

# Sie lieben Bücher?!

| Redaktion

Gutes Marketing ist für die spezialisierte Zahnarztpraxis heutzutage unumgänglich. Einige Elemente des Praxismarketing sind fast schon Standard und in jeder Praxis vorzufinden: ästhetisch gestaltete Räumlichkeiten, Flyer, eine Praxishomepage. Immer häufiger trifft man auch auf ein Praxisteam in einheitlicher, Kompetenz vermittelnder Bekleidung. Konsequenz und Originalität sind essenziell für ein gelungenes Gesamtkonzept.

Um einen bleibenden Eindruck beim Patienten zu schaffen, gibt es neben den Möglichkeiten der Räumlichkeiten, Flyer, Praxishomepage und Bekleidung auch eine gehobene Variante der persönlichen Patientenaufklärung: ein eigenes Buch. Ein Ratgeber für die Patienten, vom Praxisinhaber herausgegeben, mit Informationen zur Behandlung, aber auch



zur Praxis, eigenen Fällen etc. Ein richtiges Buch, vom Arzt überreicht, überrascht den Patienten. Und ein Buch wird nicht entsorgt wie eine Broschüre. Im Gegenteil, bei erfolgreicher Behandlung wird er es eher noch an Freunde

und Bekannte weitergeben und damit sogar die so wichtige Mund-zu-Mund-Propaganda unterstützen.

Wir sprachen darüber mit Dr. Markus Lorch aus Oftringen in der Schweiz, welcher schon früh die Chancen eines konsequenten Praxismarketings erkannt und u.a. in Form eines eigenen Praxisbuches entsprechend umgesetzt hat.

*Herr Dr. Lorch, seit wann betreiben Sie ein aktives Marketing in Ihrer Praxis und mit welchen Mitteln haben Sie angefangen?*

Wir haben bereits beim Bau unserer Praxis auf besondere Kundenfreundlichkeit und ein möglichst angenehmes, nicht „zahnarzt-typisches“ Ambiente geachtet. Dieses Konzept zieht sich dann von der Einrichtung über den angebotenen Service bis zum Training der Mitarbeiterinnen durch. Weil dieser Prozess permanent in Entwicklung ist, probieren wir auch immer wieder neue Ideen aus, um unsere Kunden positiv zu überraschen.

Die Praxis Mund-Art war eine der ersten Zahnarztpraxen in der Schweiz, welche eine brauchbare Homepage und gute Internetpräsenz aufzuweisen hatte. Heutzutage ist das jedoch längstens nicht mehr genug, um sich von Mitbewerbern abzuheben.




---

„Ich bin weder Schriftsteller noch Grafiker und habe auch nicht die Zeit, mich um jedes Detail persönlich zu kümmern. Der Verlag nimmt einem diese ganzen ‚Umgebungsarbeiten‘ ab und hat mich auch bei der Bild- und Textzusammenstellung etc. tatkräftig unterstützt.“

---

Inserate und andere Formen der direkten Werbung haben – zumindest hier in der Schweiz – meist noch einen negativen Touch. Man läuft damit Gefahr, in eine Schublade mit gewissen als wenig seriös angesehenen Kollegen gesteckt zu werden.

Mund-zu-Mund-Propaganda ist in unserem Beruf nach wie vor die wichtigste Form der Werbung. Aus diesem Grund ist es wichtig, den Kunden etwas in die Hand zu geben, was sie ihren Freunden und Bekannten zeigen können und was die Philosophie unserer Praxis zum Ausdruck bringt.

**Wie sind Sie auf das Konzept des eigenen Patientenratgebers gestoßen?**

Ich bin schon seit längerer Zeit auf der Suche nach hochwertigem individuellen Informationsmaterial, welches ich unseren Patienten mit nach Hause geben kann. Flyer wirken irgendwie billig; eine standardisierte Patientenbroschüre hebt sich nicht ab und eine gute, eigene Praxisbroschüre ist sehr aufwendig zu realisieren. Ich suchte etwas Hochwertigeres – etwas, was das Image unserer Praxis widerspiegelt. Als der nexilis verlag mit der Idee auf mich zukam, ein eigenes Buch in Herausgeberschaft zu realisieren, ohne es komplett selbst schreiben, gestalten und drucken zu müssen, war das genau das Kommunikationsmittel, das ich gesucht habe.

