Senden auf allen Kanälen

Moderne Kommunikation

35 mal 50 Zentimeter. Kaum zu glauben, aber es ist noch gar nicht so lange her, da durfte ein Praxisschild diese Maße nicht übersteigen. 17 Jahre, um genau zu sein – als der 105. Deutsche Ärztetag 2002 befand, „dass in einer modernen Informationsgesellschaft dem Interesse der Bevölkerung auf Information besonders Rechnung getragen werden muss." Ein Meilenstein. Endlich konnten Ärzte auf Tätigkeitsschwerpunkte oder Qualifikationen hinweisen, die nicht Gegenstand des Weiterbildungsrechts sind. Vorbei waren die Zeiten, als ein Arzt maximal dreimal im Jahr per Zeitungsannonce mit der Mitteilung einer Praxisübernahme oder Urlaubsabstinenz auf sich aufmerksam machen durfte.

von Jan Worlitz, Bovenden

Foto: sdecoret - stock.adobe.com

Jan Worlitz ist Geschäftsführer und Gründer des international tätigen Implantologieunternehmens Medical Instinct – das sich seit mehr als zehn Jahren auch auf Kommunikations- und Marketingstrategien für Zahnmediziner spezialisiert hat. Die individuell für Kunden entwickelten und umgesetzten Markenauftritte wurden mehrfach ausgezeichnet.

140 Zeichen. Diese Reglementierung ist nun wirklich noch nicht lange her. Weniger als zwei Jahre, um fast genau zu sein – als der Kurznachrichtendienst Twitter am 7. November 2017 sein Zeichenlimit von 140 auf 280 verdoppelte. Man wolle, „dass es für Nutzer einfacher und schneller möglich ist, sich auszudrücken". Noch ein Meilenstein, nicht zuletzt für Donald Trump. Ja, die Zeiten ändern sich und mit ihnen die Kommunikation. Nicht immer zwingend zum Besseren, aber letztlich wünscht sich vermutlich niemand von uns zurück in die Zeiten von Rauch- oder Trommelzeichen, berittenen Kurieren, Telegrammen oder winzigen Praxisschildern.

Kaum etwas ist Veränderungen so stark unterworfen und so wandelbar wie die Kommunikation. Als meine Kinder ihre ersten Handys erhielten, habe ich mich noch über ihr unentwegtes Texten und Daddeln mit ihren Freunden aufgeregt. Und mich dann vermutlich ähnlich angehört wie meine Mutter 40 Jahre zuvor – als sie mir erklärte, dass man seine gerade erst gesehenen Freunde nicht nach der Schule auch noch vom einzigen Hausapparat anrufen müsse. Ohnehin wäre das häufige Telefonieren (ja, manchmal wollte ich tatsächlich zwei Freunde am selben Nachmittag anrufen) nur schlecht für meine persönliche Entwicklung. Heute lachen meine Mutter und ich über diese Anekdoten – und das nicht selten auf digitalem Weg, begleitet von augenzwinkernden oder tränenlachenden Emojis, die sie längst in ihren „Sprachschatz" aufgenommen hat.

Die Jugend von heute regelt ihre Kommunikation bekanntlich ohnehin ausschließlich mit Messengerdiensten. Rechtschreibung und grammatisch einwandfreie Texte wurden durch Zeichen, Abkürzungen und Emojis ersetzt. Wobei die kommunikative Evolution gerade in Bezug auf Emojis seit Jahrtausenden ja eher auf der Stelle tritt – beziehungsweise sich im Retromodus zu befinden scheint: Denn vor der Erfindung

„Nicht jedes Kommunikationsmittel ist für alle Kommunikationsinhalte geeignet."

der Schrift gab es schließlich die Hieroglyphen, quasi die Emojis von einst. Sag es mit Bildern, so haben es schon die alten Ägypter gehalten. Was früher – vermutlich in mühevoller Kleinarbeit – im Schein einer Fackel an die Innenwand einer Pyramide gemalt wurde, wird heute – mühelos – im Schein eines Handydisplays binnen Sekunden versendet. Das Tempo mag sich rasant verändert haben, die Idee ist mehr oder weniger die gleiche geblieben.

Das mögen gerade Eltern kritisch bis kopfschüttelnd begleiten, aber die Zeit lässt sich nun mal nicht zurückdrehen. Zumal eben auch die ältere Generation auf den Geschmack gekommen ist: Für meine Mutter ist das von ihr vor wenigen Jahren noch verpönte Internet schon lange eine wichtige Informations- und Recherchequelle geworden. Seit ich ihr das erste Laptop gekauft und eingerichtet habe, ist auch sie vollends ins Netz gegangen. Meine flehenden Mahnungen, dass sie doch damit bitte etwas vorsichtiger umgehen solle, sind leider genau so fruchtlos wie ihre erzieherischen Maßnahmen beim Kampf um das Haustelefon 40 Jahre zuvor. Wer sich den heutigen Kommunikationsmitteln bewusst verweigert, schließt sich gewissermaßen aus. Das kann zwar mitunter heilsam und entschleunigend sein, geht aber oftmals auch mit Informationsverlust einher. Digitale Kommunikationsmittel lassen Menschen weltweit zusammenrücken und Kontakt halten. Und große Firmen und Marken wissen längst, wie wichtig die Präsentation und Kommunikation im Netz sowie in sozialen Netzwerken sind. Influencer und YouTuber, die gestern noch niemand kannte, sind die Stars von heute – und sorgen mit ihrer teilweise millionenstarken Gefolgschaft für die Profilierung von Markenbildern.

Wer wahrgenommen werden möchte, muss positiv auffallen. Es ist das Marketingmantra des digitalen Zeitalters. Das gilt für Arztpraxen wie für Weltfirmen. Wer nicht auf möglichst allen Kanälen unverkennbar sendet und sich profiliert, wird nicht empfangen. Und übersehen. So einfach ist das. Oder eben auch nicht: Denn nicht jedes Kommunikationsmittel ist für alle Kommunikationsinhalte geeignet. Wie kommuniziere ich? Was kommuniziere ich? Wo kommuniziere ich? Fragen über Fragen. Es gibt heute schließlich zahllose Möglichkeiten, um Patienten, Mitarbeiter, Geschäftspartner oder Zulieferer zu erreichen. Am Ende muss die individuelle Mischung stimmen. Diese lässt sich aber anhand einer (durchaus komplexen) Analyse finden – und geht entsprechend dankenswerterweise weit über die Maße 35 mal 50 Zentimeter hinaus. **CP**

„Was früher im Schein einer Fackel an die Innenwand einer Pyramide gemalt wurde, wird heute im Schein eines Handydisplays binnen Sekunden versendet."

Foto: Maksym Dykha - stock.adobe.com

Foto: Christos Georghiou - stock.adobe.com