-Logbuchs, Berichte aus Lehrveranstaltungen oder die Vorstellung studentischer Lernangebote wie dem Lernstudio. So können positive Entwicklungen in der Lehre den Studierenden vorgestellt werden, gleichermaßen zur Information der Studierenden und als positive Anerkennung engagierter Lehrender.

Weitere Themen, die für den Fachbereich von zentraler Bedeutung sind, wie die Erstsemester-Information („Starter Kit“), ein Dossier über das Anatomie-Praktikum, die umfangreichen Baumaßnahmen oder die kritische Beurteilung des CHE-Rankings werden in umfangreichen Artikelserien (Dossiers) vertieft. Auch der richtige Umgang mit neuen Medien inklusive Verhaltensregeln zum Datenschutz und Umgangston in Mails sind ein wichtiges Thema.

Die Studiendekane wenden sich – z. B. vor Klausuren oder zu Semesterbeginn – über „PULS.“ in einem persönlichen Grußwort an die Studierenden. Erinnerungen an die Einhaltung von Anmeldefristen für Prüfungen kommen direkt bei den Studierenden an, ebenso wird auch über Probleme der Studierenden berichtet. Ergänzend gibt es Informationen über hochschulpolitische Entscheidungen, Stipendien, Interviews mit Projektgruppen, Stipendiaten, Preisträgern, eine studentische Kolumne, Hilfe im Umgang mit neuen Medien und andere relevante Themen des Frankfurter Medizinstudiums [3].

Im thematisch sortierten Archiv kann nach den verschlagworteten Artikeln und Themen-Dossiers gesucht werden. „PULS.“ verlinkt seine multimedialen Inhalte mit Informationen aus dem Fachbereich (dem Dekanat und der Fachschaft), den Fachgesellschaften, Online-Medien und weiteren im Netz verfügbaren seriösen Ressourcen.

„PULS.“ ist öffentlich zugänglich. Alle Beiträge und Kommentare können gelesen und kommentiert werden. Besonders kritische Kommentare, vor allem, wenn sie sich in Bezug auf einen Sachverhalt häufen, werden anonymisiert an die zuständigen Studiendekane weitergegeben. Diese echte Interaktivität führt zu positiven und negativen Rückmeldungen über Vorgänge am Fachbereich über Leserbriefe (Email) und öffentliche Kommentare direkt in „PULS.“.

„PULS.“ bündelt die Vielzahl von Informationen am Fachbereich und strukturiert sie in Kategorien. „PULS.“ gibt originäre Hintergrundinformationen (z. B. in Interviews), die so an keiner anderen Stelle zu finden sind. Vor allem die enge Zusammenarbeit mit Dekanat, Studie-

renden und Lehrenden garantiert verschiedene Perspektiven auf die Campuswirklichkeit und fördert den Informationsaustausch zwischen den verschiedenen Akteuren (Beispiele im Anhang 1).

Durch die persönlichen Interviews werden Studiendekane, Lehrende und Studierende aus der Anonymität eines großen Fachbereichs zu echten Personen und Ansprechpartnern. „PULS.“ sorgt damit für eine positive Emotionalisierung, die einen Beitrag für ein besseres Studienklima leistet.

Kommentare und Leserbriefe zeigen, dass „PULS.“ für viele Studierende eine feste Größe ist und Orientierung bietet. Das beste Beispiel dafür ist ein Leserbrief, in dem ein Student fragt, inwieweit das Video „Anatomy for beginners“ von Gunter von Hagens als „Lehre“ oder „Wissenschaft“ bezeichnet werden kann. „PULS.“ beantwortete diese Frage mit Hilfe einer Diskussion mit dem Ethik-Komitee und weiteren Beiträgen (Leserbrief im Anhang 2).

