

Die Praxis im Social Media – alles ist gut oder doch nicht?

Lothar Stobbe

Ihre Praxis hat eine Facebook-Seite und ist eventuell auch bei Instagram aktiv. Es wird einigermaßen regelmäßig gepostet. Ist damit im Hinblick alles getan, was man als moderne und patientenorientierte Praxis tun muss? Leider nicht bzw. nicht mehr, denn vor allem in den letzten Monaten machte sich bei Usern wie Anbietern gleichermaßen eine gewisse Social-Media-Müdigkeit breit.

Social Media steht aktuell immer häufiger in der Kritik. Eine wesentliche Ursache dürfte der Tatsache geschuldet sein, dass Facebook einfach nicht aus den Negativschlagzeilen herauskommt. Hinzu kommt, dass, schaut man sich seine eigene Timeline an, diese zunehmend einer Dauerwerbesendung gleicht. Die Häufigkeit wirklich „sozialer“ Themen und damit auch dessen Einblendung nehmen immer weiter ab. Viele Anbieter posten überwiegend Werbung, nicht mehr aber soziale Informationen rund um ihr Unternehmen. Dass diese jedoch durchaus gefragt sind, zeigen Likes und Abrufzahlen, wenn ein solcher Post denn doch einmal abgesetzt wird.

Aktuell bestimmen die Konzerne – und hier hauptsächlich Facebook – wann wer welche Einblendung sieht. Ein wenig Einfluss kann man als Seitenbetreiber derzeit zwar nehmen, sofern man seine Beiträge als gesponserte Posts gegen Bezahlung einstellt. Doch was geschieht, wenn, wie es z.B. die US-Senatorin Elizabeth Warren fordert, Amazon, Google und Facebook aufgespalten und in kleine Einheiten zerlegt werden? Bleiben diese Plattformen erhalten? Muss ich plötzlich Geld für die Teilnahme bzw. mehr Geld für Werbung bezahlen? Haben sie dann überhaupt noch eine sinnvolle Reichweite und einen Nutzen?

Rachel Botsman, eine der weltweit renommiertesten Expertinnen im Bereich Sharing Economy und Dozentin an der Said Business School, die zur Oxford University gehört, geht sogar noch weiter und stellt die These auf, dass Facebook als Marke untergehen und in fünf Jahren das neue Myspace sein wird. Aus ihrer Sicht hat der Konzern von Mark Zuckerberg das Vertrauen verspielt, das Nutzer in die Plattform haben oder besser hatten, um eine wirklich wesentliche Rolle im Leben zu spielen. Die Folge wird nicht zwingend eine Abmeldung bei Facebook sein, wohl aber eine Apathie der Plattform gegenüber.

Bedeutet dies, dass die Zahnarztpraxis Facebook, Instagram etc. zukünftig ignorieren kann? Mit Sicherheit nicht. Diese Plattformen sollten jedoch keinesfalls mehr das einzige Medium zur Verbreitung von Informationen darstellen. Vielmehr erscheint es zunehmend wichtiger, sich als Praxis selbst ein Medium als Informationsquelle für Patienten aufzubauen, in dem es möglich wird, nach eigenen Regeln zu publizieren.



Abb. 1

Abb. 1: Mit einem eigenen Blog können Inhalte unabhängig von Social-Media-Plattformen und Werbung platziert werden.

