

Am Anfang war die Idee – Ein Jahr dental_masterclass_

Fortbildung auf dem „higher level“

Lisa Grötzner, Doris Brinkmann

Seit mehr als 10 Jahren gibt es nun das soziale Netzwerk „Instagram“. Der ursprüngliche Fokus in der Entwicklung lag auf dem Teilen von Videos und Fotos. Durch steigende Popularität, neue Features und Funktionen hat vor allem Instagram in den letzten Jahren ein nie dagewesenes Wachstum erlebt. Hochrechnungen zufolge soll sich die Anzahl der aktiven Nutzer im Jahr 2021 auf rund 1,22 Mrd. Menschen weltweit belaufen haben⁵. Gerade in den letzten Jahren und durch zunehmende Nutzerzahlen konnte eine fast schon revolutionäre Entwicklung beobachtet werden.

Für viele aktive Nutzer ist Instagram ein fester und essenzieller Bestandteil ihres Lebens geworden. Ursprünglich sollte die Plattform dem unkomplizierten Versenden und Teilen von Fotos dienen. Heute ist Instagram weitaus mehr als eine Plattform zum Teilen von Fotos einmaliger Sonnenuntergänge, außergewöhnlicher Reisen und penibel angerichteter Teller. Gerade durch die Einführung von Hashtags, Storys, Reels und Live-Übertragungen werden Grenzen abgebaut und Follower bekommen private Einblicke in nie dagewesenen Dimensionen. Auch viele Unternehmen sind auf den „Instagram-Effekt“ aufmerksam geworden, denn durch Kooperationen und Kampagnen wird Insta-

gram zusätzlich zur Marketing- und Werbeplattform im Businessbereich. Auch im Bereich der Wissensvermittlung und auf dem Fortbildungsmarkt mischt Instagram mit. Die Möglichkeit, schnell, unkompliziert und überall auf der Welt Informationen, aktuelles Wissen und neue Fähigkeiten zu erlangen, ist so einfach wie noch nie. So schön die Idee des Teilens, Bloggens und Kooperierens auch klingen mag, auch Kritiker haben sich des Phänomens Instagram angenommen. Nach längeren Untersuchungen fanden Wissenschaftler 2017 heraus, dass intensive Instagram-Nutzung im Zusammenhang mit depressiven Verstimmungen und depressiver Symptomatik stehen könnte. Auch wurden



bei aktiven Nutzern deutlich mehr Angststörungen beobachtet als bei Nichtnutzern⁴. Ebenfalls wurde von erhöhtem Suchtpotenzial³ und der immer wiederkehrenden Angst etwas zu verpassen berichtet. Die „Fear of missing out“ (FOMO) ist eine eher neuzeitliche Problematik und beschreibt eine gesellschaftliche Beklemmung oder zwanghafte Angst beispielsweise eine soziale Interaktion zu verpassen^{1,2}. Aber da die Medaille bekanntlich immer zwei Seiten hat, möchten wir Ihnen (auf Instagram spricht man natürlich immer von „Euch“) hier vorwiegend von den Vorteilen des sozialen Netzwerks berichten. Liebe Leserinnen und Leser, liebe Kolleginnen und Kollegen, ist eine vorwiegend positive Nutzung sozialer Medien, kollegialer Austausch und Wissensvermittlung auf Instagram überhaupt möglich? Können Sie sich vorstellen, durch Instagram in Bereichen wie Parodontologie und Prophylaxe auf dem neuesten und aktuellsten Stand zu bleiben? Runzeln Sie vielleicht gerade die Stirn? Fragen Sie sich, wie dies möglich sein soll? Finden Sie, Instagram sei nur für Unter-20-Jährige interessant? Und hier kommen wir ins Spiel!

Über uns und wer wir sind

Wir sind die Dentalhygienikerinnen Doris Brinkmann und Lisa Grötzner und seit ungefähr einem Jahr ein kleiner Teil der dentalen Instagram-Welt. Sie kennen uns noch nicht? Dann lernen Sie uns und unser Projekt gern kennen. Doris Brinkmann, 52 Jahre alt, ist Dentalhygienikerin seit 2004. Sie ist sozusagen der „alte Hase“ von uns beiden, was selbstverständlich nur ihre berufliche Erfahrung und nicht ihr biologisches Alter beschreibt. Sie ist ebenfalls seit 2004 Referentin der Zahnärztekammer Westfalen-Lippe (ZÄKWL) und seit 6 Jahren Teamleiterin des Referententeams.