Über das Online-Magazin wird den Mitgliedern des Fachbereichs – Studierenden, Lehrenden und DekanatsmitarbeiterInnen – Aufmerksamkeit und Wertschätzung vermittelt. Ein sogenannter „weicher Standortvorteil“, der nicht zu unterschätzen ist. „PULS.“ unterstützt gerade an einem so großen Fachbereich wie der Frankfurter medizinischen Fakultät die Bindung der Studierenden und Lehrenden an „ihren“ Fachbereich. Die Studierenden selbst haben bei der jährlich stattfindenden Berichterstattung im Studienausschuss bereits zweimal für die Weiterführung ihres Online-Magazins gestimmt. Weiterhin wird in den letzten Monaten vermehrt von extern, z. B. von der Pressestelle der Goethe-Universität und der lokalen Presse, auf „PULS.“ als verlässliche Informationsbörse zugegriffen.

## Evaluation

„PULS.“ ist seit Juni 2010 ununterbrochen online und hat bisher 806 Beiträge (Stand: 27.11.2012) publiziert. Themenvorschläge und Kommentare von Studierenden und Dozenten unterstreichen den interaktiven Charakter des Magazins. Eine Evaluation der Nutzer und die Auswertung der Zugriffe (2011) ergaben eine sehr hohe Akzeptanz und viel Zustimmung für das Online-Magazin, seine Inhalte und den Stil [3].

## Wie viele Nutzer besuchen „PULS.“?

„PULS.“ hat beständig wachsende Besucherzahlen: Im Jahr 2010 griffen 7937 Nutzer auf das Online-Magazin zu, 2011 waren es bereits 30171 Besucher und von Januar bis November 2012 wurden 25531 Zugriffe registriert.

Im Jahresrhythmus zeigen sich die zu erwartenden höheren Zugriffszahlen jeweils am Anfang der Semester. Besonders für das Wintersemester mit der Einführung der Erstsemester im Oktober liegen die Zahlen deutlich höher als für den Beginn des Sommersemesters: Im Oktober

2010 besuchten 2524 Interessierte das Online-Magazin, 2011 waren es bereits 3043. Im aktuellen Wintersemester 2012/13 ist die Zahl geringer (2529), da keine direkten Marketingmaßnahmen in den Einführungsveranstaltungen erfolgten. Im April 2011 informierten sich 2173, im April 2012 bereits 2588 Besucher. Drei Artikel haben besonders große Aufmerksamkeit auf sich gezogen und die Seitenzugriffe gesteigert: „Nachruf auf Karen Emminger“: 1484 Seitenaufrufe (der Nachruf auf eine verunglückte Studentin des Fachbereichs), „Niklas Zender und Jan-Philip Glania trainieren für Olympia“: 907 Seitenaufrufe (Beitrag über zwei Olympioniken des Fachbereichs), und „Interview mit Giulia Enders: „Darm mit Charme““: 873 Seitenaufrufe (die mehrfache Science-Slam-Gewinnerin Giulia Enders im Interview). Hohes Interesse weckten auch die Artikel über die Frankfurter Premiere des „Goethe Contest 2012“ mit 487 Seitenaufrufen, die Änderungen der ÄAppO (452 Seitenaufrufe) und die studentische Kolumne mit 417 Seitenaufrufen.

Zurzeit (November 2012) lesen ca. 550 Personen wöchentlich das Magazin.

Die Zugriffe sind an den Arbeitstagen zahlreicher und jeweils am Wochenende erwartungsgemäß geringer, da dann kein Artikel online geht (siehe Abbildung 1).

Im Tagesverlauf (gemittelt über ein Jahr) wird „PULS.“ zu jeder Tageszeit angeklickt, mit einer kleinen Nutzerzahl (ca. 137 Besucher) zwischen 1:00 Uhr und 8:00 Uhr, höheren Werten (502 Besucher) um die Mittagszeit (12:00-14:00 Uhr) und mit 726 Besuchern zwischen 17:00 bis ca. 21:00 Uhr (siehe Abbildung 2).

