

Kommunikations- und Marketingkongress in Ischgl

| Redaktion

Die ZWP-Redaktion sprach mit dem 1. Vorsitzenden der jungen Gesellschaft der Masterimplantologen, Dr. Achim Sieper, Master of Science Implantologie, Erfolgsautor, Referent und anerkannter Experte für Marketing im Gesundheitswesen, sowie Kerstin Sieper, Fachwirtin für Marketing, Marketingcoach und Unternehmensberaterin im Gesundheitswesen, über den 2. Dental-Kongress in Ischgl.

Vom 12. bis 19.04.2008 veranstalten Sie den 2. Dental-Kongress in Ischgl im Design Hotel madlein. Warum ist es für Sie so wichtig, hochqualifizierte Zahnärzte und Labore aus dem deutschsprachigen Raum zusammenzuführen?

Dr. Achim Sieper: Vor 20 Jahren bin ich selbst begeisterter Schüler des Kompetenzteams Prof. Böttger und Horst Gründler in Düsseldorf gewesen und stelle mit 20-jähriger Praxiserfahrung immer deutlicher fest, dass dieses Erfolgsmodell heute mehr denn je seine Gültigkeit hat. Netzwerke gründen und Kompetenzen bündeln wird für die Leistungserbringer in der Gesundheitswirtschaft die große Herausforderung der Zukunft. Zahnmedizin als Health Care und Lifestyle ermöglicht das Gewinnen neuer Patientenkreise mit besonderen ästhetischen Ansprüchen, erfordert aber eine optimierte gemeinsame Kommunikation, um Patienten für die faszinierenden Möglichkeiten einer innovativen Zahnheilkunde zu begeistern. Deshalb liegt der Schwerpunkt dieses Kongresses auch auf Kommunikation und intelligentem Marketing als Konzept für Labore und ihre Partnerzahnärzte. Wir wollen bereits erfolgreiche Beispiele vorstellen, wie beide Partner gemeinsam eine qualitativ hochwertige Zahnheilkunde für ihre Patienten mit allen Sinnen erlebbar und erfahrbar machen.

Das klingt interessant, ist denn von den Zahnärzten der Zahntechniker als gleichberechtigter Partner gewünscht?

Kerstin Sieper: Die Spitzenpraxen in Deutschland haben längst die vielen Möglichkeiten erkannt, die sich durch eine Kooperation mit dem deutschen Partnerlabor für alle Beteiligten und insbesondere natürlich für den im Mittelpunkt stehenden Patienten bieten. Zahnärzte, die mit innovativen Techniken wie 3-D-Navigationen arbeiten, haben festgestellt, welchen hohen Wert die Arbeit des Zahntechnikers am Computer für die Planung und Konstruktion von hochwertigem Zahnersatz hat. Der Zahntechniker oder Laborinhaber wird ja immer mehr zum Softwareingenieur bzw. Dentalingenieur und befindet sich somit in der Tat auf gleicher Augenhöhe mit seinen Partnerzahnärzten. Auch das gemeinsame Auftreten als Kompetenzteam addiert nicht, sondern multipliziert den emotionalen Erlebniswert des Patienten. Statt einem Verkaufsgespräch ausgesetzt zu sein, fühlt sich der Patient in einem Team eingebunden. Außerdem werden wir Wege aufzeigen, auf Entwicklungen nicht immer nur zu reagieren, sondern die Zukunft gemeinsam nutzbringend zu gestalten. Denn heute geht es auf dem Markt darum, Veränderung zu dominieren und gemeinsam Zukunft zu erfinden.

Das ist wohl wahr, hört sich aber ein bisschen theoretisch an.

Kerstin Sieper: Schon im vergangenen Jahr haben wir erlebt, wie viele interessante Ideen entwickelt werden können, wenn innovative Querdenker aus Labor- und Praxisszene zusammen treffen und eine geführte Plattform des Informations- und Erfahrungsaustausches nutzen. Deshalb sind die umfangreichen Kursunterlagen auch interaktiv gestaltet, sodass man alles, was man für realisierenswert hält, strukturiert in einer ToDo-Liste, zu Hause angekommen, abarbeiten kann. Bereits im vergangenen Jahr sind in herrlicher Urlaubsstimmung in einem der schönsten Orte der Welt, wahre Freundschaften entstanden – inzwischen erfolgserprobt. Und mit den strategischen Planungen zur Umsetzung sind die Teilnehmer auch nicht allein gelassen, denn ergänzende Workshops zu den Themengebieten sind so aufgebaut, dass konkrete individuelle Lösungen für erfolgreiche Partnerschaften erarbeitet werden.

„KO&MA im madlein“ lautet der Kongresstitel, warum wurde gerade das „madlein“ in Ischgl ausgewählt?

Dr. Achim Sieper: Das Hotel „madlein“ wurde ganz bewusst ausgewählt, denn hier wurde kreativ quergedacht. Das „madlein“ ist ein Beispiel für „Nichts ist unmöglich“ oder „Be diffe-