

Social Media für Ihre Praxis.

In vier Wochen startklar – mit vier Stunden pro Woche.

1 Ziel Eines. Nicht fünf.	4 Std./Woche ≈ 16 Std./Monat, alles inklusive	1–2 Beiträge pro Woche, Qualität vor Menge
-------------------------------------	---	--

INHALT

01	Auf einen Blick: EIN Ziel	2
02	Voraussetzungen	3
03	Fahrplan: vier Wochen	4
04	Was posten?	5
05	KI und Werkzeuge	6
06	Rechtlich sicher	7
07	Aufwand: 4 Stunden pro Woche	8
08	Checkliste zum Abhaken	9

Germann Grünwald

Schmerztherapie – Speed Update 2026 · 28. Oktober 2026 · Kunstmühle Hüttenberg
Überblick, keine Rechtsberatung · Stand: Oktober 2026

Alles beginnt mit EINEM Ziel.

Wer zu viel auf einmal will, hört nach sechs Wochen wieder auf. Ein klares Ziel macht jeden weiteren Schritt einfacher.

SCHRITT 1 – VOR ALLEM ANDEREN

Legen Sie EIN Ziel fest. Nicht fünf.

Zum Beispiel: eine MFA finden · die 5 häufigsten Fragen beantworten · passende Anfragen für Ihren Schwerpunkt

1 Kanal Instagram – plus Website als Visitenkarte	1–2 Beiträge pro Woche – Qualität vor Quantität	4 Std. pro Woche – ≈ 16 Std. im Monat, alles inklusive	1 Freigabe Ärztin oder Arzt prüft jeden Beitrag
---	---	---	---

Wann hat Social Media Vorrang?

JETZT ANGEHEN, WENN ...

Sie Personal suchen

Ihre Behandlung viel Erklärung braucht

Sie gründen, übernehmen oder abgeben

das Telefon ständig mit denselben Fragen belegt ist

ANDERE BAUSTELLEN ZUERST

Website veraltet → **erst die Website**

Kein Ziel → **erst das Ziel festlegen**

Keine 4 Std./Woche → **erst Zeit einplanen**

Niemand prüft → **erst die Freigabe regeln**

MERKSATZ

Dr. Google antwortet sowieso. Sorgen Sie dafür, dass er dabei Ihre Antworten findet.

Das sollte stehen, bevor es losgeht.

Kein Studio und keine Agentur nötig – aber klare Zuständigkeiten.

01 **EIN klares Ziel**

Daran messen Sie nach drei Monaten, ob es funktioniert.

02 **Eine zuständige Person mit 4 Stunden pro Woche**

Fest eingeplant – „wenn mal Zeit ist“ funktioniert in keiner Praxis.

03 **Eine feste ärztliche Freigabe**

Jeder Beitrag wird vorher fachlich geprüft – etwa 15 Minuten pro Woche.

04 **Eine aktuelle Website**

Zeiten, Leistungen, Anfahrt, Kontakt, Impressum – ideal mit einer Seite „Häufige Fragen“.

05 **Ein sauber angelegtes Profil**

Praxisname, Fachrichtung, Ort, Link zur Website und ein leicht erreichbares Impressum.

06 **Eine einfache Ausstattung**

Smartphone, Ansteckmikrofon, gutes Licht, eine ruhige Ecke.

07 **Regeln für Kommentare und Nachrichten**

Wer antwortet wie oft? Keine Diagnosen per Kommentar, keine Gesundheitsdaten per Direktnachricht.

In vier Wochen startklar.

Jede Woche eine klare Aufgabe. ♦ KI markiert Schritte, bei denen KI Zeit spart – als Entwurf, den Sie immer prüfen.

WOCHE 1

Klären

- **EIN Ziel festlegen**
- Zuständige Person bestimmen – 4 Stunden pro Woche
- Freigabe festlegen: Wer prüft, wann?
- **30-Minuten-Meeting:** Welche Fragen hören die Ärztinnen und Ärzte, welche die MFAs am häufigsten? Getrennt sammeln.
- Fragen nach Themen sortieren und zu einer Liste bündeln ♦ KI

WOCHE 2

Grundlagen

- Website prüfen: Zeiten, Kontakt, Anfahrt, Impressum
- Seite „Häufige Fragen“ anlegen ♦ KI · Antworten vorformulieren
- Instagram-Profil anlegen ♦ KI · Kurzbeschreibung
- Datenschutzerklärung um das Profil ergänzen

WOCHE 3

Vorbereiten

- Themen für drei Monate planen ♦ KI · Themenplan
- Vorlage in Canva anlegen: Farben, Schrift, Logo
- Erste vier Beiträge vorproduzieren ♦ KI · Texte, Untertitel, Schnitt

WOCHE 4

Starten

- Freigabe einmal komplett durchspielen
 - Ersten Beitrag veröffentlichen, Link zur Website prüfen
 - Rhythmus festlegen: 1–2 Beiträge pro Woche
 - Termin in drei Monaten: Ziel überprüfen
-

Die besten Themen: Ihre häufigsten Fragen.

