

Praxis

Zeigt her eure Profile!

Expertenbericht. Soziale Medien sind aus unserem Leben nicht wegzudenken. Für niedergelassene Ärzte bieten die unterschiedlichen Plattformen vielfältige Kommunikationsmöglichkeiten und Werbung für die eigene Praxis.

Von Verena Gottwald

Vom Austausch medizinischer Informationen über die Patientenaufklärung bis hin zur beruflichen Vernetzung – die Möglichkeiten sozialer Medien sind vielfältig. Doch wie können Ärzte diese Plattformen effektiv und verantwortungsvoll nutzen? Nachfolgend werden die Chancen und Herausforderungen von Social Media im medizinischen Kontext erörtert und praktische Tipps für eine erfolgreiche Nutzung gegeben.

Seit ihrem Beginn im Jahr 2004 haben sich soziale Medien zu einem unverzichtbaren Kommunikationstool entwickelt und sind in nahezu allen Altersgruppen fest etabliert. Im Jahr 2023 gab es in Österreich 7,3 Millionen Social-Media-Nutzer und -Nutzerinnen, die fast täglich etwa 87 Minuten online verbrachten, wobei Plattformen wie Instagram, TikTok, Facebook, LinkedIn oder Twitter genutzt wurden, um Inhalte zu veröffentlichen und zu konsumieren¹.

