

## Dental Tribune startet erfolgreich auf dem US Markt Dental Tribune started successful in the US market

**2006** ging durch die US-amerikanische Dentalindustrie ein Ruck – in Form von neuen, noch nie dagewesenen Veröffentlichungen, die auf einem Markt mit unbegrenzten Möglichkeiten einen völlig neuen Weg einschlugen. Führend unter ihnen ist die einzigartige, wöchentlich erscheinende Zeitung – Dental Tribune, die allgemeinpraktizierende Zahnärzte mit einem Informations-Mix an Industrie- und Produktneuheiten sowie klinischen Vorschriften versorgt und das Leben und die Meilensteine seiner Leserschaft auf besondere Weise herausstellt.

Herausgeber Torsten Oemus hat die Dental Tribune International zu „The World's Dental Newspaper“ gemacht, mit nahezu 500.000 Lesern in 90 Ländern, von denen Ausgaben in fast 30 Sprachen gelesen werden. Es war höchste Zeit, dieses Konzept nach Amerika zu bringen.

„Der Zahnarzt ist eine Art einsamer Ranger“, erklärte Oemus. „Er oder sie arbeitet 10 bis 12 Stunden am Tag und hat keine Zeit, den unüberschaubaren Stapel an Industrie-Journalen zu lesen, die derzeit die Büros überfluten. Aber sie werden einige Minuten damit verbringen, eine Zeitung mit großen Bildern und kurzen Artikeln zu lesen, die einen schnellen Überblick über das verschafft, was sie über ihresgleichen wissen sollten.“

Die wöchentlich erscheinende Dental Tribune erschien erstmals 2006 auf dem Markt und ist das Flaggschiff der DTI-US-Offensive. Die DTI veröffentlicht auch viermonatlich erscheinende Spezialpublikationen – Endo, Ortho, Perio und Implant Tribunes –, die von den Spezialisten und Generalisten, die interessiert sind mehr über neue Verfahren zu lernen, positiv aufgenommen wurden.

Nachdem Sullivan-Schein Dental ihren Marktwert und ihre weltweiten Möglichkeiten realisierte, gingen sie eine Partnerschaft mit Dental Tribune ein. Anlässlich des jährlichen Verkaufstreffens der großen Dentalhändler in Orlando veröffentlicht die Dental Tribune eine Zeitung und die Schein-Repräsentanten ermöglichen ihren zahnärztlichen Klienten diese zu abonnieren.

„Wir wollen die Zahnärzte auf der gleichen Seite haben wie ihre Handelsvertreter“, so Oemus. „Mit der Erscheinungsweise unserer wöchentlichen Ausgabe (48 Ausgaben pro

Jahr), bieten wir den Herstellern die unschlagbare Gelegenheit, ihren Klienten die aktuellsten Produktinformationen in kürzester Zeit zukommen zu lassen.“

Schließlich stellte Oemus auch ein Team aus hoch qualifizierten Journalisten und Produktmanagern zusammen, das er mit angesehenen klinischen Fachleuten zusammenarbeiten lässt.

„Unsere Mission besteht darin, eine Gesellschaftszeitung für Zahnärzte anzubieten“, so der Gruppenredakteur Geoff Giordano, der alle redaktionellen Vorgehensweisen der Dental Tribune America im Überblick hat. „Die Resonanz zu diesem Format war phänomenal und wir sind ständig dabei es zu verbessern, damit es den amerikanischen Lesern gefällt und um ihnen mehr Inhalte ihres Lebens und das Leben derer, die sie kennen, zu vermitteln.“

Ein Weg, auf dem die Dental Tribune America zahnärztliche Spezialisten enger zusammenbringt, besteht in ihren Show-Tageszeitungen. Die DTA fungierte als die offizielle Publikation auf der letzten Greater New York Dental Show, der Anfang eines fünfjährigen Engagements dafür, den Besuchern alle Aktualitäten des Kongresses zu vermitteln. Weitere Tageszeitungen für verschiedene Veranstaltungen sind für das gesamte Jahr geplant.

