

„Grabe den Brunnen, ehe du durstig bist!“

Unbestritten kämpfen derzeit viele Dentallabore ums nackte Überleben. Dennoch sollte man versuchen, die derzeitige Situation nicht nur als Bedrohung, sondern auch als Chance zu sehen. Arbeit wird es in den nächsten Monaten sicherlich wieder geben, bis dahin sollte man sein Labor auch entsprechend positioniert haben.



Carsten Becker

▶ Carsten Becker

Die Dentalbranche durchlebt derzeit eine essenzielle Krise. Die goldenen Jahre scheinen endgültig vorbei zu sein. Als Auslöser für die derzeitige Situation werden von den Betroffenen eklatante Versäumnisse in der Politik und die Unentschlossenheit der Krankenkassen verantwortlich gemacht. Viele Dentallabore mussten mittlerweile unverschuldet Kurzarbeit anmelden und fürchten um ihre Existenz. Was bleibt den Laborinhabern anderes übrig als im Labor zu sitzen und darauf zu warten, dass Dritte auf dem Markt wieder für klare Verhältnisse sorgen?

Eine ganze Menge. Selbst am Markt aktiv zu werden und Zahnärzte in der umfassenden Patienteninformation zu zahnmedizinischen Themen zu unterstützen, ist für jedes Labor ein Ausweg aus der Krise. Oftmals wird die Information der Patienten gerade in Bezug auf hochwertige Alternativen in den Praxen nicht konsequent umgesetzt, daher besteht ein immenser Informationsbedarf in diesem Bereich. Übernimmt das Labor diese Aufklärungsarbeit, verfügt es mittelfristig auch über die Patienten. Und zwar Patienten für hochwertige Leistungen. Da eine solche Konstellation mit Sicherheit den Zahnärzten nicht verborgen bleiben wird, erzielt das Dentallabor natürlich im Ansehen seiner Zahnärzte auch einen ganz anderen Stellenwert.

Beratung für Zahntechniker

Dass dies nicht nur pauschale und theoretische

Aussagen von Außenstehenden sind, zeigt der Blick auf das Produktportfolio von dieberatungspraxis, ein Gießener Unternehmen, das sich unter anderem auf die Beratung von Dentallabors spezialisiert hat und bei dem täglich Laborinhaber aus ganz Deutschland Rat suchen. Gesprächsthemen sind neben dem ursprünglichen Kerngeschäft, der Neukundengewinnung für Dentallaboratorien, unter anderem Öffentlichkeitsarbeit, Außendienstschulungen, Verkaufsförderungen oder Unternehmensberatungen. Mittlerweile verfügt dieberatungspraxis über ein interdisziplinäres Team aus Betriebswirten, Marketingexperten, Kommunikationsfachwirten, Juristen und Medizinern. Daher ist man in Gießen in der Lage, sämtliche Kundenbedürfnisse entsprechend zu befriedigen.

Dass diese unter Umständen sehr vielseitig sein können, zeigt die Erfahrung. Daher wird mit jedem Kunden auch zunächst ein so genanntes marketingorientiertes Kommunikationskonzept (MaKom) entwickelt, denn was für das eine Dentallabor das Allheilmittel ist, muss für das andere zahntechnische Unternehmen noch lange nicht der Stein der Weisen sein.

In Zusammenarbeit mit dem jeweiligen Dentallabor wird ein individuelles Handlungskonzept entwickelt und damit Perspektiven für die unternehmerische und persönliche Zukunft. Berücksichtigt werden hierbei das persönliche Umfeld des Dentallabors, das zur Verfügung stehende



Errol Akin

kontakt:

Carsten Becker

Projektleiter Dental
dbp – dieberatungspraxis
Gesellschaft für Kommunikation
Europastraße 3
35394 Gießen
Tel.: 06 41/9 48 83-85
Fax: 06 41/9 48 83-99
Mobil: 01 75/5 95 93 55
E-Mail:

c.becker@dieberatungspraxis.de
www.dieberatungspraxis.de