



Wie ein Arzt zum Helden im Krankenhaus und online wurde



[DoktorWeigl](#) zählt zu den einflussreichsten Ärzten Deutschlands. Dank seiner lehrreichen gesundheitsbezogenen Inhalte trägt er seit 2016 den Beinamen „Medfluencer“. Wenn er gerade nicht in einer öffentlichen Klinik tätig ist, revolutioniert er mit seinen YouTube-Videos gesundheitsbezogene Lerninhalte. Für DoktorWeigl ist sein Engagement auf YouTube, evidenzbasierte gesundheitsbezogene Informationen zu vermitteln, genauso wichtig wie seine Arbeit im Krankenhaus. Daher gilt für ihn immer die Prämisse, nur über medizinische Themen zu sprechen, mit denen er sich auskennt, d.h. mit denen er im Klinikalltag konfrontiert ist. „In beiden Welten“ zu leben, d.h. in der digitalen Welt aufzuklären und in der realen Welt tatsächlich für Patientenwohl und -leben verantwortlich zu sein, das ist für DoktorWeigl der entscheidende Erfolgsfaktor.

Sein Ziel besteht darin, sein medizinisches Know-how aus den Bereichen Intensivmedizin, Notfallmedizin und Ernährungsmedizin zu teilen, um über gesundheitsbezogene Themen aufzuklären und die Menschen dazu zu ermutigen, gesünder zu leben. Er möchte, dass die Menschen proaktiv statt reaktiv handeln, wenn es um die eigene Gesundheit geht.

Um dieses Ziel zu erreichen, richtet DoktorWeigl seine YouTube-Strategie auf sein Publikum aus. Dazu nutzt er Analysen, interagiert mit seiner Community und experimentiert mit neuen Formaten; genau dafür hat er in den letzten Jahren ein starkes Team aufgebaut. Dadurch gelingt es ihm, zahlreiche Videos zu erstellen, aber weiterhin hauptberuflich als Arzt tätig zu sein. Gleichzeitig kennt er seine (inhaltlichen) Grenzen: „Rede nur über das, womit du auch in der realen Welt konfrontiert bist - stupides Lehrbuchwissen reicht nicht aus.“ Und genau das macht auch den Unterschied.

Seitdem konnte DoktorWeigl einen erfolgreichen YouTube-Kanal mit **vier neuen Uploads** pro Woche aufbauen, **der inzwischen mehr als 1.200 Videos, 160 Mio. Aufrufe und 1 Mio. Abos umfasst**. Im Folgenden erfahren Sie mehr über seinen Werdegang.

↑ 1.200+

hochgeladene Videos

+ 1+ Mio.

Abos

👁️ 160+ Mio.

Aufrufe

Eine zuschauerorientierte Inhaltsstrategie implementieren

DoktorWeigl ist davon überzeugt, dass evidenzbasierte Videos zu Gesundheitsthemen die Zukunft der gesundheitlichen Aufklärung und für die verantwortungsbewusste medizinische Versorgung von Patientinnen und Patienten unerlässlich sind.

Wenn die Menschen sich über ihre Gesundheit Gedanken machen und sich informieren, handeln sie proaktiver und leben gesünder. Gemeinsam mit seinem Team hat sich DoktorWeigl deshalb angesehen, wie er mit seinen Videos Zuschauerinnen und Zuschauer erreichen und gleichzeitig die Glaubwürdigkeit der medizinischen Inhalte wahren kann.

Die tagtäglichen Erfahrungen von DoktorWeigl im Krankenhaus waren und sind die Grundlage für die Ausrichtung des Kanals. So wie Patientinnen und Patienten individuelle Behandlungen erhalten, setzt DoktorWeigl bei den Inhalten auf einen personalisierten Ansatz, um eine Beziehung zum Publikum aufzubauen und Vertrauen zu schaffen.

Inhaltlich konzentrieren sich die Videos auf die Bausteine für ein gesünderes Leben und sollen das Grundlagenwissen zum menschlichen Körper, zu häufigen Krankheiten und zu anderen typischen Risikofaktoren erweitern. Mindestens genauso wichtig sind Informationen zu Stoffwechsel, Ernährung und Sportmedizin. Bei allen Inhalten stehen folgende Fragen im Vordergrund:

- Weiß ich, worüber ich spreche, d.h. gibt es einen praktischen Bezug zu meiner alltäglichen Arbeit im Krankenhaus?
- Erreiche und begeistere ich das Publikum?
- Sind Sprache und Thema gut verständlich, damit meine Botschaft ankommt?

- Ermutigen meine Gesundheitstipps und -empfehlungen die Menschen zu Selbsthilfe im Alltag?
- Sind meine Ratschläge realistisch und praktisch?
- Sind meine Inhalte alltagstauglich?
- Bieten meine Inhalte dem Publikum einen Mehrwert?
- Was sagen die Videoanalysen aus?

In der Zwischenzeit achtet das Team in den Kanalanalysen genau auf die Zuschauerbindung. Durch Recherchen zu Trends, Community-Feedback und strikte Qualitätssicherung konnten sie die Strategie laufend optimieren – von der Inhaltserstellung über die Uploadzeitpläne und bis hin zu Interaktionen mit der Community.

