



## Instagram & TikTok – auch für Zahnärzte relevant?

**Zahnärzte können das Social-Media-Spektrum erfolgreich nutzen, um sich den Usern zu präsentieren. Tipps dafür gibt Mag. Markus Leiter, Wien.**

Als Zahnarzt auf Instagram & TikTok reüssieren – geht das überhaupt und hat es Sinn? Ja, wenn man die richtigen Erwartungen, Ziele und Zielgruppen hat und eine dazu passende Strategie. In diesem Artikel finden Sie einige Anregungen, welche Art von Postings und Storys in Ihrem Fall gut funktionieren können.

### Beziehungsqualität und Empathie statt der Werbeschleuder

Instagram und TikTok gelten derzeit als heisseste Aktien im bildlastigen Social-Media-Marketing. Doch was heisst das konkret? Die Werbeschleuder auspacken sowie Leistungen und Produkte hochpreisen, um den Menschen unmissverständlich klarzumachen, dass man der Beste und Coolste auf seinem Gebiet ist? Ganz sicher nicht! Denken Sie an Ihr Gegenüber: Wer will schon permanent an die nächste Wurzelbehandlung, die nächste Operation etc. denken und dabei auch noch die Monotonie einer Dauerwerbesendung ertragen? Mit diesen Dingen, die zweifellos den Kern Ihres Geschäftsmodells bedeuten, beschäftigen sich die Menschen im Regelfall erst dann, wenn der unverhoffte Fall auch eintritt. Und auch dann haben wiederum jene beim Überzeugen von der eigenen Qualität einen Vorteil, die es vorher geschafft haben, Sympathie und Vertrauen zu erzeugen. Es ist daher sinnvoll, Beziehungsqualität und Empathie in den Vordergrund zu stellen.

### Seien Sie nützlich für den Alltag Ihrer Zielgruppen!

Sie sollten dabei v. a. Dinge aus Ihrer Welt zeigen, die regelmässig für Ihre Zielgruppe(n) interessant sein können. Das kann zum Beispiel so aussehen: Zeigen, wie man Menschen schwerwiegende Behandlungen möglichst ersparen kann, etwa durch knapp gehaltene und eindrücklich bebilderte Tipps für richtiges Zähneputzen oder auch Infos, warum eine professionelle Mundpflege die Lebensqualität hebt oder wie fürsorglich Sie als Zahnarzt mit Angstpatienten in Ihrer Praxis umgehen. Immer sollte Ihre Devise sein: Das Menschliche zählt vor dem rein Fachlichen! Ihre Qualität als Zahnarzt wird Ihnen als authentisch-empathische Person dann gleichsam automatisch attestiert.

### Gute Plattformen fürs Employer Branding

Wenn Ihr Ziel v. a. darin besteht, bei potenziellen Bewerbern einen guten Eindruck zu hinterlassen (Employer Branding), dann sind Instagram & TikTok hier unterstützend ebenfalls hervorragend geeignet. Es macht daher Sinn, hin und wieder Beiträge und Storys zu posten (nicht ständig!), die zeigen, wie Sie mit Ihrem Personal scherzen, gemeinsam einen Fall besprechen oder auch mal nur einen Kaffee trinken. Alles, was als Zeichen einer guten Unternehmenskultur gedeutet werden könnte, ist hier prinzipiell geeignet.


### Lernen Sie die Kultur der Plattformen kennen und finden Sie Ihren eigenen Stil

Sie sollten Ihre Inhalte in guter Qualität mit Wiedererkennungswert aufbereiten, weil das in Summe Interaktionen (Likes, Kommentare etc.) fördert. Diese sind wiederum eine wichtige Basis dafür, wie oft Ihre Inhalte ausgespielt und wie vielen Menschen sie gezeigt werden. Sehen wir uns nun das Storytelling etwas plattformsspezifischer an: Instagram und TikTok funktionieren zwar völlig anders (sowohl in Hinblick auf erreichbare Zielgruppen als auch auf das Funktionieren der Algorithmen), den prinzipiellen Zugang im Storytelling kann man

aber für beide gut anwenden. Instagram ist für zahnärztlichen Content sicher die naheliegendere und auch einfachere Plattform, doch gerade der Umstand, dass noch nicht viele Zahnärzte TikTok nutzen und folglich wenig Wettbewerb bei den eigenen Inhalten herrscht, bietet auch Vorteile. Ein Schuss Humor schadet bei TikTok auch nie, doch Vorsicht: Das Image einer nur trashigen Spassplattform stimmt so schon lange nicht mehr! Sehr viele seriöse Institutionen nutzen das Medium mittlerweile professionell. Diejenigen, die sich an die Plattform gut anpassen können, naturgemäss mit mehr Erfolg als jene, die einfach nur «one size fits all»-Posts auch bei TikTok ausspielen. Wertige Inhalte humorvoll, authentisch und professionell in kurzen Videosequenzen aufbereiten, ist als grobe Richtlinie nicht verkehrt. Bevor Sie sich allerdings ans Werk machen, rate ich Ihnen als TikTok- aber auch als Instagram-Neuling, die Plattformen zunächst für ein paar Wochen einfach nur zu konsumieren und zu beobachten. Folgen Sie Accounts mit vielen Followern aus Ihrer Branche! So bekommen Sie rasch ein gutes Gespür dafür, was gut funktioniert und was gar nicht. Darauf aufbauend können Sie bzw. Ihre Praxis sich daran machen, einen passenden Stil für die eigenen Inhalte zu entwickeln.

