

SOCIAL MEDIA IST KEIN EINFACHES NEBENPROJEKT



Ein Beitrag von Alicia Hartmann

INTERVIEW /// Mit über 11.000 Followern auf Instagram führt Dr. Jochen Tunkel einen der erfolgreichsten zahnmedizinischen Social-Media-Accounts in Deutschland. Im Interview spricht der Zahnarzt aus Bad Oeynhausen über die Vorteile der Onlinepräsenz für die unterschiedlichsten Bereiche des zahnärztlichen Alltags, macht aber auch deutlich, dass ein gut funktionierender Account kein kleines Nebenprojekt ist.

Social Media – ein MUSS für die implantologische Praxis? – Unter diesem Titel hielten Sie auf dem 51. Jahreskongress der Deutschen Gesellschaft für Implantologie e.V. (DGZI) im Herbst 2022 einen Vortrag. Worin liegt Ihrer Meinung nach das Potenzial der sozialen Medien für Zahnarztpraxen?

Soziale Medien haben für Unternehmen und damit auch für Zahnarztpraxen ein riesiges Potenzial – aber das ist wohl den meisten bereits bekannt. Diese digitalen Kanäle können bei den Praxen vor allem in Sachen Patienten- sowie Mitarbeitergewinnung punkten. Für meine zahnärztliche Tätigkeit nutze ich beispielsweise zwei Kanäle: Zum einen habe ich einen Praxisaccount, den wir aber vorrangig als Informationstool und für die Mitarbeitergewinnung bespielen, zum anderen habe ich einen zusätzlichen Account für meine Vortragstätigkeit. Mittlerweile führe ich nur noch meinen Vortragsaccount selbst und zwei meiner Mitarbeiterinnen kümmern sich um den Praxisaccount.

TIPPS FÜR ERFOLGREICHES POSTEN

- Definieren Sie Zielgruppe und Zweck Ihres Accounts
- Arbeiten Sie sich in die Materie „Soziale Medien“ richtig ein
- Wählen Sie den zu Ihnen passenden Kanal aus (Sie müssen nicht auf allen Hochzeiten tanzen)
- Holen Sie sich Marketingexperten ins Boot
- Planen Sie genügend zeitliches und finanzielles Budget ein
- Bestimmen Sie einen Social-Media-Beauftragten in Ihrer Praxis



**Dr. Jochen Tunkel
auf Instagram**

**11.100
FOLLOWER**

**709
BEITRÄGE**

**492
ABONNENTEN**



Dr. Jochen Tunkel – Infos zur Person

Sie führen vor allem Ihren Vortragsaccount seit mehreren Jahren sehr erfolgreich. Wie hat sich Ihre Social-Media-Präsenz entwickelt?

So erfolgreich wie beide Accounts jetzt sind, waren sie nicht von Anfang an. Unsere Social-Media-Reise begann mit Facebook, als immer mehr Firmen zusätzlich zu ihren Webseiten Facebook zu Werbezwecken nutzten. Ich habe damals erst mal mit einem privaten Account angefangen, um mich in die Materie einzufühlen und dann die Entscheidung für den Praxisaccount getroffen. Allerdings habe ich das Ganze dann ehrlich gesagt schleifen lassen und den Kanal erst aufgrund meiner Vortragstätigkeit und der damit zusammenhängenden notwendigen Präsenz auf Instagram wieder reaktiviert und weiter ausgebaut. Gerade für mich als Referent sind soziale Medien ein klarer Vorteil: Ich kann meine Fälle und Themen präsentieren, ohne auf Dritte angewiesen zu sein, die mich als Referent auf eine Veranstaltung einladen. Und ich bekomme mehr direktes Feedback – bei Vorträgen trauen sich das auf jeden Fall weniger Zuhörer.