## Entsprechen die Nutzerzahlen echten „PULS.“-Lesern?

Die Auswertung mit Hilfe des Tracking-Tools Piwik erlaubt eine Kennzeichnung von „Besuchern“ und „wiederkehrenden Besuchern“, was die Unterscheidung von zufällig auf die Seite geratenen Besuchern und „eindeutigen bzw. wiederkehrenden Besuchern“ erlaubt. Die Anzahl der „wiederkehrenden Besucher liegt bei 88% der gesamten Besucherzahl und ist vor allem beständig (siehe Abbildung 1). Dies lässt den Schluss zu, dass die Besucher von „PULS.“ die Artikel auch wirklich lesen und später oft wiederkehren [http://blog.webalytics.de/2010/10/neue-wiederkehrende-und-eindeutige-besucher/]. Eine Auswertung der durchschnittlichen Besuchsdauer auf der „PULS.“-Seite unterstützt dies: sie liegt ca. zwischen 60 und 120 Sekunden, es wird also mindestens ein Artikel gelesen.

## Wie wird „PULS.“ gefunden?

99 Leser haben die Seite abonniert und werden so automatisch bei jedem neuen Beitrag benachrichtigt. Sehr viele Leser erreichen „PULS.“ über Web-Seiten. Für das Jahr 2012 (Januar bis November) waren dies 7576 Besucher, die durchschnittlich 1 ½ Minuten auf „PULS.“ verweilten. Von diesen kamen 4894 Besucher über die

Website des Fachbereichs <http://www.med.uni-frankfurt.de/> und etwa 1247 Besucher über Facebook. Regelmäßig finden auch viele Leser „PULS.“ über Suchmaschinen wie beispielsweise Google (Januar bis November 2012: 7076).

## Wer sind die „PULS.“-Leser?

Aus der jährlichen Online-Umfrage (Survey Monkey) erschließt sich, dass die Leser hauptsächlich Studierende sind, aber auch Lehrende und Dekanatsmitarbeiter. In letzter Zeit kommen zunehmend auch Alumni dazu (s. Kommentar aus „PULS.“ im Anhang 3). Außerdem zeigt Piwik Zugriffe aus dem Ausland an. Vor allem aus den USA, aber auch aus dem europäischen Ausland greifen regelmäßig wiederkehrende Nutzer auf die Webseite zu. Es ist zu vermuten, dass es sich hier um Studierende in der Auslandsfakultät bzw. im Praktischen Jahr handelt.

## Schlussfolgerungen

„PULS.“ erweist sich nach zwei Jahren Online-Präsenz als erfolgreiches Projekt des Fachbereichs Medizin der Goethe-Universität. Das Online-Magazin begleitet komplexe Projekte und Entscheidungen mit Hintergrundinformationen und kommuniziert diese verständlich. Das zeitgemäße Web 2.0-Medium „Blog“ und seine zeitgemäße Sprache entsprechen dem Medienverhalten der Zielgruppe, d.h. den Studierenden des Fachbereichs.

Mit Aspekten eines News-Magazins, den interaktiven Elementen, der professionellen journalistischen Betreuung, seiner Kontinuität und der hohen Nutzerfreundlichkeit („Usability“ [http://milion.net/category/wort-und-text/], [5]) ist „PULS.“ ein interessantes Medium an deutschen Universitäten. Die immer engere Zusammenarbeit mit den Studiendekanen, Studierenden und vielen anderen Personen des Fachbereichs zeigt, dass „PULS.“ als vertrauenswürdige und zuverlässige Informationsquelle zunehmend wahrgenommen und genutzt wird. Der hohe Prozentsatz der wiederkehrenden Besucher ist ein Erfolgsparameter für den Blog. Wiederkehrende Besucher sind für einen Blog besonders wertvoll: sie sind ein Nachweis für die Qualität der Inhalte sowie dafür, dass die Zielgruppe de facto erreicht wird [http://blog.webalytics.de/2010/10/neue-wiederkehrende-und-eindeutige-besucher/]. Die durchschnittliche Besuchsdauer auf der „PULS.“-Seite von ca. 1-2 Minuten unterstützt dies: mindestens ein Artikel wird gelesen.