Sie ist zudem fachliche Leiterin der Prophylaxekurse und vorwiegend in der Aufstiegsfortbildung zur Dentalhygienikerin zu finden. In regelmäßigen Abständen arbeitet sie noch aktiv als DH in einer Zahnarztpraxis in Nordhorn in der Betreuung von Parodontitispatienten. Auch außerhalb ihrer regulären Arbeitszeiten ist sie beruflich sehr engagiert. Sie ist langjähriges Mitglied führender Berufsverbände und setzt sich demnach aktiv für die Förderung und Anerkennung Zahnmedizinischer Fachangestellter ein. Noch vor einem Jahr war sie absoluter Social-Media-Neuling, was man ihr mittlerweile überhaupt nicht mehr anmerkt. Ich, Lisa Grötzner (hier federführend), bin 28 Jahre alt und habe meine Aufstiegsfortbildung zur Dentalhygienikerin 2019 an der ZÄKWL abgeschlossen. Ich bin nun seit 2 Jahren im Referententeam der ZÄKWL und zusätzlich einmal wöchentlich in einer Zahnarztpraxis in Dortmund beschäftigt. Neben dem Unterrichten in Prophylaxekursen gehört zu meinen Tätigkeiten auch das Verfassen von Fachartikeln und Nachberichten. Anders als Doris bin ich schon einige Jahre mehr oder weniger aktiv in den sozialen Medien unterwegs. Im Gegensatz zu meiner Kollegin ist meine Erfahrung in den sozialen Netzwerken der Berufserfahrung zahlenmäßig um einiges überlegen. Frei nach dem Motto „Eine Hand wäscht die andere“ oder „Alleine können wir so wenig erreichen, gemeinsam können wir so viel erreichen“ ergänzen und unterstützen wir uns hervorragend.

Über die Idee

Vor rund einem Jahr wurde die Idee geboren, einen eigenen Instagram-Account für zahnmedizinisches Fachpersonal zu gründen. „Selbst die populärsten Instagrammer haben mal

ganz klein angefangen“, dachten wir uns und versuchten unserer Idee etwas mehr Form, wortwörtlich Farbe und vor allem einen Namen zu verleihen. Der Wunsch war, sich sowohl grafisch als auch inhaltlich von Kolleginnen und Kollegen abzuheben. Neben all den unzähligen Accounts rund um die Zahnmedizin, die in den sozialen Netzwerken zu finden sind, war es unser Bestreben einfach anders als die breite Masse zu sein. Unabhängig von Werbung und Kooperationen war es unser Wunsch, eine Informations- und Fortbildungsplattform zu schaffen und das ohne versteckte Fallen für Follower. Um uns herum begannen wilde Spekulationen und Wetten, vor allem auf unsere steigenden Follower-Zahlen wurde gewettet. Aber uns interessierte erstmal nur: „Würden wir wirklich es schaffen, in der Instagram-Welt Fuß zu fassen? Und wen interessiert überhaupt, was wir zu erzählen haben?“ Zu all den wirklich wichtigen Fragen, die wir uns zusätzlich stellten – „Wie soll unser Logo aussehen?“, „Welche Themen wollen wir bearbeiten?“ und „Was für ein Farbkonzept wollen wir verfolgen?“ –, kam die etwas eigene Sprache der Instagram-Profis. Für uns klingt es heute immer noch wie eine Art Geheimsprache, wenn von Insights, Captions, Tags, Loops und Shitstorms die Rede ist. Und was sind bitte die „Engagement rates“? Unter Insights versteht man beispielsweise einen Analysesetool, das Auskunft über Follower-Zahlen und Reichweite unterschiedlicher Posts gibt. Ähnlich wie eine Statistik. Aber egal, auch ohne Geheimsprache, teurem technischen Equipment und zusätzlicher Ausbildung zum Content Creator haben wir unser Ziel verfolgt und bisher mehr als erreicht. Unser Ziel war es, innerhalb eines Jahres 1.000 Follower zu gewinnen. Dies ist uns mehr als gelungen. Am 26.04.2022, vier Wochen vor unserem einjährigen Jubiläum, feierten wir den 3.000 Follower! Aber nun kom-

