

KFO-Medienkampagne geplant

Die deutschen Kieferorthopäden befinden sich auf Grund der Auswirkungen von BEMA und GMG in einer der größten wirtschaftlichen Krisen. Zahlreiche Kieferorthopäden haben bereits darauf reagiert und ihre Kassenzulassung zurückgegeben. Immer mehr Praxen sind darauf angewiesen, ihr privates Leistungsspektrum massiv auszuweiten. So reicht das weit gefächerte Repertoire an innovativen Behandlungsmethoden von kosmetischen Behandlungen bis hin zur Beseitigung von Funktionsstörungen – auch bei erwachsenen Patienten. Jedoch kaum ein Bürger weiß davon. Gemeinhin gelten Kieferorthopäden als Kinderzahnärzte. Doch das soll sich in der Zukunft ändern. Die Kommunikationsagentur *my communications*, einem spezialisierten Komplettanbieter von integrierten Kommunikationslösungen im internationalen Gesundheitsmarkt und Berater von Fach- und Publikumsmedien, plant eine der größten Medienkampagne, um dem Publikum die einzigartigen Leistungen der Kieferorthopädie vorzustellen. Ziel der Kampagne ist es, gegenüber der Bevölkerung das Image der Kieferorthopäden positiv aufzuwerten sowie neue vorinformierte Patienten zu akquirieren. Dies könne nach Ansicht von Matthias Voigt,

Projektleiter in der Agentur *my communications*, nur dann erreicht werden, wenn eine Berichterstattung sowohl in Fernsehen und Hörfunk als auch in den Printmedien durchgeführt wird. Mittels positiver Darstellung des Fachgebietes wünscht man sich, eine Nachfragersteigerung bei Selbstzahlern auszulösen. Die notwendigen finanziellen Mittel für die Kampagne werden zurzeit bei den Kieferorthopäden akquiriert. So profitiert jede KFO-Praxis, die sich mit einer einmaligen Summe von 1.500,00 € finanziell an der Kampagne beteiligt, durch einen Eintrag in eine interaktive Datenbank im Internet. Über diese Datenbank können interessierte Zuschauer bzw. Leser direkt mit einer KFO-Praxis in ihrer Nähe Kontakt aufnehmen. Start der acht bis zehn Wochen andauernden Kampagne soll Anfang 2005 sein. „Natürlich könnte daraus eine sich immer wiederholende Information entwickelt werden, die sich für die Kieferorthopäden auszahlt. Wir müssen jedoch erst einmal abwarten, welchen Erfolg das jetzige Projekt mit sich bringt und welche Schritte in Zukunft notwendig sein werden. Bei einem Erfolg ist es denkbar, das Konzept dieser Medienkampagne, auf andere interessiertere Berufsgruppen zu übertragen“, so Voigt.

info:

Mehr Informationen zur KFO-Kampagne unter:
www.mycommunications.de
 E-Mail: info@mycommunications.de
 Tel.: 03 41/4 84 74-3 04



**Jetzt neu:
 Implantatlänge für
 Tapered Screw-Vent®:
 11,5 mm**

**Brillante Ideen.
 Trendbestimmende Innovationen.**

Von den Erfindern der internen Implantatverbindung. Zimmer Dental, der weltweite Marktführer und Pionier der internen Implantatverbindung mit Friction-Fit Technologie.

- Eine erprobte Lösung gegen Schraubenlockerung seit 1986
- Mikrobewegungen zwischen Implantat und Abutment werden eliminiert
- Bakteriendichter Verschluss zwischen den Komponenten

Für weitere Informationen rufen Sie uns bitte unter 07 61-4584 722 oder 723 an oder besuchen unsere Website unter www.zimmerdental.de.

Tapered Screw-Vent® Implantate und Aufbau

