



Marcus Angerstein,  
Julians Dentalforum

# Reden ist Gold, Schweigen NEM ...

Gar nicht so einfach, die einleitenden Zeilen dieser ZWL-Ausgabe zu verfassen. Das Thema Bundestagswahl würde sich direkt anbieten, aber es wäre schade um den Platz und Ihre wertvolle Zeit.

Widmen wir uns also gleich der Zukunft. Ja, Zahntechnik aus Deutschland hat Zukunft, unabhängig davon, wer den begehrten Chefessel des größten steuerfinanzierten Kasperletheaters die nächste Zeit besetzt. Denn die Gesetze der Marktwirtschaft sind Naturgesetzen sehr ähnlich, also nur temporär durch Politiker oder Menschen beeinflussbar.

Zukunft gestalten heißt, unter Berücksichtigung vorhandener Fakten zu träumen. Lehnen Sie sich also für einen Moment zurück und genießen Sie die Tatsache, Inhaber eines Dentallabors zu sein.

Sie sind seit Jahren in der Lage, Produkte herzustellen, die hochwertiger sind als es der Kunde erwartet. 90% Ihres Absatzmarktes verfügen über ein regelmäßiges Einkommen sowie Sparguthaben von mehreren Tausend Milliarden Euro. Und während Norbert Blüm auf seine alten Tage angesichts der demoskopischen Entwicklung insgeheim doch noch an seinen Worten zweifelt, freuen Sie sich auf die stetig wachsende Zielgruppe Ihres Unternehmens. Und freundlicherweise wächst diese Zielgruppe nicht nur, sie wird dank steigender Lebenserwartung Ihrem Unternehmen auch länger erhalten bleiben.

Sie führen einen Betrieb, in dem nicht nur die Techniker, die auf Ihrer Payroll stehen, für Sie arbeiten – nein, eine Armee von über 400.000 Versicherungsvertretern und inzwischen auch einige gesetzliche Krankenkassen versorgen Ihre Kunden mit Millionen von Zusatz- oder Ergänzungspolice, die zumindest Teile Ihres Produktes bezahlen. Gleichzeitig bedienen Sie mit Ihrer Firma zwei Märkte, die ein enormes Wachstum aufweisen: Gesundheit und Schönheit liegen voll im Trend.

Aufwachen, herzlich willkommen in der Marktwirtschaft! Der Welt von Angebot und Nachfrage. Sie sind bestens dafür gerüstet. Ihr Produkt, die einmalige Symbiose aus Handwerk, Kunst und Hightech ist faszinierender als LCD-Bildschirme oder Brustvergrößerungen. Der Preis Ihrer Krone beinhaltet mehr Extras serienmäßig als die neue S-Klasse. Angefangen bei der Mehrschicht-Keramikverblendung über die funktionale Kaufläche und sorgfältig ausgewählte Materialien, die nicht nur einem Crashtest standhalten, bis hin zur einer Fertigungspräzision, von der Mercedes und Co. nur träumen können.

Im Marketing ist es erlaubt zu sagen, wie gut man ist. Der Verbraucher erwartet es sogar, informiert und kompetent beraten zu werden, um seine Entscheidung treffen zu können. Die häufige Entscheidung des Patienten für billige Zahntechnik ist nichts anderes als die Folge schlechter Beratung. Machen Sie Ihrer Zielgruppe ein Angebot, zeigen Ihren Kunden – ja ich meine den Patient – was Sie können und was er für sein Geld alles erhält! Denn Ihr Angebot bestimmt die Nachfrage. Und von dieser gesteigerten Nachfrage profitiert auch Ihr Partner, der Zahnarzt.

Nutzen Sie jede Möglichkeit zur Kommunikation mit dem Patienten, damit die Zukunft kein Traum bleibt. Sie werden sehen, es ist leichter als man denkt, den eigenen Markt zu erschließen. Denn viele Wettbewerber werden schweigen, einige davon für immer ...

Ihr Marcus Angerstein