men wir zu unserer eigentlichen Frage zurück: Was genau war nun unsere Idee? Um unsere Prophylaxekurse bei der Zahnärztekammer aufzuwerten und mit neuen Medien zu unterstützen, waren wir auf der Suche nach einer Plattform zum Informationsaustausch und sozialen Netzwerken. Wir wollten Teilnehmerinnen und Teilnehmern sowie weiteren Interessierten kostenlos Videos, Anleitungen, Einblicke und Recherchen zur Verfügung stellen. Gerade evidenzbasierte Zahnmedizin und fachlich fundiertes Wissen sollte unsere Beiträge auszeichnen. Unser Anliegen war es und ist es heute noch immer, Interesse, Motivation und Freude am Beruf zu wecken und zu fördern. Zum einen ist es uns wichtig die Vielfalt und Vielseitigkeit unseres Berufes darzustellen. Zum anderen möchten wir motivierten Kolleginnen und Kollegen Wege und Möglichkeiten aufzeigen, sich weiter fortzubilden und zu qualifizieren. Die Wahl des Account-Namens war unsere nächste Hürde, die bewältigt werden wollte. Der Name sollte direkt unsere Intention vermitteln, eine gewisse Seriosität ausstrahlen und einen Wiedererkennungswert besitzen. Ebenfalls um schnell gesehen und wiedererkannt zu werden, wählten wir eine auffällige Farbe: das Pink der dental_masterclass_. Und schon stand unser Konzept fest.

Über „dental_masterclass_“

Und nun fragen Sie sich, liebe Kolleginnen und Kollegen: So viele Ziele, Wünsche und Intentionen ... kann man all das nun ein Jahr später auf dental_masterclass_ wiederfinden? Wir antworten mit „Ja!“. Passt dieses Konzept überhaupt auf Instagram? Zu 100 Prozent: „Ja!“ Rückblickend lässt sich sagen, dass wir unser Vorhaben genauso umgesetzt haben, wie wir es ursprünglich geplant hatten. Auf unserer Seite finden Sie heute (Stand:

19.05.2022) genau 228 Beiträge. Ein gemischtes Potpourri aus allen Bereichen der Zahnmedizin, Prophylaxe und Dentalhygiene. Zusätzlich haben wir uns spannender Themen rund um Ernährung, Umweltbewusstsein und allgemeine Gesundheitsförderung angenommen. Für Sie erstellen wir interessante, kurzweilige Beiträge, um dazuzulernen oder um wieder auf den aktuellen Stand der Wissenschaft zu kommen. Wir kreieren Lehr-Videos, bieten in regelmäßigen Abständen Fragerunden und Live-Videos an, um noch näher mit unseren Followern zusammenzuarbeiten. Immer wieder geben wir kurze und spannende Einblicke in unsere Kurse und informieren über die umfassenden Angebote der ZÄKWL. All dies ist uns gerade durch die Kooperation mit der ZÄKWL möglich. Zum einen können wir die große Behandlungsetage der ZÄK sowie die technische Ausrüstung für Videos und Vorträge nutzen. Zum anderen haben wir auch in der Arbeitszeit die Möglichkeit, uns um dental_masterclass_ zu kümmern. So lässt sich sowohl unser Hauptjob als auch Instagram gut miteinander vereinen. Neben unseres Instagram-Accounts haben wir eine Homepage, auf der alle Besucher weitere Informationen über uns, zukünftige Veranstaltungen und Dokumente wie Arbeitsanweisungen, Befundblätter und Checklisten finden. Gleichzeitig bewahren wir (sehr häufig) eine gewisse Seriosität, die leider in den sozialen Medien relativ selten zu finden ist. Trotzdem geben wir unseren Followern intensive Einblicke in unser Leben als Dentalhygienikerinnen und Referentinnen. Sie durften uns bereits auf Fortbildungen, bei der Zungenreinigung, beim Bleaching, während unserer COVID-19-Erkrankung oder beim Face-Yoga begleiten. Wir sind und bleiben einfach authentisch.