Indem die Dental Tribune America so viele Bereiche abdeckt, entspricht sie ganz dem Motto ihrer Muttergesellschaft: „Essenzielles Dental-Medium“. ■

**In** 2006, the US dental industry got a jolt — in the form of several new, unprecedented publications that took a bold new tack in a market ripe with opportunity.

Chief among them is a unique weekly newspaper, Dental Tribune, dedicated to informing general practitioners with a mix of industry and product news, clinical instruction and features that detailed the lives and milestones of its audience.

Publisher Torsten Oemus had built Dental Tribune International into “The World's Dental Newspaper,” with nearly 500,000 readers of publications in nearly 30 languages and 90 countries. It was high time to bring the concept to America.

“The dentist is a sort of Lone Ranger,” Oemus explained. “He or she works 10 to 12

hours a day and doesn't have the time to read the pile of dense industry journals that flood the office. But they will spend a few minutes a day with a newspaper that has big pictures and small stories, that gives them a quick overview of what they need to know about their peers.”

Launched in late 2006, the weekly Dental Tribune is the flagship of DTI's US offensive. DTI also publishes four monthly specialty publications—Endo, Ortho, Perio and Implant Tribunes—to rave reviews from specialists and generalists eager to learn more about other procedures.

Realising its marketplace value and global opportunities, Sullivan-Schein Dental has partnered with Dental Tribune. Schein representatives offer subscriptions to their dentist clients, and Dental Tribune publishes a newspaper at dental supply giant's annual sales meeting in Orlando.

“We want dentists to be on the same page as their sales representatives,” Oemus says. “With the frequency of our weekly (48 editions a year), we provide manufacturers an unbeatable way to give clients the most up-to-date product information in the shortest possible time.”

To that end, Oemus built a team of highly trained journalists and product managers, teaming them up with respected clinical experts.

“Our mission is to provide a community newspaper for the dentist,” says Group Editor Geoff Giordano, who oversees editorial operations for Dental Tribune America. “The response to the format has been phenomenally positive, and we're constantly improving it to appeal to American readers and provide more content about their lives and the lives of those they know.”

One way Dental Tribune America brings dental professionals closer together is through its show dailies. DTA served as the official publication at the most recent Greater New York Dental Show, the beginning of a five-year commitment to give attendees all the updates from the convention floor. And more such dailies are being planned throughout the year.

By covering so many bases, Dental Tribune America lives up to the motto of its parent company: “Essential Dental Media.” ■

[www.dental-tribune.com](http://www.dental-tribune.com)

## proDente bei obs-Awards 2006 mit 2. Platz ausgezeichnet proDente was prized with 2<sup>nd</sup> place at the obs-Awards 2006

**pro**Dente ist bei dem von der dpa-Tochter news aktuell gestifteten Branchenpreises „obs-Awards 2006“ mit dem zweiten Preis in der Kategorie Infografik ausgezeichnet worden. Eine sechsköpfige Jury aus Journalisten hatte die Pressegrafik „So ist ein Zahn aufgebaut“ aus über 500 Einreichungen in eine Kurzliste gewählt. Über die 18 ausgewählten Pressefotos und Grafiken konnten danach Journalisten, Agenturmitarbeiter und PR-Fachleute öffentlich abstimmen.

Eine spezielle Bedeutung hat die Auszeichnung gerade dieser Grafik zudem, weil sie ein

gelungenes Beispiel für die unbefangene Kooperation zwischen Redaktion und Pressestelle darstellt. „Die Grafik ist auf Basis eines persönlichen Gesprächs mit einem recherchierenden Redakteur des Magazins ‚Guter Rat‘ angefertigt worden“, erläutert Kropp. ■

**On** the occasion of the “obs Award 2006”, which was founded by the dpa subsidiary news aktuell, proDente was awarded with a second price in the category info-graphics. A six-headed jury of journalists elected the press-graphic

“This is the structure of a tooth” out of 500 other options and included it into a final short list of chosen pictures. Finally, journalists, employees of the agency, and PR-specialists were allowed to vote in public out of more than 18 pictures and graphics.

The award also has special meaning because it reflects the successful cooperation between editorial office and press office. “The graphic was designed on the basis of a personal conversation with an editor of the magazine ‘Guter Rat’,” explained Kropp. ■

[www.prodente.de](http://www.prodente.de)