Ein 30-Minuten-Meeting reicht: Ärztinnen und Ärzte sammeln ihre Fragen, die MFAs ihre – getrennt. Und beantwortet wird auch getrennt.

FRAGEN AN DIE MFAS

→ beantwortet eine MFA auf Instagram

„Wo kann ich parken?“

Anfahrt, Parkplätze, Zugang

„Was muss ich mitbringen?“

Versichertenkarte, Überweisung, Befunde

„Wie erreiche ich Sie?“

Telefonzeiten, E-Mail, Online-Termin

„Folgerezept – wie geht das?“

Bestellweg, Abholung, E-Rezept

DREI ARTEN VON BEITRÄGEN

Erklären: Fragen und Mythen, kurz und verständlich

Einblick: Team und Praxisalltag zeigen

Informieren: Zeiten, Urlaub, Aktionen – mit Link

FRAGEN AN DIE ÄRZTE

→ beantwortet eine Ärztin oder ein Arzt

„Schmerzmittel auf Dauer?“

Einnahme, Pausen, Nebenwirkungen

„Schonen oder bewegen?“

Mythen und Fakten

„Warum wirkt es nicht sofort?“

Erwartungen an die Therapie

„Was kann ich selbst tun?“

Übungen, Alltag, Schlaf

FORMATE: KURZ

Video, 30–60 Sekunden, mit Untertiteln

Bilder-Serie (Karussell), 4–6 Bilder

Story für kurzfristige Infos

DOPPELT NUTZEN

Jede Antwort als Beitrag veröffentlichen – und auf der Website unter „Häufige Fragen“ ablegen. So findet sie auch Google.

Wo KI hilft – und welche Werkzeuge reichen.

HIER SPART KI ZEIT

Fragen aus dem Meeting sortieren und zu Themen bündeln	♦ KI
Textentwürfe und Bildunterschriften (Captions) schreiben	♦ KI
Grafiken und Bilder-Serien aus Vorlagen erstellen	♦ KI · Canva
Videos schneiden, Pausen entfernen, Untertitel setzen	♦ KI · Captions
Antwortvorlagen für häufige Kommentare	♦ KI

ZWEI WERKZEUGE, DIE FÜR DEN START REICHEN

Canva

Für Posts, Bilder-Serien und Stories. Vorlage einmal mit Ihren Farben, Ihrer Schrift und Ihrem Logo anlegen – danach entsteht jeder Beitrag in Minuten. Die kostenlose Version reicht für den Anfang.

Captions

App für schnelle Videos: Die KI schneidet Pausen und Versprecher heraus und setzt Untertitel automatisch. Ideal für die 30-Sekunden-Antworten auf Ihre häufigsten Fragen.

Werkzeug-Empfehlungen ohne Kooperation oder Vergütung.

DREI REGELN FÜR KI

- 01 Jeder KI-Entwurf wird fachlich geprüft – die Verantwortung bleibt bei Ihnen.
- 02 Keine Patientendaten in KI-Tools oder Apps.
- 03 Echt wirkende KI-Bilder, -Videos oder -Stimmen kennzeichnen (EU AI Act, Art. 50).

Erklären ist erlaubt – anpreisen nicht.

§

Berufsordnung (§ 27 MBO-Ä / BO Hessen)

Sachliche Information ist erlaubt, anpreisende, irreführende oder vergleichende Werbung nicht. **Ja:** „Wir behandeln chronische Rückenschmerzen.“ **Nein:** „Die beste Rückenpraxis der Region.“

§

Heilmittelwerbegesetz

Keine Heilversprechen – irreführende Werbung ist strafbar (§§ 3, 14). Keine Vorher-Nachher-Bilder bei ästhetischen Eingriffen ohne medizinische Notwendigkeit (§ 11) – laut BGH auch auf Instagram (I ZR 170/24). Bußgeld bis 50.000 € (§ 15).

§

Schweigepflicht und Datenschutz

Patienten nur mit schriftlicher Einwilligung zeigen. Hintergrund prüfen: Bildschirme, Terminpläne, Akten. Keine Gesundheitsdaten per Direktnachricht.

§

Bewertungen und Kritik

Nichts bestätigen, keine Details. „Danke für Ihre Rückmeldung. Zu Behandlungen äußern wir uns öffentlich nicht – rufen Sie uns gern an.“ Hessen 2024: 3.700 € und 3.300 € Bußgeld für Praxen, die in Antworten Patientendaten nannten.

§

Impressum

Auch das Profil braucht ein leicht erreichbares Impressum (§ 5 DDG). Am einfachsten: Link zum Website-Impressum.