DoktorWeigl erkannte, wie wichtig es ist, mit den Menschen zu interagieren, um herauszufinden, was sie interessiert. Dank Feedback zu Videos konnte das Team die Strategie laufend anpassen und Inhalte noch besser auf das Publikum zuschneiden.

Durch angeregte Diskussionen in den Kommentaren waren DoktorWeigl und sein Team in der Lage, auf dringende Fragen und Unklarheiten zu verschiedenen gesundheitsbezogenen Themen zu reagieren. Das Team sammelte auch Inhaltswünsche über Umfragen auf dem Community-Tab, um neue interessante Themen aufzugreifen. Durch diese Interaktionen mit der Community entstand auch die Idee zum Aufbau themenbasierter Playlists. Außerdem konnte dadurch die Beziehung zum Publikum gestärkt werden.

Neue Formate testen, um ein breiteres Publikum anzusprechen

Während andere Creatorinnen und Creator YouTube als reine Unterhaltungsplattform nutzen, musste DoktorWeigls Kanal die richtige Balance zwischen unterhaltsamen und informativen Inhalten finden.

Das Team setzt auf seine Fähigkeit, vertrauenswürdige und evidenzbasierte Informationen zu gesundheitsbezogenen, medizinischen und klinischen Inhalten liefern zu können. Sie wollten aber mit unterschiedlichen Formaten experimentieren, um zu sehen, ob sie so mehr Menschen erreichen konnten.

DoktorWeigl begann damit, Shorts zu erstellen. So sollte das Interesse des Publikums geweckt und Interaktionen gefördert werden.

Viele seiner bisherigen Videos im Langformat drehten sich um zeitlose Themen wie Stoffwechsel, häufige Erkrankungen und Organe. Das Team machte daraus kürzere, leicht verständliche Clips. Das Experiment war ein Erfolg und motivierte viele Menschen dazu, sich auf den Kanal intensiver mit weiteren Themen auseinanderzusetzen.

Shorts bieten DoktorWeigl die Möglichkeit, komplexe Informationen in kurzen Clips leicht verständlich aufzubereiten.



2023 konnte DoktorWeigl seine Reichweite weiter steigern, indem er mit anderen Formaten wie Reactions experimentierte. Er setzte auf ein Bild-im-Bild-Layout und reagierte auf andere Videos mit Gesundheitsthemen, indem er medizinische Hintergrundinformationen und echte Beispiele aus seinem Krankenhausalltag lieferte. Für das Publikum waren seine authentischen, ungefilterten Reaktionen eine neue, spannende Art der Gesundheitsaufklärung.



DoktorWeigls Reactions machen seine Inhalte noch ansprechender und interessanter.

Trotz seiner Experimentierfreudigkeit achtete DoktorWeigl immer darauf, dass die geteilten Informationen evidenzbasiert, leicht verständlich und unabhängig von Sponsorships oder Markenpartnerschaften sind. Die Inhalte sollten vertrauenswürdig bleiben und Folgendes signalisieren: DoktorWeigl ist eine neutrale, unabhängige Quelle für verlässliche Gesundheitsinformationen. Oberste Prämisse ist es für ihn immer, ausschließlich über Themen zu sprechen mit denen er sich auch als „richtiger“ Arzt auskennt.

Mit der Zeit ein Team aufbauen

DoktorWeigls Erfolg auf YouTube stellte sich nicht über Nacht ein. Er fing ganz klein an und schaffte es durch unermüdliches Engagement, seinen Kanal aufzubauen. Da er durch seine Arbeit in einem öffentlichen Krankenhaus allerdings stark eingebunden war, erreichte er schon bald einen Punkt, an dem Unterstützung unerlässlich war. Er brauchte ein vertrauenswürdiges Team, das ihn unterstützte und seinen Kanal immer mit aktuellen, hochwertigen Gesundheitstipps fütterte.

Je größer sein YouTube-Kanal wurde, desto größer wurde auch sein Team. Nach und nach entstand ein heute sechsköpfiges Team, das ihn remote aus ganz Deutschland bei Faktenchecks, Skripterstellung, Bearbeitung und Thumbnail-Design unterstützt.

Durch dieses allmähliche Wachstum konnte er seinen eigenen Stil entwickeln und auf Videotrends reagieren, ohne sein Ziel aus den Augen zu verlieren, über gesundheitsbezogene Themen aufzuklären.

Medizinisches Know-how auf YouTube teilen

DoktorWeigl ist überzeugt, dass Aufklärung in YouTube-Videos nicht nur eine Ergänzung seiner Tätigkeit als Arzt ist, sondern als ein grundlegender Teil moderner Gesundheitsversorgung gesehen werden sollte. Über seinen Kanal erreicht er ein breit gefächertes Publikum – von Schulkindern über medizinisches Personal bis hin zu angehenden Ärztinnen und Ärzten, die sich gerade auf ihr Examen vorbereiten. In Zukunft möchte er weiterhin Menschen aufklären, die Beziehungen zwischen Arzt/Ärztin und Patient/Patientin verbessern und andere medizinische Fachkräfte inspirieren, dasselbe zu tun.



Digitale Videoplattformen sind inzwischen ein Muss in der Kommunikation mit Personen, die auf der Suche nach hochwertigen Gesundheitsinformationen sind. Das gilt für Patientinnen und Patienten sowie gerade auch für Ärzte, Therapeuten und anderen Akteuren im Gesundheitswesen gleichermaßen.



- DoktorWeigl

