



DANUBE PRIVATE UNIVERSITY
Fakultät Medizin/Zahnmedizin



Stefanie Arco-Zinneberg MA, Direktorin Marketing und Management, DPU, im Interview mit Dr. med. dent. Gregor Ley B.A. und Dr. Andreas Bachmann, Leiter der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit des Departments Kommunikation und Medizin, DPU.

1. Stefanie Arco-Zinneberg M. A.: Herr Ley, Sie graduieren in Kürze zum Dr. med. dent. und schließen parallel den Studiengang Bachelor Med.-Journ. ab. Wie fällt Ihr Resumee aus?

G. Ley: Es war eine gute Entscheidung beides parallel zu machen – zeitlich natürlich nicht immer einfach, schließlich standen in den letzten drei Jahren neben den Vorlesungen auch Prüfungen, Seminare, Praktika, die Diplomarbeit und eine Bachelor Arbeit an. Außerdem fanden die Vorlesungen des Med.-Journalismus an den Wochenenden statt, der Zeitaufwand war dementsprechend hoch . Aber der Mix aus beiden Studiengängen – und insbesondere die vielen thematischen Verbindungen – das hatte was.

2. Herr Dr. Bachmann, wie außergewöhnlich ist diese Kombination?

AB: Es gibt an deutschen Fachhochschulen Studiengänge, den Bachelor-Studiengang „Journalismus und Public Relations“ anbieten. Besonders ist sicherlich, dass die ersten Teilnehmer dieses Studienganges an der DPU Zahnmedizinstudenten sind. Das wird sich in Zukunft vermutlich etwas ändern. Mediziner, Pharmazeuten und Biologen werden dazu kommen. Schließlich ändern sich in Laufe eines Studiums Lebensziele und Vorstellungen. Ich bin da sicherlich ein gutes Beispiel. Nach dem Zahnmedizinstudium habe ich an einer Privatschule Marketing/Betriebswirtschaft erlernt, war dann 10 Jahre als Marketingverantwortlicher in der Dentalindustrie und seit 15 Jahren in einer Healthcare Kommunikationsagentur tätig.

3. Herr Ley, wie lassen sich die erworbenen Fähigkeiten beider Studiengänge in Ihrem weiteren Berufsleben nutzen?

G. Ley: Ich werde über kurz oder lang selbst eine Praxis führen. Das Praxiskonzept wird einmal auf der in der DPU erlernten modernen Zahnmedizin aufbauen. Aber die beste Zahnheilkunde, die besten praktischen Fähigkeiten müssen auch kommuniziert werden – zum Patienten und gegenüber der Öffentlichkeit. Dadurch kann ich einmal dazu beitragen grds. die Zahngesundheit zu verbessern, das Wissen in der Gesellschaft um die Möglichkeiten, welche die moderne Zahnheilkunde heute bietet, zu erhöhen, deren Inanspruchnahme zu steigern und natürlich Patienten zu gewinnen.





DANUBE PRIVATE UNIVERSITY
Fakultät Medizin/Zahnmedizin

4. Und wie wurde zahnarztorientierte PR-Arbeit im Med-Journalismus erarbeitet?

G. Ley: Wir haben in den 6 Semestern die Mechanismen, die Regeln, Chancen und Limits von Journalismus und PR-Arbeit kennen gelernt – incl. deren Interaktionen. Mit diesem Wissen kann ich als Zahnarzt auch Marketing- und Kommunikations-Verantwortlicher meiner eigenen Praxis sein, Strategien entwickeln, Maßnahmen planen und umsetzen.

Klassischer Weise ist das Blickfeld ja eher auf die zahnärztliche Tätigkeit beschränkt. Wir haben aber den Blick „über den Tellerrand“ trainiert. Recherchiert, Artikel analysiert und erstellt, rechtliche Rahmenbedingungen kennengelernt, Marketing-Ideen entwickelt, Videos produziert, Kampagnen, Broschüren, Homepages und Kommunikationsprodukte konzipiert. Und das ist in der Kombination mit einer zahnärztlichen Ausbildung außergewöhnlich und letztendlich für alle Teilnehmer ein großer Wettbewerbsvorteil.

5. Jetzt waren Sie aber auch als Dental-Journalist im Einsatz. Wie reizvoll war es, in diese Welt einzutauchen?

G. Ley: Äußerst spannend. Im Rahmen des Praktikums war ich u.a. beim Österreichischen Zahnärztekongress und dem Deutschen ZahnärzteTag – darüber habe für Dental-Redaktionen geschrieben. Es war eine ganz andere Perspektive mit der ich diese Veranstaltungen, die Vorträge und Referenten gesehen habe. Und es war ein besonderes Gefühl anschließend seinen eigenen Namen in angesehenen Fachmedien zu lesen.

6. Herr Bachmann, wie wertvoll ist der Input von Zahnärzten für Fachmedien?

AB: Dazu sind zwei Punkte relevant. Einerseits sind Fachredaktionen personell nicht immer in der Lage alle Veranstaltungen, Seminare und Kongresse zu besetzen – und der Fachinput „aus der Praxis für die Praxis“ bietet den Lesern wertvolle Hintergründe.

7. Das bedeutet, Sie Herr Ley wollen auch zukünftig weiter journalistisch tätig sein?

G. Ley: Ja. Fortbildung ist wichtig und notwendig. Und dies kann man als normaler Teilnehmer eines Kongresses tun, oder eben auch als Meinungsbildner, der seine Eindrücke mit Kollegen teilt. Ich bekam übrigens bereits weitere Angebote von Verlagen. Es ist für Redaktionen wertvoll, wenn Praktiker ihre Sicht der Dinge in Berichte schildern und einbringen. Man bekommt auf diese Weise auch Einblicke in die Abläufe und Prozesse wissenschaftlicher Arbeit und der Entwicklung von Produkten bzw. Therapiekonzepten. Das ist reizvoll und man bleibt immer auf dem neuesten Stand. Und davon profitieren auch meine Patienten.

8. Wo sehen Sie Herr Bachmann noch „Einsatzmöglichkeiten“ Ihrer Studenten?

AB: Wie Gregor Ley schon richtig sagte, als Redakteur und Autor für Fachmedien. Aber auch für Agenturen. Last but not least bei dentalen Strategieworkshops und Round-Table-Diskussionen sehe ich seine Teilnahme als ein zukünftiges „Einsatzgebiet“. (Und natürlich als Diskussionsteilnehmer bei Sandra Maischberger in den TV-Talkshows dieser Welt!)

Lieber Her Herr Ley, lieber Dr. Bachmann, vielen Dank für unser Gespräch

