

# STUDIUM

NEWS

## Onlinestudium geht auf die Psyche Studierender

Die Corona-bedingte neue Hochschulwelt macht Studierenden zu schaffen. Laut einer repräsentativen forsa-Umfrage im Auftrag der Techniker Krankenkasse (TK) strengt die größtenteils digitale Kommunikation mit Kommiliton\*innen und Lehrkräften mehr als die Hälfte der Studierenden an (54 Prozent). Wobei Studentinnen mit 60 Prozent stärker davon betroffen sind als Studenten (49 Prozent). Ebenfalls rund die Hälfte der Befragten (47 Prozent) gab an, sich nur schwer für das eigenständige Arbeiten motivieren zu können. Das stellt wiederum für die männlichen Studierenden (51 Prozent) eine größere Herausforderung dar im Vergleich zu den Studentinnen (42 Prozent).



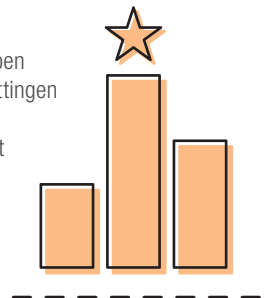
Weitere Informationen zur Umfrage unter: [www.tk.de](http://www.tk.de)

Quelle: Techniker Krankenkasse

## Welche Unis liegen vorn?

Das neue CHE Hochschulranking liegt vor: Dabei haben vor allem die Zahnmedizin-Standorte Greifswald, Göttingen und Witten/Herdecke Spitzenpositionen erreicht. Alle Informationen zum aktuellen Ranking stehen seit Mai 2021 im *ZEIT-Studienführer 2020/2021* bereit und sind auf ZEIT CAMPUS online veröffentlicht.

Quellen: *ZEIT-Studienführer 2020/2021*, [www.zeit.de/che-ranking](http://www.zeit.de/che-ranking)



## Junge Zahnmedizin

powered by dentalfresh

Die anderen wissen Bescheid, nur du nicht? Dann wird es Zeit für den Newsletter Junge Zahnmedizin! Der Newsletter bündelt aktuelle Informationen rund um die junge Dentalwelt und gibt Hinweise und Tipps zu Veranstaltungen, Trends, Industrie und Lehre. Einfach auf [www.zwp-online.info/newsletter-abonnieren](http://www.zwp-online.info/newsletter-abonnieren) gehen, Newsletter-Wunsch eingeben und ins Postfach schauen.

Newsletter-Anmeldung



[www.zwp-online.info](http://www.zwp-online.info)

# Studentin als Social-Media-Profi

**INTERVIEW >>>** Zahni und Social-Media-Managerin – das geht nicht gleichzeitig! Doch! Den Beweis lebt die Zahnmedizinstudentin Hannah Faust – im 8. Semester an der Johannes Gutenberg-Universität Mainz kümmert sie sich gleichzeitig um den Social-Media-Account der Zahnarztpraxis Ingelheim.



Instagram-Expertin  
Hannah Faust.

## Frau Faust, wie sind Sie zu Ihrem Job neben der Uni gekommen?

Erst mal vorweg: Für mich ist Social Media einfach eine große Leidenschaft und es macht mir unheimlich viel Spaß. Zu meinem Job als Social-Media-Managerin bin ich eher zufällig über meinen Freund gekommen; er arbeitet seit ein paar Jahren in der Zahnarztpraxis Ingelheim. Es ist ein junges Team und eine moderne, digitale Praxis, deshalb war für mich klar – die Praxis braucht einen Social-Media-Account. Ich weiß aus eigener Erfahrung, welche Bedeutung solch eine digitale Präsenz hat. Auch ich informiere mich gern im Vorfeld über eine Praxis. Wie sieht es dort aus, wer sind die Ärzte und was wird mich erwarten? Es ist ja zum Teil auch eine emotionale Entscheidung. Da lag es nahe, mich bereit zu erklären, einen Social-Media-Auftritt zu realisieren.

## Was umfasst Ihre Tätigkeit in der Praxis?

Am Anfang stand zunächst viel Planung: Ein Konzept, das Ziel und Layout für unseren Account mussten erarbeitet werden. Ich habe dies dann mittels eines von mir organisierten professionellen Fotoshootings und diverser Planungstools visualisiert. Mittlerweile gehört neben der täglichen Pflege des Accounts die Beantwortung von Anfragen und das Planen der Beiträge zu meinen Aufgaben. Außerdem bin ich regelmäßig in der Praxis und stelle Bild- und Videomaterial zusammen. Für informative Postings fasse ich verschiedene Behandlungen kompakt und verständlich zusammen und setze mich so genau mit den Themen auseinander, was sicherlich auch ein Vorteil für mein Zahnmedizinstudium ist. Durch meine Zeit in der Praxis lerne ich deren Abläufe kennen, und besonders spannend sind für mich die großen „Vorher-Nachher-Fälle“, bei denen ich von der Ausgangssituation über die Behandlung bis zum Endergebnis viel mitbekomme.

## Worin liegt das Potenzial von Social Media im Praxiskontext?

Durch soziale Netzwerke haben Zahnarztpraxen die Möglichkeit ihren Bekanntheitsgrad zu steigern und neue Patienten zu gewinnen. Gleichzeitig kann darüber die Patientenbindung gestärkt werden, indem besondere Einblicke in den Praxisalltag oder lustige Videos gepostet werden. Primär war mir und der Praxis wichtig, einen qualitativ hochwertigen, professionellen und ästhetischen Social-Media-Auftritt zu gestalten. In unseren Storys und Reels darf und soll es dann aber auch gerne mal etwas lockerer und weniger ernst zugehen. Unseriöse oder auch falsche Posts sind aber ein absolutes No-Go. Letztlich ist es für das gesamte Praxisteam schön, sich mit kreativen Ideen zu beteiligen. Es unterstützt die Teambildung und ist, nicht zuletzt wegen Corona, eine willkommene Abwechslung. <<<



Instagram-  
Account Zahnarzt-  
praxis Ingelheim



© Oleg Magni – pexels.com