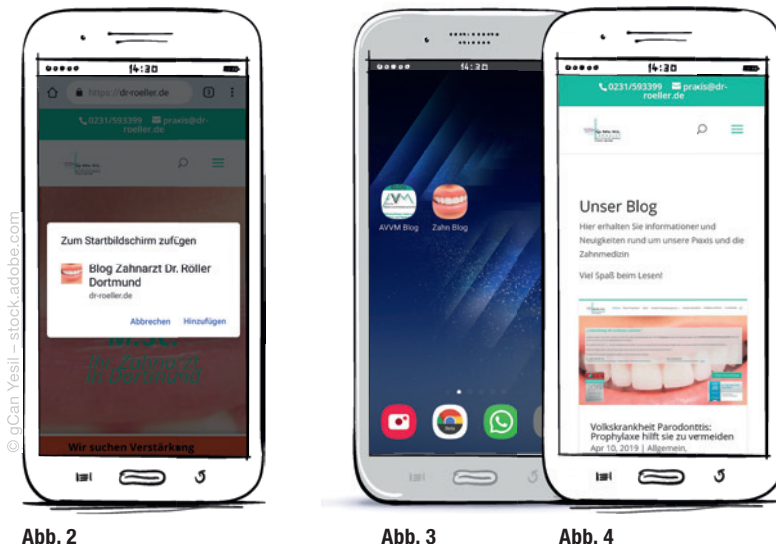


Abb. 2

Abb. 3

Abb. 4

Abb. 2: Der Blog der eigenen Praxis kann auf Wunsch des Patienten als Icon auf dem Smartphone hinterlegt werden. **Abb. 3:** Durch einen Direktlink via App kann der Patient jederzeit auf den Blog der Praxis zugreifen. **Abb. 4:** Ein Blog mit Inhalten aus der Praxis sorgt auch gleichzeitig für Content auf den Social-Media-Kanälen der Zahnarztpraxis.

Praxisblog

Das hört sich schwieriger an, als es ist. Am einfachsten funktioniert es mit einem eigenen Blog (Abb. 1). Hier schreiben Sie selbst oder lassen Ihren Content professionell durch einen versierten Dienstleister erstellen und veröffentlichen die Inhalte dann in eigener Regie. In Ihrem Blog bestimmen Sie allein die Regeln, den Umfang und die Inhalte. Auch die Regeln für das Kommentarsystem stellen Sie auf. Somit steht alles unter Ihrer vollen Kontrolle. Kein Problem, oder sogar ratsam ist es, dann auch die sozialen Medien zu nutzen, um Besucher auf die eigenen Artikel und Posts aufmerksam zu machen und auf Ihren Blog zu leiten. Bauen Sie ein Vertrauensverhältnis zu Ihren Patienten und Besuchern auf. Sie müssen nicht (wie z. B. bei Facebook) persönliche Daten abfragen und diese weitervermarkten. Genauso sollten Sie es auch kommunizieren. Durch Ihre Beiträge informieren Sie die User gezielt zu zahnmedizinischen sowie „sozialen“ Themen aus der Praxis, völlig ohne Einblendung lästiger Fremdwerbung. Besucher fassen Vertrauen und erhalten eine Entscheidungshilfe bei der Suche nach einem Zahnarzt, da sie über die zahlreichen Informationen bereits mit Ihnen, Ihrem Behandlungskonzept und Ihrem Team vertraut sind.

Progressive Web App

Mit einem solchen Blog und einer responsiven Website (heute ein absolutes Muss) können Sie Ihre Praxis sogar als App auf dem Smartphone verankern. Dazu bedarf es keiner kostenintensiven Programmierung. Ihre Website sowie die Beiträge aus Ihrem Blog werden über ein Content-Management-System als Progressive Web App auf das Smartphone des Patienten übermittelt. Dazu wird der Besucher Ihrer Seite oder Ihres Blogs beim Aufruf gefragt, ob ein Icon auf dem Smartphone erstellt werden soll, über das dann zukünftig Ihre Inhalte schnell und einfach abrufbar sind (Abb. 2 und 3). Ein aufwendiger Download, die Installation der App sowie ein großes Speichervolumen auf dem Smartphone entfallen. Gleichwohl stellt sich das Icon

analog einer App dar. Selbst Benachrichtigungen über neue Inhalte können eingebaut werden. Es besteht sogar die Möglichkeit, Inhalte vorzuladen, sodass der Nutzer auch Informationen bekommt, wenn er kurzfristig kein Netz bzw. keinen Internetzugang auf dem Handy hat. Aber auch, wenn ein Patient das Icon nicht installieren lässt: Die Einrichtung einer Progressiven Web App ist auf jeden Fall sinnvoll, da sie sowohl die responsive Website als auch den Blog weiter für den mobilen Abruf optimiert – ein Faktor, den Google im Hinblick auf sein Ranking honoriert. Ein Blog nimmt die Praxis allerdings in die Pflicht, regelmäßig Informationen, Beiträge etc. zu publizieren oder diese Arbeiten an professionelle Dienstleister auszulagern. Dies ist jedoch bei den sozialen Medien nicht anders, und sie werden auf diesem Wege mitversorgt (Abb. 4).