Die Beauftragung einer professionellen Online-Redakteurin für Konzeption und Artikel in einer der Zielgruppe und eine dem Web 2.0-Tool angepassten Sprache hat sich als entscheidend für den Erfolg und die Nachhaltigkeit von „PULS.“ erwiesen. Durch die professionelle Redaktionsarbeit hat „PULS.“ das Vertrauen verschiedener Gruppierungen im Fachbereich gewonnen: Studierende, Lehrende, Dekanatsmitarbeiter und Alumni. Das zeigt sich in der verstärkten Zusammenarbeit, dem zunehmenden Informationsaustausch und immer mehr Kommenta-

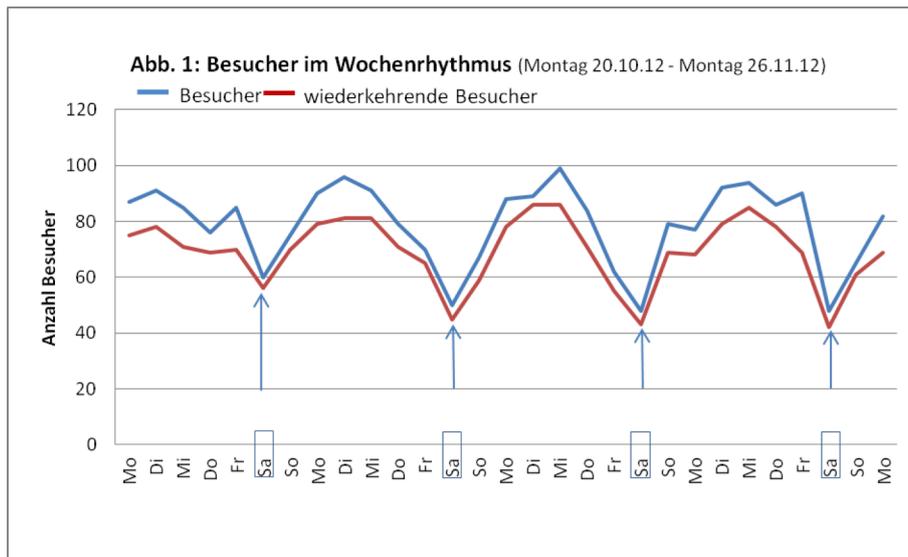


Abbildung 1

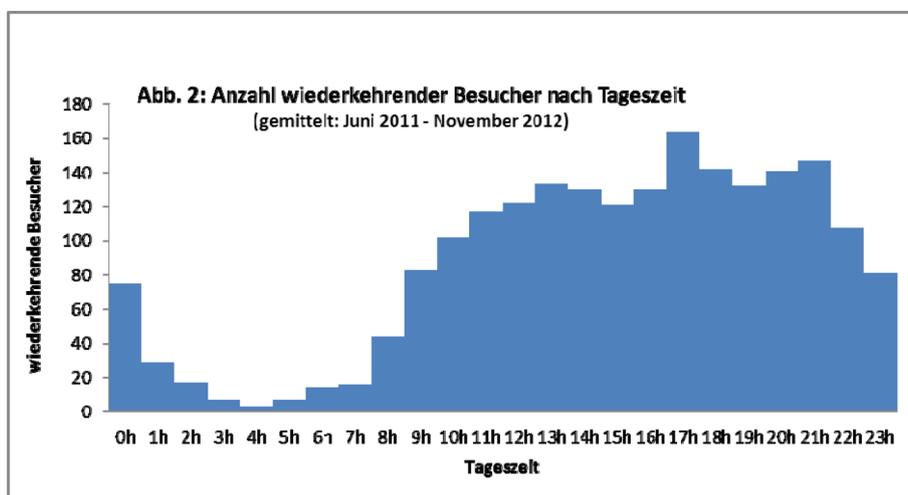


Abbildung 2

ren, Leserbriefen, Interview-Anfragen und Themenwünschen.

Der stetige Anstieg auf durchschnittlich 2200 Besucher, davon 1900 wiederkehrende Besucher monatlich, zeigt, dass „PULS.“ gelesen wird. Nach unseren Recherchen gibt es kein derartiges weiteres Fachbereichs-Online-Magazin für die zentrale Zielgruppe der Studierenden in Deutschland, Vergleichszahlen liegen daher nicht vor.

