

Neues Konzept der GZM setzt auf die Bedeutung der Marke

Mit gezieltem Marketing mehr Laborerfolg

Das ist unbestritten: Ganzheitliche Zahnmedizin und biokompatibler Zahnersatz gewinnen immer mehr an Bedeutung. Die Internationale Gesellschaft für Ganzheitliche Zahnmedizin e.V. (GZM) macht mit ihrem Marketing-Konzept flächendeckend auf ihre besonderen Angebote und Leistungen aufmerksam. GZM-Labors und GZM-Praxen, so die Gesellschaft, profitieren von der neuen Initiative in besonderem Maße. Wichtige Info für alle, die mitmachen wollen: Noch bis zum 31. Januar ist eine Anmeldung möglich.

Patienten als Konsumenten – Trendgruppe LOHAS

Die GZM mit ihren zentralen Themen „ganzheitliche Zahnmedizin, Umwelt-Zahnmedizin, gesunder Zahnersatz“ stößt bei zwei Bevölkerungsgruppen auf besonders großes Interesse: Zum einen sind es Patienten, die bereits erkrankt sind, also beispielsweise eine Unverträglichkeit oder Allergie gegen ein Dentalmaterial entwickelt haben. Zum anderen interessieren sich immer mehr gesundheitsbewusste Menschen für diese Themen. Die meisten von ihnen zählen zu der stetig wachsenden Gruppe der so genannten LOHAS (Lifestyles of health and sustainability). Diese Menschen legen Wert auf Gesundheit, Vertrauen und Nachhaltigkeit, wofür sie gerne bereit sind zu investieren. Ihr Anteil in der Bevölkerung wird bereits auf 30 Prozent geschätzt.

Die GZM liegt mit ihren Wer-

ten auf der Linie der LOHAS und sollte von ihnen noch stärker als Marke mit Qualität wahrgenommen werden. Dafür sind kontinuierliche Patienteninformationen und nachvollziehbare, regelmäßige Qualitätsbeweise unabdingbare Voraussetzungen.

Marketing und PR lohnen sich

Heute ist es wichtiger denn je, so die GZM, die Öffentlichkeit über Inhalte, aktuelle Projekte, Entwicklungen und Themen eines Vereines oder Verbandes zu informieren. Nur so können Zielgruppen und Patienten langfristig gewonnen und regelmäßig sachkundig informiert werden. Zudem lohnen sich professionelles Marketing und PR: Eine erst kürzlich durchgeführte Branchenumfrage ergab, dass 50 Prozent der Praxen und Labors der Kommunikation mittels PR und Marketing eine hohe Bedeutung beimessen. Auch die Studie „Ärzte

im Zukunftsmarkt Gesundheit 2006“ zeigte, dass Ärztinnen und Ärzte mit einem Werbebudget von mehr als 2500 Euro pro Jahr höhere Umsätze erzielen als die Vergleichsgruppe mit einem Marketingbudget zwischen 500 bis 2500 Euro.



Menschen wie die LOHAS legen großen Wert auf ganzheitliche Zahnmedizin und biokompatiblen Zahnersatz. Foto: Copyright Getty Images

Umsetzung des Marketing-Konzepts

Die GZM hat die Bedeutung der Marke bereits erkannt. Ein wichtiges Ziel ist es daher, die GZM nach außen noch bekannter zu machen und stärker mit Qualität zu verknüpfen sowie ein GZM-Gütesiegel zu kreieren und es zu etablieren.

Die in der Dentalbranche erfahrene Agentur uphoff pr-consulting (up-c) hat für die GZM ein Marketing-Konzept erarbeitet, das Praxen, Labors, begleitende Heilberufe und Patienten mit einbezieht. Ziel des Marketing-Plans ist es,

- die GZM als Marke/ein GZM-Gütesiegel zu etablieren,
- die Zahnärzteschaft und Dentallabors umfassend über die GZM zu informieren
- mit solider Pressearbeit die Medien von der Bedeutung ganzheitlicher Zahnmedizin zu überzeugen und sie so für die Berichterstattung zu gewinnen
- sich darüber hinaus den Medien (Fach- wie Laienmedien) als Zusammenschluss von Expertinnen und Experten zu präsentieren, die ihnen für Berichte fachlich fundierte Informationen liefern
- Patienten gezielter auf die Möglichkeiten der ganzheitlichen Zahnmedizin und das Angebot von biokompatiblen Zahnersatz aufmerksam zu machen

Die einzelnen Marketing-Tools umfassen für die Marken-Etablierung eine umfangreiche Pressearbeit inklusive Anzeigenschaltungen. Darüber hinaus werden Informationsmaterialien, perfekt zugeschnitten auf die Zielgruppen Patienten, Zahnärzte, Labors sowie andere Heilberufe, entwickelt. Veranstaltungen wie Seminare sowie ein moderner Internetauftritt sind weitere Wege der Öffentlichkeitsarbeit. Die GZM-Mitglieder können dank einer umfassenden Datenbank Materialien nutzen und ihre eigenen Erfahrungen, beispielsweise zu Events, Referenten oder Veranstaltungsorten, sammeln und austauschen.

Nähere Informationen zur Marketing-Initiative der GZM und die Beitrittserklärung erhalten Sie in der Geschäftsstelle der GZM, Telefon 06 21/4 82 43 00, E-Mail info@gzm-org.de.