

# DERMAforum

Zeitung für Dermatologie und Allergologie

+++ www.dermaforum.de +++

G 44397 AKTUELLE NACHRICHTEN FÜR DERMATOLOGEN, ALLERGOLOGEN, PHLEBOLOGEN Nr. XX – Monat 2016 20. Jahrgang



**Diabetischer Fuß, Stoma, Kommunikation“ war das Motto des 9. Freiburger Wundsymposiums, das am 14.11.2016 stattfand.**

**Rubrik Aktuelles Seite 4**

AUS DEM INHALT	
<b>Online-Termine: Praxisimage verbessern</b>	<b>S. 3</b>
<b>Innovationspreis: Konzepte gesucht</b>	<b>S. 5</b>
<b>Forschung: Apotheke unter der Haut</b>	<b>S. 8</b>
<b>Spezial: Pädiatrische Dermatologie</b>	<b>S. 11–12</b>

**Wassergefiltertes Infrarot A fördert die Heilung akuter und chronischer Wunden sowohl über thermische wie auch nicht-thermische Effekte.**



**Aktuelles Seite 6**

## Junge Dermatologen im BVDD

# JuDerm – volle Power

Ein erfolgreiches Jahr liegt hinter „JuDerm“, der Arbeitsgemeinschaft Junge Dermatologen des BVDD, die sich um den dermatologischen Nachwuchs kümmert. Für DERMAforum geben sie einen Rückblick.

Unser spannendstes und gemeinsam von BVDD und DDG getragenes Projekt wurde im März in feierlichem Rahmen ganz offiziell präsentiert: ein Imagefilm! Dass das mehr bedeutet, als mit der Smartphone-Kamera draufzuhalten, haben wir im Verlauf des Projektes auf eindrucksvolle Weise gelernt. Fragen über Fragen haben uns AG-Mitglieder auf Trab gehalten. Welche Geschichte soll erzählt werden, was ist die Botschaft? Was kostet sowas eigentlich? Wer macht den Film? Wo dreht man, welches Equipment ist notwendig? Maske, Kostüme, Ton, Requisiten, Licht – ein Film ist ein Mega-Projekt. Das stolze Ergebnis „Hauptgewinn“ soll zukünftig Studenten und Weiterbildungsassistenten bei Kongressen, auf Tagungen und an Universitäten vorgeführt werden. Zudem wird der Film in den sozi-

alen Medien verbreitet und soll hier mit Humor auf das Fach aufmerksam machen. Mit dem Film im Gepäck war dann auch unser JuDerm-Mitglied Dr. med. Barbara Schubert in Frankenthal, wo nicht nur der Film, sondern auch die Infos über die Aktivitäten der AG von jungen Dermatologen super angenommen wurden. Der Imagefilm blieb jedoch nicht das einzige JuDerm-Highlight in 2016. Um noch besser auf die Bedürfnisse junger Mediziner einzugehen und mehr „Leben“ auf die Webseite zu bringen, stellten wir eine wichtige Frage: „Ich mach Derma weil...?“ – Mit unserer „Selfie-Kampagne“ suchten wir nach Gesichtern und dazugehörigen Geschichten. So wurde der JuDerm-Auftritt im Rah-

men des BVDD-Standes auf der FOBI in München zu einer Fotoaktion genutzt, deren Ergebnis aktuell auf der Startseite des Webauftrittes [www.juderm.de](http://www.juderm.de) zu bestaunen ist: Eine Liebeserklärung an das Fach! Mehr als 50 Portraits junger Dermatologen mit den dazugehörigen Statements hat diese Kampagne hervorgebracht. Eigens erstellte Wordclouds aus den Kommentaren haben die Botschaft dieser Kampagne auch bei Facebook entsprechend visualisiert.

Da Facebook für uns generell als wichtiger Kanal zur jungen Generation fungiert, wollten wir auch hier unsere Kompetenzen ausbauen und schickten unsere Redakteurin Kristin Rosenow zu einem Workshop, der Tricks und Kniffe in der Nut-

zung von Facebook zum Thema hatte. Seitdem hat der FB-Auftritt einen riesen Sprung gemacht und wird neben der Webseite und dem YouTube-Channel ein immer besseres Werkzeug in der Kommunikation mit der Generation Y. Diese nämlich haben wir als unsere Zielgruppe definiert und etwas genauer unter die Lupe genommen. Unsere Erkenntnis: Die Y-Theorie, die ursprünglich aus der Werbung stammt, trifft durchaus auch auf unsere jungen Ärzte zu: Aufgewachsen in einem Umfeld von Internet und mobiler Kommunikation zeigt sich eine technologieaffine Lebensweise mit grenzenloser Kommunikation und Information.

Im Fall von JuDerm finden wir diese Affinität in unwiderlegbaren Zahlen wieder. So wird unsere Webseite täglich mehr und mehr auf mobilen Geräten angeschaut: Ziemlich genau die Hälfte aller Zugriffe erfolgen über ein Smartphone oder ein Tablet. Das sind 45 % mehr User als noch im Vorjahr, die das JuDerm-Angebot mobil abrufen. Die logische Folge ist nun der für 2017 geplante Relaunch von [juderm.de](http://juderm.de) als responsive, also auf alle, auch mobilen, Bildschirmgrößen adaptierbare Webseite. Die bisherige Webseite haben wir auch in 2016 reichlich mit Content bestückt. Regelmäßig veröffentlichte Diagnosequizze und Blickdiagnosen, Interviews zu den Themen „Chef-Sein“ oder „WBA

mit Baby“ sowie Informationen zu Aus- und Weiterbildung finden laut Webseitenstatistik immer mehr Anklang bei den jungen Dermatologen. Dabei präsentieren sich die Klickzahlen von [juderm.de](http://juderm.de) so erfolgreich, dass die neu eingeführte Bannerwerbung, die sich auf die Ankündigung diverser Fortbildungsangebote für Dermatologen konzentriert, stark nachgefragt wird. Sie macht mittlerweile einen wichtigen Teil im Finanzierungskonzept der AG aus. Ein weiterer wichtiger Schritt für unsere Arbeit ist die zunehmende Zusammenarbeit mit der Schwesergesellschaft DDG, unter anderem im neu gegründeten DDG-Forum „Nachwuchsförderung“. Den absoluten Jahreshöhepunkt aber sehen wir in einem echten Herzensprojekt: Bereits zweimal fand 2016 ein Workshop aus der JuDerm-eigenen Fortbildungsreihe „Fit für die Praxis“ statt. Mit Themen wie „Und plötzlich bin ich Chef“ oder „Ambulantes Operieren“ treffen wir aktuell mehr ins Schwarze, als wir es bei Gründung dieser Reihe zu hoffen wagten. Dieses Angebot wird mit Begeisterung angenommen, wir konnten hochkarätige und renommierte Referenten gewinnen und haben bereits weitere Workshop-Ideen. Da kann das Jahr 2017 kommen, wir sind bestens motiviert die aufgenommene Fahrt zu nutzen und noch eine Schippe draufzulegen! ♦

**PHYSIOGEL**  
HYPOALLERGENIC

CALMING RELIEF  
Gesichtspflegeserie



**NEU**

Die Antwort für Ihre Patienten mit empfindlicher, trockener, zu Rötungen neigender Haut

Stiefel  
Skin Science Solutions



Set der JuDerm-Selfie-Kampagne auf der diesjährigen FOBI in München