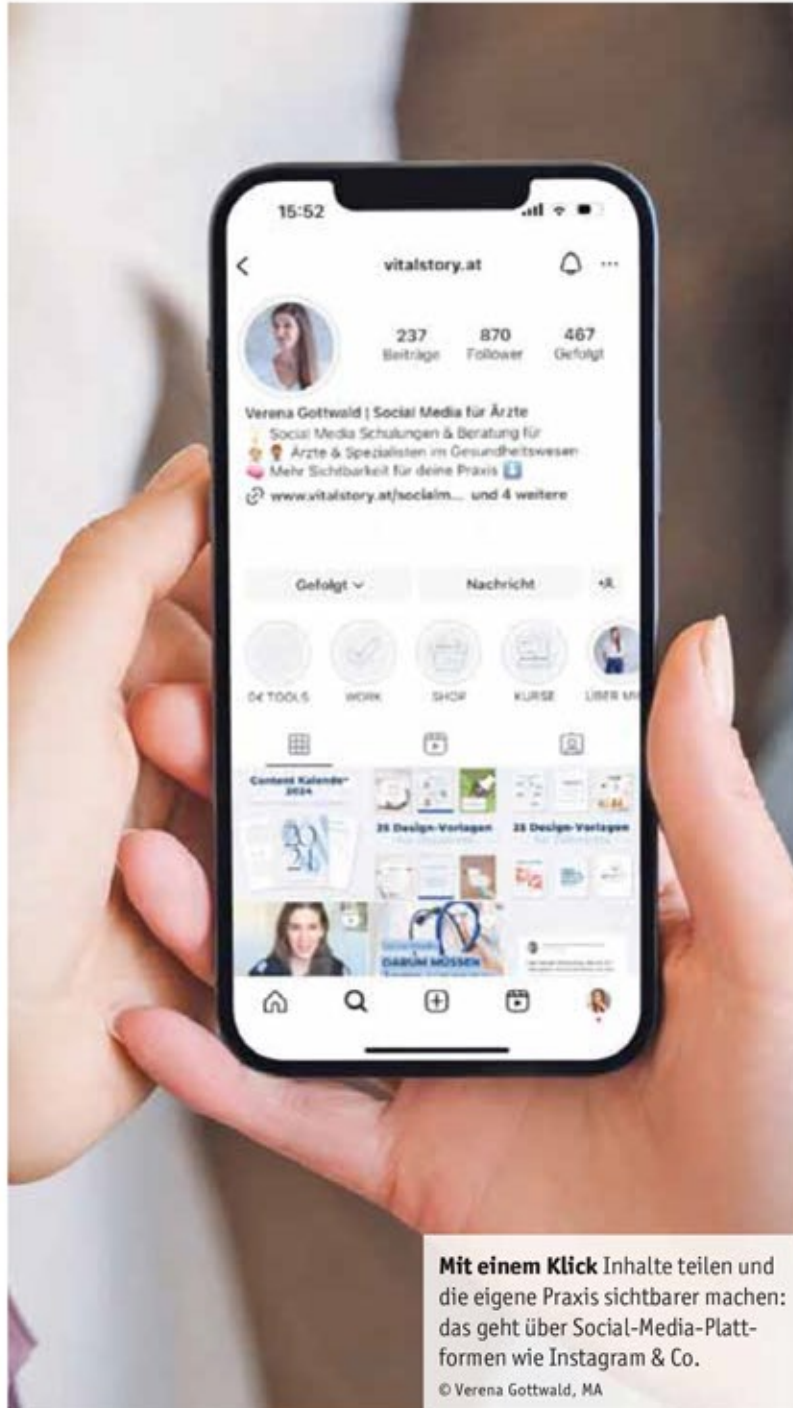
Recherchieren mit sozialen Medien

Dass Social-Media-Nutzer allen Alters auch an medizinischen Themen interessiert sind, zeigen Hashtags wie #gesundheitsstipps, welche auf TikTok bereits über 35.000 Videos haben. Unter diesem Hashtag finden sich unzählige Beiträge von Ärzten, Spezialisten und Influencern, die Tipps und Informationen zur körperlichen und mentalen Gesundheit teilen. Hinzu kommt ein geändertes Nutzungsverhalten des Internets, insbesondere bei jüngeren Patientinnen und Patienten der Generation Z. 51 Prozent dieser Nutzer verwenden für ihre Recherchen direkt soziale Medien statt Suchmaschinen wie Google².

Für Ärzte und Praxisinhaber bedeutet dies, dass eine Präsenz auf Instagram oder TikTok unerlässlich ist, um von dieser Zielgruppe online gefunden zu werden. Angesichts der zunehmenden Relevanz werden soziale Medien somit auch für Ärzte immer wichtiger, um sich zu präsentieren und über ihre medizinischen Leistungen zu informieren. Dies sollte vor allem als Chance wahrgenommen werden, einer breiten Masse gesundheitlich relevante Themen näherbringen zu können.

Ärzte auf Social Media

Für Ärztinnen und Ärzte sowie medizinische Fachkräfte bieten soziale Medien zahlreiche Möglichkeiten zur Interaktion mit Patienten, zum Teilen von Informationen und zur Zusammenarbeit mit Kollegen. Ein



Mit einem Klick Inhalte teilen und die eigene Praxis sichtbar machen: das geht über Social-Media-Plattformen wie Instagram & Co.

© Verena Gottwald, MA

von Vertrauen, Transparenz und persönlichen Verbindungen liegen und nicht auf Werbung.

Relevante Plattformen in Österreich

Für die Arzt-Patienten-Kommunikation eignen sich hierzulande, insbesondere die Plattformen Instagram mit 3,2 Millionen aktiven Nutzern³ und TikTok, mit 2,1 Millionen Nutzern⁴. Wobei beachtet werden muss, dass die Einstiegshürde auf TikTok wesentlich höher ist. Wer auf dieser Plattform erfolgreich sein will, muss mit ansprechenden und unterhaltenden Videos überzeugen. Idealerweise können Mediziner auf Mitarbeitende zurückgreifen, die selbst auf der Plattform aktiv sind und aktuelle Trends kennen und verstehen. Während TikTok eine reine Videoplattform ist, bietet Instagram auch die Möglichkeit, mit ansprechenden Fotos Reichweite aufzubauen. Tendenziell fällt Ärzten hier der Einstieg wesentlich leichter.

Nutzung von Trends

■ Kurzvideos

Sowohl auf TikTok als auch auf Instagram – hier als Reels bezeichnet – erreichen Kurzvideos von bis zu drei Minuten die meisten Nutzerinnen und Nutzer. Ärzte setzen diese Videos ein, um komplexe medizinische Zustände zu erklären, Verfahren zu demonstrieren und Gesundheitstipps zu geben. Diese Videos bilden nicht nur Patienten, sondern bauen auch Vertrauen auf und etablieren die Expertise des Arztes in seinem Fachgebiet. Besonders beliebt sind Videos mit edukativem und unterhaltendem Aufbau, dynamischen Szenen und mitreißender Musik.

■ Social SEO: Verbesserung der Online-Sichtbarkeit

Social SEO beinhaltet die Optimierung von Social-Media-Profilen und -Inhalten, um die Sichtbarkeit in den Suchergebnissen zu verbessern. Dazu zählt der Einsatz relevanter Schlüsselwörter in den Social-Media-Profilen, -Beiträgen oder auch Hashtags, wodurch Inhalte innerhalb der einzelnen Plattformen besser auffindbar werden. Regelmäßige und hochwertige Inhalte, die den Nutzern Mehrwert bieten, fördern darüber hinaus die Interaktionen – Likes, Kommentare, Teilen der Beiträge – und signalisieren den Algorithmen, dass Inhalte relevant und aktuell sind, was die Reichweite der Beiträge erhöht.

■ Karussell-Posts

Ein weiterer effektiver Trend in den sozialen Medien sind Karussell-Posts. Diese Formate, bei denen Nutzer durch mehrere Bilder oder Videos innerhalb eines einzigen Posts wischen können, sind besonders effektiv für die Vermittlung von mehrschichtigen Informationen. Diese Art von Beiträgen ermöglicht es, Geschichten visuell zu erzählen oder komplexe Sachverhalte in leicht verdaulichen Abschnitten zu präsentieren. Wer sich selbst nicht in einem Video sehen möchte, greift deshalb am besten zu diesen Karussell-Posts. Sie erreichen tendenziell mehr In-

teraktionen und Reichweite als Einzelbilder.