**„WILL MAN MIT
SOZIALEN MEDIEN
ERFOLGREICH SEIN,
MUSS MAN ZEIT
INVESTIEREN. DIE
DAFÜR NOTWENDIGE
ZEIT UNTERSCHÄTZT
MAN ABER SCHNELL.“**



Mockup: © DeepLab – stock.adobe.com

Wie ist ein ansprechender zahnärztlicher Social-Media-Account aufgebaut? Was muss man tun, um als Zahnarzt erfolgreich zu posten?

Zu Beginn sollte man sich zwei Fragen stellen: Was soll der Zweck des Kanals sein? Und wie spreche ich die Zielgruppe an? Vergessen sollte man dabei aber nicht, dass wir Zahnärzte sind und nur in den seltensten Fällen wirklich Ahnung von Marketing, Bildbearbeitung oder Contenterstellung haben. Meine klare Empfehlung an dieser Stelle: Holen Sie sich Hilfe! Es gibt Profis, die gerade in den Anfängen eine gute Unterstützung sind. Denn für einen erfolgreichen Account muss erst mal ein stimmiges Konzept als Basis entwickelt werden. Nur mit einem solchen Konzept kann man langfristig erfolgreich sein, sonst bräuhete man weder Zeit noch Mühe in den Aufbau stecken. Wichtig ist auch, dass man auf Trends reagiert. Beispielsweise wird TikTok immer beliebter, ob das für mich aber etwas Dauerhaftes ist, muss sich noch zeigen.

Gibt es auch Nachteile, die ein Auftritt in den sozialen Medien mit sich bringt?

Will man mit sozialen Medien erfolgreich sein, muss man Zeit investieren. Die dafür notwendige Zeit unterschätzt man aber schnell. Die Erstellung eines einfach wirkenden Posts mit vielleicht nur einem Bild kostet mich zwischen 30 Minuten und einer Stunde. Klingt erst mal nicht viel, aber dann postet man ja auch

nicht nur einen Beitrag die Woche. Hinzukommt das Reagieren auf Nachrichten, Aktivität in der eigenen Story, das Reposten von Beiträgen und auch das Kommentieren von anderen Posts zum Thema Zahnmedizin. Denn der Algorithmus ist in gewisser Weise ziemlich gemein und bestraft Inaktivität. Ist man wenig aktiv, werden den Followern die Beiträge nicht angezeigt und die ganze Mühe wäre für die Katz. Man muss einfach immer am Ball bleiben. Dadurch fühlt man sich aber auch verpflichtet, immer etwas zu posten und online aktiv zu sein. Das kann schnell zu einer großen Last werden. Damit das bei mir nicht passiert, verbringe ich nicht mehr als drei Stunden die Woche mit der Pflege meines Accounts. Für mich fällt deshalb auch ein YouTube-Kanal raus, denn die Produktion von längeren Videos wäre einfach zu aufwendig.

Wie stehen Sie zu privaten Inhalten auf Praxisaccounts?

Gerade für bekannte Accounts wird empfohlen, Einblicke in das Privatleben zu gewähren. Dieses Menscheln sorgt zwar für höhere Followerzahlen, ist aber nichts für mich. Mein Privatleben soll privat bleiben. Ich fände es – gerade auch für meinen Vortragsaccount – unprofessionell, Urlaubsbilder zu posten, da soll es wirklich vorrangig ums Fach gehen. Aber im Endeffekt muss jeder selbst entscheiden, ob er als Zahnarzt rein fachlich online präsent sein oder auch Inhalte darüber hinaus zeigen möchte.

Besuchen Sie uns
auf der IDS.

Halle 1 | Stand A10/C19



Wenn Sie EXPERT Kunde
sind, werden wir uns
wahrscheinlich nicht
kennen lernen.

Peter Schöchlin

Leiter Reparaturen und Retouren

Zuverlässigkeit trifft Innovation.

24 Monate Garantie - Die EXPERT Serie überzeugt mit neuer
Technologie und gewohnter Zuverlässigkeit. Made by KaVo.
Made in Germany.

Erfahren Sie mehr: www.kavo.com/de/expert

