

Auch konventionelles Röntgen ist eine einfache und kostengünstige Untersuchung, die bei subungualen Tumoren eingesetzt wird, um Knorpel- und Knochenwachstum oder Osteodestruktionen, sowie Endglieddeformationen und Traumata zu erkennen.

Wird die Sonographie für die Begutachtung des Nagels herangezogen, ist eine Frequenz von > 15 MHz erforderlich. Durch Aufrüstung mit einem hochauflösenden Ultraschallkopf kann mittels Sonographie sogar eine bessere Auflösung als mit der Magnetresonanztomographie (MRT) erzielt werden. Der Ultraschall ermöglicht eine exakte Bestimmung der Topographie von Veränderungen ohne Strahlenbelastung und Kontrastmittel und ist zudem kostengünstig. Er eignet sich besonders zur Diagnose von Reonychie, Paronychie, Abszessen, Hämatomen, Psoriasis sowie benignen und malignen Tumoren und Fremdkörpern.

Weitere fortschrittliche Methoden wie die optische Kohärenztomographie (OCT) und die Reflex-Konfokalmikroskopie werden ebenfalls zur Untersuchung von Nagel- und Hautveränderungen eingesetzt, sind jedoch im Alltag weniger praktikabel.

Redaktionelle Erstellung: Dr.ⁱⁿ Christine Rous

Korrespondenz: editors@skinonline.at

Conventional X-ray imaging is also a simple and inexpensive examination method that is used for subungual tumors to detect cartilage and bone growth or osteodestruction, as well as distortion of the distal phalanx and trauma.

If sonography is used to assess the nail, a frequency of > 15 MHz is required. By upgrading to a high-resolution ultrasound probe, sonography can even achieve a better resolution than magnetic resonance imaging (MRI). Ultrasound enables the exact topography of changes to be determined without exposure to radiation or use of contrast agents and is also cost-effective. It is particularly suitable for the diagnosis of reonychia, paronychia, abscesses, hematomas, psoriasis, as well as benign and malignant tumors and foreign bodies.

Other advanced methods such as optical coherence tomography (OCT) and reflex confocal microscopy are also used to examine nail and skin changes, but these are less practical in daily life.

Editorial work: Dr.ⁱⁿ Christine Rous

Correspondence: editors@skinonline.at

Literatur

1. Thomas J, Jacobson GA, Narkowicz CK, Peterson GM, Burnet H, Sharpe C. Toenail onychomycosis: an important global disease burden. *J Clin Pharm Ther.* 2010;35(5):497–519.
2. Piraccini BM, Alessandrini, A, Starace M. Onychoscopy: Dermoscopy of the Nails. *Dermatol Clin.* 2018;36(4):431–8.
3. Hirata SH, Yamada S, Enokihara MY, Di Chiacchio N, de Almeida FA, Enokihara MM, et al. Patterns of nail matrix and bed of longitudinal melanonychia by intraoperative dermatoscopy. *J Am Acad Dermatol.* 2011;65(2):297–303.

Florian Bruckmoser

Vom Web ins Wartezimmer: Social Media für Ordinationen und Kliniken

**Mein Stammgast, Marketing & Kommunikation,
Elsbethen, Salzburg**

In Österreich nutzen circa 47 Prozent der Bevölkerung täglich Social Media und verbringen dabei durchschnittlich 82 Minuten pro Tag auf verschiedenen Plattformen. Zu den größten und meistgenutzten Plattformen zählen YouTube, Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok und Snapchat, die von jeweils mehreren Millionen Menschen in Österreich genutzt werden.

Florian Bruckmoser

From the web to the waiting room: social media for surgeries and clinics

**Mein Stammgast, Marketing & Communication,
Elsbethen, Salzburg**

In Austria, around 47% of the population use social media on a daily basis, spending an average of 82 minutes per day on various platforms. The largest and most frequently used platforms include YouTube, Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok, and Snapchat, each of which is used by several million

<https://doi.org/10.61783/oegdv10310>

Diese hohen Nutzungsraten bedeuten für Unternehmen ebenso wie für Arztpraxen und Kliniken eines: ein enormes Potenzial, Patient:innen zu erreichen und über ihre Dienstleistungen zu informieren. Doch wie gelingt der effektive Einsatz von Social Media im medizinischen Bereich? Hier sind zehn essentielle Tipps für die Erstellung von Social Media-Beiträgen zur organischen Verbreitung und als Werbeanzeigen:

Fünf Tipps für die organische Content-Erstellung:

1. **Nutzen Sie die Aufmerksamkeit:** Mit hohen Nutzungsraten geht eine große potenzielle Aufmerksamkeit einher. Nutzen Sie diese. Es ist wichtig, regelmäßig präsent zu sein und Inhalte zu veröffentlichen, auch ohne aufwändige Produktion.
2. **Quantität geht über Qualität:** Regelmäßiges Posten ist entscheidender als perfekt produzierter Content. Authentizität steht im Vordergrund.
3. **Viral Hacking:** Nutzen Sie die ersten Sekunden Ihrer Inhalte, um die Aufmerksamkeit zu fesseln („Hook“). Planen Sie Ihre Hooks und arbeiten Sie mit visuellen und auditiven Effekten.
4. **Content Recycling:** Erstellen Sie aus einem Content-Element mehrere kleinere, um auf verschiedenen Plattformen präsent zu sein. Passen Sie den Content an den Gemütszustand der Nutzer:innen auf der jeweiligen Plattform an.
5. **Content testen:** Sammeln Sie durch häufiges Posten Erfahrungen darüber, was Ihrer Zielgruppe gefällt, und steigern Sie so kontinuierlich Ihre Performance.
6. **Overdeliver und nutzen Sie KI:** Liefern Sie mehr als Ihre Community erwartet. Künstliche Intelligenz kann helfen, Ideen zu generieren, Inhalte zu planen und zu erstellen.

Fünf Tipps für Social Media Werbeanzeigen:

1. **Infrastruktur sauber aufsetzen:** Nutzen Sie Business-Konten und richten Sie alle nötigen Assets wie Facebook-Seiten und Werbekonten korrekt ein. Dies gewährleistet Sicherheit und Effizienz.
2. **Sales Funnel nutzen:** Planen Sie die Reise der Zielgruppe vom Erstkontakt bis zur gewünschten Handlung, die Sie bewirken möchten. Generieren Sie zuerst Reichweite, sammeln Sie Daten und sprechen Sie Ihre Zielgruppe ein zweites Mal an.
3. **Retargeting-Funktion verwenden:** Bespielen Sie potenzielle Kunden mehrfach, um die Conversion-Rate zu erhöhen.
4. **Die perfekte Anzeige:** existiert leider nicht. Setzen Sie auf performancestarke Videos im Hochformat, die wie organischer Content aussehen und ohne Ton verständlich sind – und auf Carousel Anzeigen.
5. **Testen, testen, testen:** Optimieren Sie laufend Ihre Kampagnen, Anzeigengruppen und Anzeigen durch Tests, um die besten Ergebnisse für Ihr Budget zu erzielen.

Korrespondenz: hallo@meinstammgast.at

people in Austria. These high usage rates mean one thing for companies as well as medical practices and clinics: an enormous potential to reach patients and inform them about their services. But how can social media be used effectively in the medical sector? Here are ten essential tips for creating social media posts for organic distribution and as advertisements:

Five tips for organic content creation:

1. **Grab the attention:** High usage rates go hand in hand with high potential attention. Take advantage of this. It is important to regularly visit and publish content on these platforms, even if what is produced is not elaborate.
2. **Quantity over quality:** Posting regularly is more important than producing perfect content. Authenticity is paramount.
3. **Viral hacking:** Use the first 1-2 seconds of your content to grab the attention (“hook”). Plan your hooks and work with visual and auditory effects.
4. **Content recycling:** Create several smaller content elements from one content element in order to be present on different platforms. Adapt the content to fit the mood of the users on the respective platform.
5. **Test content:** Gain experience about what your target group likes by posting frequently and thus continuously increase your performance.
6. **Overdeliver and use AI:** Deliver more than your community expects. Artificial intelligence can help you generate ideas, plan, and create content.

Five tips for social media ads:

1. **Set up a clean infrastructure:** Use business accounts and set up all necessary assets such as Facebook pages and advertising accounts correctly. This ensures security and efficiency.
2. **Use the sales funnel:** Plan the target group’s journey from initial contact to the desired action you want to bring about. First reach the target group, collect data, then address your target group a second time.
3. **Use the retargeting function:** Target potential customers multiple times to increase the conversion rate.
4. **The perfect ad:** Unfortunately does not exist. Rely on high-performance videos in portrait format that look like organic content and can be understood without sound and on carousel ads.
5. **Test, test, test:** Continuously optimize your campaigns, ad groups, and ads through testing to get the best results for your budget.

Correspondence: hallo@meinstammgast.at