Fazit und Empfehlung

Machen Sie sich größtenteils unabhängig von den sozialen Medien. Erstellen Sie Ihre Beiträge nach Ihren eigenen Vorstellungen und Wünschen in einem Blog. Nutzen Sie jedoch Social Media weiterhin, um diese Informationen hier zu teilen bzw. auf Ihren Blog und Ihre Webseite zu verweisen. Setzen Sie zudem eine Progressive Web App ein, um Ihre Praxis auf dem Smartphone der User, Ihrer (potenziellen) Patienten, zu verankern und diesen durch den einfachen Klick auf ein Icon sowohl die Blogbeiträge als auch den kompletten Inhalt Ihrer Website schnell und einfach zugänglich zu machen.

Kontakt

Lothar Stobbe

AVVM Werbung & Marketing GmbH
Messingstraße 14b
58239 Schwerte
Tel.: 02304 750065
lothar.stobbe@avvm.de
www.avvm.de

Infos zum Autor





Cosmetic Dentistry – aktuelle Trends im Mai in Düsseldorf

Die 16. Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Kosmetische Zahnmedizin e.V. (DGKZ) findet 2019 in Düsseldorf statt. Die 2003 gegründete Fachgesellschaft setzt bei der Programmgestaltung und Themenauswahl besonders auf Vielfalt.

Am 17. und 18. Mai 2019 lädt die Deutsche Gesellschaft für Kosmetische Zahnmedizin e.V. (DGKZ) bereits zu ihrer 16. Jahrestagung ins Hilton Hotel Düsseldorf ein. Unter dem Motto „Aktuelle Trends in der Ästhetischen Zahnheilkunde“ werden Referenten von Universitäten und erfahrene Praktiker mit den Teilnehmern die gegenwärtigen Trends in der modernen Zahnheilkunde und deren Herausforderungen im Praxisalltag diskutieren. Insbesondere wird Wert darauf gelegt, entlang des roten Fadens „Ästhetik“ eine möglichst große Bandbreite an relevanten Themen und Entwicklungen aufzugreifen. Ob Prothetik, Konservierende Zahnheilkunde, Implantologie oder moderne Verfahren in der Kieferorthopädie – das spannungsreiche Vortragsprogramm bietet sicher für jede interessierte Kollegin und jeden interessierten Kollegen etwas. Ein begleitendes Programm zu den Themen Prophylaxe, Hygiene und Notfallmanagement macht die Jahrestagung zugleich auch zum Fortbildungsereignis für das ganze Praxisteam. Denn parallel findet der 1. Deutsche Präventionskongress statt.

Pre-Congress mit spannenden Table Clinics

Bereits am Freitagnachmittag findet die jährliche Mitgliederversammlung der DGKZ statt. Im Anschluss haben so-

wohl die Mitglieder als auch Teilnehmer der Jahrestagung Gelegenheit, in den sehr beliebten Table Clinics zu verschiedenen Themen mit Experten und auch Fälle aus der eigenen Praxis zu diskutieren. Aufgrund des parallel stattfindenden Präventionskongresses werden in diesem Jahr nicht nur Schwerpunkte der Ästhetischen Zahnmedizin behandelt, sondern auch aus der Parodontologie und Prophylaxe. So wird etwa DH Annkathrin Dohle/Marburg zur Guided Biofilm Therapy® sowie AIR-FLOW® und PIEZON® im Rahmen der professionellen Zahnreinigung sprechen, während sich Dr. Gregor Gutsche/Koblenz auf die Parodontitisprävention konzentriert. Dipl.-Ing. Dipl.-Inform. Frank Hornung/Chemnitz stellt dagegen mit CranioPlan® die 3D-kephalometrische Analyse zur Bestimmung der kranialen Symmetrie, Okklusionsebene und Inzisalpunkt sowie die Planung und Herstellung von Zahnersatz und Therapiehilfsmitteln auf Basis der CP®-Analyse (Interimsprothesen, CMD-, Sportler-, Schnarcher- und KFO-Schienen) in den Mittelpunkt.