### Regelmässig Inhalte veröffentlichen und die gebotenen Möglichkeiten nutzen

Noch ein paar Tipps: Planen und produzieren Sie Ihre Beiträge im Vorhinein und posten Sie regelmässig (mindestens 1 x pro Woche). Setzen Sie bei Instagram auf Beiträge und auf Storys sowie auch auf Videoinhalte. Untertiteln Sie gesprochenen Text in Videos – viele Menschen spielen diese in verschiedenen Situationen – z. B. beim Fahren in der U-Bahn – gänzlich ohne Ton ab. Beachten Sie immer auch plattformsspezifisch die optimalen Formate (Längen-Breiten-Verhältnis etc.). Und ganz wichtig für beide Plattformen: Beschäftigen Sie sich damit, welche Hashtags passen und welche Strategie Sie hier fahren wollen.

Auf plattformsspezifische Spezialkniffe und technische Besonderheiten wurde in diesem Beitrag bewusst verzichtet, weil sich diese Besonderheiten immer wieder auch kurzfristig verändern können. Für weitere Beratung in diesem Bereich steht der Autor gerne zur Verfügung. 



**Mag. Markus Leiter**

medienleiter PR  
Seitenberggasse 65–67/2/22  
1160 Wien, Österreich  
Tel.: +43 680 2160861  
leiter@medienleiter.net  
www.medienleiter.net



Infos zum Autor

## Karies bei Kindern

**Zahnprävention von grosser Wichtigkeit.**

Die Kariesprävention in den letzten 30 Jahren war erfolgreich, es liegen aber bei der Karieshäufigkeit im Kindes- und Jugendalter grosse sozioökonomische Unterschiede vor. Die Zahngesundheit hat in der Schweiz traditionell einen hohen Stellenwert. In Folge der gesamtschweizerischen Einführung der Zahnprävention im Kindesalter in den 1960er-Jahren nahm die Zahngesundheit von Kindern und Jugendlichen bis 2000 deutlich zu. Lag der durchschnittliche DMFT-Wert bei den 14-Jährigen 1964 noch bei 12,5, war es 2009 noch 1,31, was einer Reduktion von 90 Prozent entspricht (Steiner et al. 2010). Der DMFT-Wert gibt an, wie viele Zähne entweder kariös sind («decayed»), aufgrund von Karies fehlen («missing») oder bereits eine Füllung haben («filled»). Ein Wert unter 1,2 wird als sehr gut betrachtet. Die klassische Zahnprävention beinhaltet die frühe Sensibilisierung der Eltern kleiner Kinder oder Vergabe von Kinderzahnbürsten, die Benutzung von fluoridhaltiger Zahnpasta sowie zahnärztliche Kindergarten- und Schulbesuche zur Förderung der Zahnhigiene. Die Schulbesuche werden in den allermeisten Gemeinden nach wie vor durchgeführt (Menghini 2009).



### Risikofaktor niedriger Sozialstatus

Wenngleich sich ein tiefer DMFT-Wert gehalten hat, wurde ebenso wie in anderen europäischen Ländern eine Zunahme von Karies im Milchgebiss und im bleibenden Gebiss von Kindern beobachtet (Calvet et al. 2013; Krause et al. 2018). So hatten im Kanton Zürich 13 Prozent der Zweijährigen (Daten der Stadt Zürich, 2003), 45 Prozent der Fünfjährigen (Daten aus Winterthur 2001) und 36 bis 50 Prozent der Siebenjährigen (Gemeinden und Stadt Zürich 2005; 2006) ein kariöses Gebiss, in Basel-Land wiesen 2011 60 Prozent der 15- und 16-Jährigen Karies auf (Menghini & Steiner 2017; Waltimo 2012). Ähnlich liegt bei 11,4 Prozent der deutschen Dreijährigen ein Behandlungsbedarf vor und 2,3 Prozent hatten ein saniertes Gebiss (Krause et al. 2018). In Frankreich zeigten 2006 56 Prozent der 12-Jährigen keine Karies (Calvet et al. 2013). Niedrigerer Sozialstatus und Migrationshintergrund wurden sowohl im Ausland als auch in der Schweiz als Risikofaktoren identifiziert; Risikofaktoren bilden z. B. zuckerhaltige Ernährung oder Dauer-Schöppeln (Kraljevic, Filippi & Filippi 2017). Karies ist somit eine der häufigsten Erkrankungen im Kindesalter. Die orale Gesundheit ist nicht nur für ein lebenslanges gesundes Gebiss relevant, sondern beeinträchtigt allgemein die Gesundheit in der Kindheit (Sheiham 2006) und wird in Zusammenhang mit der Entwicklung chronischer Erkrankungen im Lebensverlauf gebracht (Cotti et al. 2011). 

**Quelle:** Nationaler Gesundheitsbericht 2020