Über Hürden und Ehrlichkeit

Wir sind keine Fans der Instagram-Scheinwelt und berichten aus dem wahren Leben. Demnach wollen wir auch ehrlich mit Ihnen sein. Das Führen eines solchen zeitintensiven und gut gepflegten Accounts ist kein Kinderspiel. Doris und ich besaßen schon immer Organisationstalent. Neben unseren Vollzeitjobs nehmen wir uns täglich viel Zeit, Beiträge vorzubereiten, Videos zu produzieren, Fragen zu beantworten und spannende Themen zu recherchieren. Wir haben an uns und unsere Arbeit hohe qualitative Ansprüche. Neben all der Arbeit, die uns fordert und auch an unsere Grenzen kommen lässt, versuchen wir selbstverständlich Familie, Freunde und Hobbies nicht zu kurz kommen zu lassen. Wir würden lügen, wenn wir behaupteten, dass uns von Anfang an klar war, wie viel Zeit Instagram und unser Account einfordern. Durch gegenseitige Unterstützung und auch Rücksichtnahme versuchen wir tagtäglich die sogenannte Work-Life-Balance aufrechtzuerhalten. Aber ja, wir versuchen es, gelingen will es uns dennoch nicht immer. Unser größter Ansporn ist unser täglich wachsender Account und vor allem unsere motivierte, nette und an Fortbildungen sowie Weiterentwicklung interessierte Community. Diese schätzt unser Engagement, gibt uns viel positives Feedback und hat Verständnis, wenn wir nicht rund um die Uhr verfügbar sein können. Wir leben und lieben zwar unseren Beruf mit ganzem Herzen, brauchen jedoch selbstverständlich unsere Auszeiten, unsere Freizeitaktivitäten und vor allem unseren Schlaf. Wenn Grenzen weder gesetzt noch bewahrt werden, besteht die Gefahr, immer tiefer in den Instagram- und Social-Media-Sog zu geraten. Die Verantwortung, für seine Grenzen, freien Zeiten und die eigene Work-Life-Balance einzustehen, sowie

die Fähigkeit, sich selbst gegenüber fürsorglich zu sein, sind hier essenziell!

Über unsere Vision

Natürlich ist unsere Reise noch nicht vorbei. Genau genommen hat sie gerade erst begonnen. Trotz der zeitintensiven Arbeit liegt uns dental_masterclass_ sehr am Herzen. Und genau deshalb darf sie auch stetig wachsen und sich weiterentwickeln. Wir möchten weiterhin im Austausch sein, Feedback erhalten und unsere dental_masterclass_-Community vergrößern. Folgen Sie uns gern auf Instagram. „Eine Investition in Wissen bringt noch immer die besten Zinsen“, sagte Benjamin Franklin und das trifft es für uns mehr als auf den Punkt. 📺

Literatur

1. Balta S, Emirtekin E, Kircaburun K et al. Neuroticism, trait fear of missing out, and phubbing: the mediating role of state fear of missing out and problematic instagram use. *Int J Ment Health Addict* 2020;18:628–639.
2. Barry CT, Reiter SR, Anderson AC et al. “Let me take another selfie”: Further examination of the relation between narcissism, self-perception, and instagram posts. *Psychol Pop Media Cult* 2019;8(1):22–33.
3. Foroughi B, Griffiths M, Iranmanesh M et al. Associations between instagram addiction, academic performance, social anxiety, depression, and life satisfaction among university students. *Int J Ment Health Addict* 2021 [Epub ahead of print].
4. Khodarahimi S, Fathi R. The role of online social networking on emotional functioning in a sample of iranian adolescents and young adults. *J Technol Hum Serv* 2017;35(1):120–134.
5. Statista. Statistiken zu Instagram. Internet: <https://de.statista.com/themen/2506/instagram/#dossierKeyfigures>. Abruf: 15.06.2022.



Autorinnen

Doris Brinkmann
Lisa Grötzner
Dentalhygienikerinnen und Referentinnen

Kontakt
Zahnärztekammer
Westfalen-Lippe
Auf der Horst 29/31
48147 Münster
Doris.Brinkmann@
zahnärzte-wl.de
Lisa.Grötzner@
zahnärzte-wl.de
www.masterclassdental.help
Instagram:
@dental_masterclass_