DO

- ✓ Einfach erklären
- ✓ Team zeigen – mit Einverständnis
- ✓ Quellen nennen
- ✓ KI-Inhalte prüfen und kennzeichnen

DON'T

- ✗ Heilversprechen
- ✗ Patienten erkennbar zeigen
- ✗ Diagnosen per Kommentar
- ✗ Patientendaten in KI-Tools

4 Stunden pro Woche – alles inklusive.

AUFWAND BEI 1–2 BEITRÄGEN PRO WOCHE

Themen, Planung und Auswertung ♦ KI	3 Std.
Texte und Gestaltung ♦ KI · Canva	4 Std.
Fotos, Videos und Schnitt ♦ KI · Captions	5 Std.
Kommentare und Nachrichten	3 Std.
Freigabe durch Ärztin/Arzt	1 Std.
Gesamt	≈ 16 Std./Monat

Mit KI oft weniger, am Anfang eher mehr.

WER MACHT ES?

- Im Team**
Eine MFA mit fest 4 Stunden pro Woche, plus Einarbeitung. Ihr eigener Anteil: ca. 1–2 Std. im Monat.
- Selbst**
Geht – aber Ihre Stunde ist die teuerste in der Praxis.
- Extern**
Freelancer oder Agentur, nach Stunden abgerechnet – worauf es ankommt, steht unten.

EXTERN: AGENTUR ODER SPEZIALISIERTE FREELANCER?

Agentur

- **Oft höhere Stundensätze**
Büro, Vertrieb und Verwaltung zahlen Sie mit. Dazu kommt die USt.
- **Medizinisches Fachwissen selten Standard**
Mehr Erklärungsbedarf und mehr Korrekturschleifen bei der Freigabe – das kostet Zeit.

Tipp: nach Referenzen aus dem Gesundheitswesen fragen.

Freelancer mit medizinischem Hintergrund

- + **Meist günstiger**
Keine Agentur-Fixkosten. Orientierung: ca. 50 € pro Stunde.
- + **Weniger Stunden**
Mit Routine und Vorlagen meist weniger als die 16 Std. im Monat, die eine MFA braucht.
- + **Schneller freigabefertig**
Kennen Fachsprache, HWG und Praxisalltag – weniger Korrekturen.

SO LÄUFT DIE FREIGABE

- | | | | |
|--|---|--|---|
| 1
Team erstellt den Entwurf
♦ KI | 2
Ärztin oder Arzt prüft:
fachlich, HWG,
Datenschutz | 3
Veröffentlichen, Link zur
Website prüfen | 4
Kommentare und
Nachrichten im Blick |
|--|---|--|---|

Zum Abhaken.

☐ EIN Ziel ist festgelegt

☐ Zuständige Person mit 4 Std. pro Woche

☐ Freigabeweg und fester Termin stehen

☐ 30-Minuten-Meeting: Fragen gesammelt (Ärzte und MFAs getrennt)

☐ Website aktuell: Zeiten, Kontakt, Anfahrt

☐ Seite „Häufige Fragen“ online

☐ Datenschutzerklärung ergänzt

☐ Profil angelegt, Website und Impressum verlinkt

☐ Canva-Vorlage: Farben, Schrift, Logo

☐ Themen für drei Monate geplant

☐ Vier Beiträge vorproduziert

☐ Regeln für Kommentare und Nachrichten

☐ Erster Beitrag veröffentlicht

☐ Termin in drei Monaten: Ziel überprüfen

ERFOLG MESSEN – AM ZIEL, NICHT AN LIKES

Personal

Wie viele passende Bewerbungen kamen?

Telefon

Kommen die häufigsten Fragen seltener?

Patienten

Passen die Anfragen besser zum Schwerpunkt?

QUELLEN

1. Bertelsmann Stiftung (10.10.2025): Online-Dienste als Informationsquellen in Gesundheitsfragen. forsa, n = 2.000.
2. § 27 (Muster-)Berufsordnung für Ärztinnen und Ärzte / Berufsordnung der Landesärztekammer Hessen.
3. Heilmittelwerbegesetz (HWG) §§ 3, 11, 14, 15 · BGH, Urteil vom 31.07.2025 – I ZR 170/24.
4. Bundesärztekammer (2023): Handreichung „Ärztinnen und Ärzte in sozialen Medien“.
5. Hessisches Ärzteblatt 9/2025: Aktuelle Tätigkeit des Hessischen Datenschutzbeauftragten.
6. Digitale-Dienste-Gesetz (DDG) § 5 · DSGVO · EU AI Act (VO (EU) 2024/1689), Art. 50.

FRAGEN?

Germann Grünwald · mail@germann-gruenwald.de

Aktuelle Fassung: germann-gruenwald.de/startguide · Überblick, keine Rechtsberatung · Teilen im Praxisteam ausdrücklich erwünscht.