Tipps: Authentizität ist der Schlüssel zum Erfolg. Wer sich selbst und seinen Werten treu bleibt, wird auch auf Social Media die richtige Zielgruppe überzeugen.

Herausforderungen

Ärzte, die auf Social Media aktiv sind, stehen vor mehreren Herausforderungen. Sie müssen regelmäßig Inhalte veröffentlichen und gleichzeitig ethische und rechtliche Aspekte wie ärztliche Schweigepflicht und Datenschutz beachten. Die Trennung von professionellen und privaten Inhalten ist ebenfalls wichtig, um ihre Integrität zu wahren. Darüber hinaus müssen Verantwortliche auch den technischen Umgang mit den sozialen Medien beherrschen. Wer ein Social-Media-Profil erstellt, sollte sich deshalb bewusst sein, dass dies ein langfristiger Prozess ist, der sowohl personelle als auch zeitliche Ressourcen erfordert.

Fazit für die Praxis

Die Integration sozialer Medien in den Praxisalltag bietet Ärzten vielfältige Möglichkeiten, Patientinnen und Patienten effektiv zu erreichen und zu informieren. Durch eine strategische Nutzung von Plattformen wie Instagram und TikTok können Ärzte nicht nur ihre Sichtbarkeit erhöhen, sondern auch einen wertvollen Beitrag zur Gesundheitsaufklärung leisten. Dabei ist es essenziell, auf Authentizität und Vertrauensbildung zu setzen.

Ein professioneller und gut geplanter Social-Media-Auftritt hilft, das Image einer Praxis zu verbessern und Alleinstellungsmerkmale klar hervorzuheben. Ärzte haben die Möglichkeit, ihre Fachkompetenz zu unterstreichen und eine starke Online-Präsenz aufzubauen, die Vertrauen schafft und die Patientenwie Mitarbeiterbindung stärkt.

So können soziale Medien zu einem wertvollen Werkzeug im Gesundheitswesen werden. Sie bieten die Chance, auf innovative Weise mit Patienten zu interagieren und das Bewusstsein für gesunde Lebensweisen zu stärken. Ärztinnen und Ärzte, die sich den Chancen und Herausforderungen der digitalen Kommunikation stellen, können somit nicht nur ihre eigene Praxis stärken, sondern auch einen bedeutenden Beitrag zur allgemeinen Gesundheitsförderung leisten. ■



25. bis 31. August 2024

Frühbucherbonus

bis 30. Juni 2024

Programm und Anmeldung
finden Sie hier:



SCAN ME

professioneller Auftritt in sozialen Medien kann dazu beitragen, Patienten aufzuklären und ihnen zuverlässige Informationen zu bieten. Dies ist besonders wichtig angesichts der großen Menge an irreführenden Inhalten, die online verbreitet werden. Ärzte können ihre Fachkenntnisse nutzen, um Falschinformationen zu entkräften und evidenzbasierte Informationen zu liefern, die Patienten in ihren gesundheitlichen Entscheidungen unterstützen. Denn nur durch aktives Mitgestalten können Ärztinnen und Ärzte die Inhalte der sozialen Medien beeinflussen.

Darüber hinaus bieten soziale Medien die Möglichkeit, ein breiteres Publikum zu erreichen und auf spezifische Gesundheitsfragen oder -bedenken einzugehen, die in der Allgemeinbevölkerung auftreten. Durch regelmäßige Beiträge, Videos oder Live-Sessions können Ärzte präventive Maßnahmen, gesunde Lebensweisen und neue medizinische Erkenntnisse kommunizieren und das Bewusstsein dafür fördern. Der direkte Austausch mit Patienten kann zudem deren Vertrauen in das Gesundheitssystem stärken.

Tipps: Ein erfolgreiches Profil besticht durch Kommunikation auf Augenhöhe und Storytelling. Der Fokus eines medizinischen Social Media-Auftritts sollte daher auf dem Aufbau

Quellen:

1. Statista.com, „Anzahl der Internet- und Social-Media-Nutzer in Österreich im Januar 2023“, Stand Mai 2024
2. Presstext.com, „Gen Z in den USA nutzt TikTok für Web-Suche“, Stand Mai 2024,
3. Statista.com, „Anzahl aktiver Nutzer von Instagram in Österreich von Februar 2016 bis Januar 2024“, Stand Mai 2024
4. TikTok.com, „20,9 Millionen Menschen in Deutschland und 2,1 Millionen in Österreich nutzen TikTok jeden Monat“, Stand Mai 2024

Verena Gottwald, MA ist Social-Media-Expertin für Ärzte, Vitalstory/Founder & Social Media Enthusiast, wohnhaft in Linz.
© Christian Huber Fotografie