Für eine medizinische Fakultät mit ihren komplexen Aufgaben zwischen Lehre, Forschung und Krankenversorgung sowie den zahlreichen verschiedenen Lernorten für die Studierenden (räumlich weit gestreute Institute und Kliniken am Campus, Lehrkrankenhäuser und Praxen in der Region, auswärtige Famulaturen im In- und Ausland) ist eine gute Kommunikationspolitik für die Zielgruppe „Studierende“ eine besondere Herausforderung. Ein professionell betreutes Online-Magazin auf Blog-Basis, wie beispielsweise „PULS.“, bietet ein geeignetes Instrument um größere Transparenz, mehr Kommunikation und letztendlich eine stärkere Identifikation der Studie-

renden mit ihrem Fachbereich oder Fakultät voranzutreiben.

## Danksagung

Das Projekt „PULS.“ wird aus QSL-Mitteln finanziert. Wir bedanken uns für die Unterstützung des Lehr- und Studiausschusses, des Dekanats, der Fachschaft, der Studierenden und Lehrenden.

## Interessenkonflikt

Die Autoren erklären, dass sie keine Interessenkonflikte im Zusammenhang mit diesem Artikel haben.

## Anhänge

Verfügbar unter

<http://www.egms.de/en/journals/zma/2013-30/zma000846.shtml>

1. Anhang 1.pdf (9 KB)  
Anhang 1: Beispiele für verbesserte Kommunikation und Transparenz von Ereignissen, die Studierende unmittelbar betreffen
2. Anhang 2.pdf (57 KB)  
Anhang 2: Leserbrief von Martin Mendel vom 12.09.2012
3. Anhang 3.pdf (13 KB)  
Anhang 3: Kommentar zum "PULS."-Beitrag "Baustelle Campus Niederrad: Bilder der KOMM-Grundsteinlegung" vom 20.09.2012

#### **Korrespondenzadresse:**

Gertrud Klauer  
Goethe-Universität, Fachbereich Medizin, Institut für Anatomie III, Theodor-Stern-Kai 7, 60590 Frankfurt/Main, Deutschland  
klauer@med.uni-frankfurt.de

#### **Bitte zitieren als**

Wurche B, Klauer G, Nürnberger F. "PULS." – ein Blog als Online-Magazin für Medizinstudierende der Goethe-Universität Frankfurt. *GMS Z Med Ausbild.* 2013;30(1):Doc3.  
DOI: 10.3205/zma000846, URN: urn:nbn:de:0183-zma0008462

#### **Artikel online frei zugänglich unter**

<http://www.egms.de/en/journals/zma/2013-30/zma000846.shtml>

**Eingereicht:** 04.06.2012

**Überarbeitet:** 10.12.2012

**Angenommen:** 20.12.2012

**Veröffentlicht:** 21.02.2013

#### **Copyright**

©2013 Wurche et al. Dieser Artikel ist ein Open Access-Artikel und steht unter den Creative Commons Lizenzbedingungen (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/deed.de>). Er darf vervielfältigt, verbreitet und öffentlich zugänglich gemacht werden, vorausgesetzt dass Autor und Quelle genannt werden.

## Literatur

1. Simovic V, Bonfranchi-Simovic T. WordPress - Das Praxisbuch (mit wp Anwendungen). Frechen: mitp; 2010.
2. Behrendt J, Zeppenfeld K. Informatik im Fokus: Web 2.0. Berlin, Heidelberg: Springer Verlag; 2008.
3. Wurche B, Klauer G, Nürnberger F. Das Online-Magazin "PULS." – der Pulsschlag des Frankfurter Mediziner-Campus. Jahrestagung der Gesellschaft für Medizinische Ausbildung (GMA). München, 05.-08.10.2011. Düsseldorf: German Medical Science GMS Publishing House; 2011. Doc11gma227. DOI: 10.3205/11gma227
4. Hoofacker G. Online-Journalismus. München: List; 2002.
5. Krug S. Don't make me think! Web Usability- das intuitive Web. Frechen: mitp; 2006.