

# Die Stärken der Innungsbetriebe werden deutlich



| Redaktion

Die zahntechnischen Meisterbetriebe gelten als die erste Fachadresse in Deutschland für moderne Zahnprothetik auf hohem Qualitätsniveau. In den letzten Jahren haben sich die bisher bewährten Strukturen im Zahntechniker-Handwerk jedoch fundamental verändert. Die herausragenden Leistungen der Meisterbetriebe, ihre Qualität und ihre Leistungsfähigkeit von der Information und Beratung des Zahnarztes bis hin zu schnellsten Serviceleistungen werden durch eine einseitig auf den Preis fixierte Billigzahnersatzkampagne in den Medien diskreditiert. Hier gilt es, dieser „Geiz-ist-geil“-Mentalität eine überzeugende imagebildende Medienarbeit für die Meisterbetriebe in Deutschland entgegenzustellen.

## Kommunizieren mit Konzept!

Als ein wirksames marktpolitisches Instrument haben die Innungen und der VDZI ein bundesweites Kommunikationsinstrument für die Innungsbetriebe entwickelt: Die Dachmarke Q\_AMZ. Sie ist als ein umfassendes Kommunikationskonzept anzusehen, das die besten zahntechnischen Teilnehmer im Markt positioniert: Die Gruppe der Meisterbetriebe der Innungen.

Die Dachmarke Q\_AMZ bietet den Innungsfachbetrieben exklusiv die Möglichkeit, ihre herausragenden Leistungen für die Versorgungsqualität in Deutschland zu kommunizieren und das Qualitätsbewusstsein der Zahnärzteschaft und Patienten bei der Wahl des herstellenden Labors zu schärfen. Dabei präsentiert Q\_AMZ die Innungs-

betriebe als eine Qualitätsgemeinschaft, die sich grundsätzlich als bester Leistungspartner versteht. In den bundesweit organisierten Anzeigenkampagnen werden die Innungsbetriebe somit als die erste Adresse für Zahnersatz positioniert.

Die Maßnahmen dienen der Entwicklung der Markenbekanntheit und vermitteln die ethischen Grundsätze, qualitativen Ansichten und das Markenversprechen. Den Betrieben bietet sich die Möglichkeit, auf dieses Fundament mit werblichen Einzelmaßnahmen oder auch gemeinschaftlichen Werbekampagnen aufzusetzen.

Neben den wirtschaftlichen Anpassungsherausforderungen werden die Betriebe auch durch Horrormeldungen über gesetzliche oder vertragliche Zertifizierungsverpflichtungen verunsich-

chert. Hierfür gibt es derzeit keine gesetzliche Grundlage. Man erkennt hierbei das Spiel der Unternehmensberater auf der Klaviatur der Angst. Die Labore sehen sich so gedrängt, nicht unerhebliche finanzielle Mittel und personelle Kapazitäten in eine normenbasierte Zertifizierung eines Qualitätsmanagementsystems zu investieren. Aus marktpolitischer Sicht ist dies töricht, denn damit wird der portugiesische oder indische Anbieter den Meisterbetrieben, die mit dem gleichen ISO-Zertifikat winken, gleichgestellt. Diese Zertifizierung bietet damit kein Merkmal, das die Meisterbetriebe im Markt unterscheidbar macht. Hierauf soll im Folgenden jedoch nicht näher eingegangen werden.

Es ist aber sinnvoll, vor diesem Hintergrund den Unterschied deutscher Meis-