Zusätzlich zu den Table Clinics finden der Einführungsvortrag zum 1. Deutschen Präventionskongress von Prof. Dr. Stefan Zimmer, Präsident der Deutschen Gesellschaft für Präventivzahnmedizin e.V. (DGPZM), sowie das Podium Seniorenzahnmedizin statt.



Von Bleaching bis Keramikimplantat – Hauptsache minimalinvasiv

Am Samstag beginnt der Hauptkongress der DGKZ-Jahrestagung. Eröffnet wird das fachlich hochkarätig besetzte Fachprogramm durch Gesellschaftspräsident Profesor Invitado der Universität Sevilla, Dr. med. dent. Martin Jörgens. Die folgenden Vorträge stehen dann vor allem unter dem Gesichtspunkt der minimalinvasiven Techniken in der Ästhetischen Zahnmedizin. Dr. Jens Voss/Leipzig startet mit einem Überblick für den Bereich der Frontzahnästhetik und wird sich dabei auf Bleaching, Komposit und Veneers konzentrieren. Prof. inv. Dr. Jürgen Wahlmann/Edewecht geht im Anschluss der Frage nach, ob es bei minimalinvasiven Versorgungen immer eine Krone sein muss. Prof. Dr. Nicole B. Arweiler/Marburg wird dagegen herausstellen, dass schmerzempfindliche Zähne nicht nur ästhetisch eine Herausforderung sind.

Am Samstagmittag und -nachmittag stehen dann vor allem die Themen Restauration und Implantate im Mittelpunkt. So wird Prof. Dr. Michael Gahlert/München anhand der Möglichkeit von einteiligen Keramikimplantaten aus Zirkondioxid neue Wege in der Frontzahnästhetik vorstellen. Einen weiteren Ansatz thematisiert Priv.-Doz. Dr. Sven Rinke, M.Sc., M.Sc./Hanau, Göttingen in seinem Vortrag zu vollkeramischen Restaurationen, in welchem er auf Bewährtes, Neues, aber auch Fehler eingeht. Dr. Arzu Tuna und Dr. Umut Baysal (beide Attendorf, Köln) vergleichen dagegen die Alignertherapie als minimalinvasives Konzept für die ästhetische Zahnkorrektur mit der prothetischen Lösung.

Da sich die 16. Jahrestagung der DGKZ als ein Fortbildungsereignis für das ganze Praxisteam versteht, werden parallel zu den Hauptverträgen einige Seminare zu Themen wie Hygiene, Qualitätsmanagement oder Brandschutz angeboten. Diese finden sowohl am Freitag als auch am Samstag statt. So ist auch in diesem Jahr

wieder eine Weiterbildung und Qualifizierung Hygienebeauftragte(r) für die Zahnarztpraxis im Seminar von Iris Wälter-Bergob/Meschede möglich. Parallel findet die Ausbildung zur zertifizierten Qualitätsmanagementbeauftragten (QMB) mit Christoph Jäger/Stadthagen sowie die Kursreihe – Anti-Aging mit Injektionen von Dr. Andreas Britz/Hamburg statt. Am Freitag gibt es zusätzlich noch die Möglichkeit, das Seminar zum Thema Brandschutz und Notfallmanagement von Tobias Wilkomsfeld/Mülheim an der Ruhr zu besuchen.

Neben diesen Kursen findet auch das Vortragsprogramm des 1. Deutschen Präventionskongresses statt, welcher ebenfalls mit hochkarätigen Referenten aufwartet. Hier geht es um Themen wie Biofilmmangement, professionelle und häusliche Präventionsmaßnahmen sowie parodontale Nachsorge. Integriert sind zudem Kurzvorträge sowie die Verleihung des DGPZM-Praktikerpreises und ein „Meet and Greet“ mit den Referenten.

Kontakt

OEMUS MEDIA AG

Holbeinstraße 29
04229 Leipzig
Tel.: 0341 48474-308
Fax: 0341 48474-290
event@oemus-media.de
www.dgkz-jahrestagung.de

Anmeldung

