



Reden ist Silber – Öffentlichkeitsarbeit ist Gold

Angesichts der Umwälzungen auf dem Dentalmarkt ist auch das Dentallabor gefordert, neue Wege zu gehen: Mehr marktwirtschaftliche Prinzipien im Gesundheitswesen erfordern neue Methoden der Kundengewinnung und -bindung; und dabei insbesondere eine Intensivierung der Kommunikation mit dem (potenziellen) Kunden. Gerade hier ist die Presse- und Öffentlichkeit des Dentallabors von zentraler Bedeutung. Sie informiert, schafft Vertrauen und sorgt für ein positives Image gegenüber der Kundenzielgruppe sowie der breiten Öffentlichkeit. Die Betriebsgröße spielt dabei keine Rolle. Auch ein kleiner Betrieb kann mit geringem Aufwand seine Außendarstellung professionell und sein Image positiv gestalten.

▶ **Jochen Kriens M. A.**

Die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit eines Unternehmens sollte stets getrennt werden von der reinen Produktwerbung. Die sachliche Information muss im Vordergrund stehen. Statt die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit ausschließlich zu Vertriebszwecken einzusetzen, sollten vielmehr die Stärken und Kernkompetenzen des Labors sachlich nach außen kommuniziert werden. Unter dieser Maßgabe bieten sich jedem Dentallabor vielfältige Möglichkeiten der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, mit denen es seine Zielgruppen ansprechen und für seine Leistungen gewinnen kann.

Ziele der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Vor Beginn einer PR-Kampagne sollten die Kommunikationsziele des Dentallabors feststehen, denn sie bestimmen die Maßnahmen, die durchgeführt werden sollen. Neben dem übergeordneten Ziel jeder guten Presse- und Öffentlichkeitsarbeit – Vertrauen zu schaffen – lassen sich die operativen Ziele in drei Kategorien einteilen:

1. *Erhöhung des Bekanntheitsgrades und des Unternehmensrenommées.*
2. *Gewinnung und Bindung neuer Kunden.*
3. *Positionierung als Spezialist für bestimmte zahntechnische Lösungen.*



der autor:

Jochen Kriens M. A.
Leiter Presse- und Öffentlichkeitsarbeit und
PR-Beratung
New Image Dental GmbH