**Wie ging es weiter?**

Ich bin weder Schriftsteller noch Grafiker und habe auch nicht die Zeit, mich um jedes Detail persönlich zu kümmern. Der Verlag nimmt einem diese ganzen „Umgebungsarbeiten“ ab und hat mich auch bei der Bild- und Textzusammenstellung etc. tatkräftig unterstützt. Der Ratgeberteil des Buches ist leserfreundlich vorbereitet, didaktisch und grafisch perfekt aufbereitet, das Editorial und die Praxisvorstellung spiegeln exakt das Image unserer Praxis wider. Diese gute Zusammenarbeit war für mich wirklich der entscheidende Punkt bei einem solchen Projekt.

**Wie setzen Sie das Buch ein und wie ist die Resonanz Ihrer Patienten?**

Natürlich ist es u.a. ein hervorragendes Mittel, um viele Situationen anhand der dargestellten Fälle zu erklären. Der Eindruck ist jedoch besonders nachhaltig, wenn die Leute von sich aus darin zu lesen anfangen. Wir haben jeweils ein Exemplar im Wartebereich und in den Sprechzimmern ausliegen und sehr oft werde ich spontan darauf angesprochen. Dann übergebe ich ein „persönliches“ Exemplar, was die Leute sehr schätzen. Dass sie es dann wirklich auch lesen, merke ich daran, dass in der nächsten Sitzung Fragen oder Kommentare dazukommen. Ich bin sicher, dass das Buch fast immer auch an Verwandte und Freunde weitergegeben wird.

**Sie sind also von dem klassischen Medium Buch als Marketingmaßnahme begeistert?**

Wie bei den meisten Marketingmaßnahmen ist der Erfolg nicht in Zahlen messbar. Dieser Patientenratgeber passt jedoch perfekt in unser Gesamtkonzept. Die gute redaktionelle Betreuung, aufwendige grafische Gestaltung und hochwertiger Buchdruck haben selbstverständlich ihren Preis; das Produkt kommuniziert aber in hervorragender Weise das gewisse Etwas unseres Leistungs- und Serviceangebotes. Überdies ist es schlichtweg unmöglich, in Eigenregie zu diesem Preis etwas



qualitativ Vergleichbares zu produzieren. Das klassische Medium Buch bewährt sich auch hier und ein großer Teil unserer Kundschaft gehört nunmal nicht der Internet-Generation an. Neuerdings gibt es den Patientenratgeber aber sogar als Online-Ausgabe.

**kontakt.****nexilis verlag GmbH**

Landsberger Allee 53

10249 Berlin

E-Mail: [info@nexilis-verlag.com](mailto:info@nexilis-verlag.com)[www.nexilis-verlag.com](http://www.nexilis-verlag.com)

ANZEIGE

Unser Beitrag zu Ihrem Prophylaxe-Erfolg:

# Compliance ist, wenn's den Patienten Spaß macht

**Angenehm – FLEXI**

Patienten fühlen den Unterschied.  
Weichheit und Flexibilität begeistern.  
Und geben ein „gutes Gefühl“.

**Duales System**

Das Interdentalpflege-Gel mit dem doppelten Wirkprinzip:

- antibakterielle Reinigung
- Förderung der Remineralisierung

mit 0,2% Chlorhexidindigluconat und 0,2% Natriumfluorid



alkoholfrei

TANDEX GmbH  
24941 FlensburgTel.: 0461 4807980  
Fax: 0461 4807981**TANDEX**

**Qualität  
zu fairen  
Preisen**

