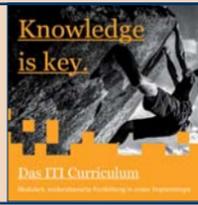




**Eine andere Art der Zahnmedizin**  
Das zweite Bio-Emulation Colloquium wird im Juli 2015 in Berlin stattfinden. Dr. Javier Tapia Guadix, Mitbegründer Bio-Emulation Study Group, im Gespräch mit Dental Tribune International. **» Seite 27**



**Knowledge is key**  
Länderübergreifend, strukturiert, evidenzbasiert: Erstmals wird durch das ITI Curriculum die Möglichkeit für eine europäische postgraduale Fortbildung in der oralen Implantologie geschaffen. **» Seite 28**



**Moderne Kommunikation**  
Die richtige Marketingstrategie wird für die Dentalunternehmen immer mehr zur Herausforderung. Begrenzte Budgets erfordern den effektivsten Einsatz der Mittel. **» Seite 31**

## ZWP Designpreis 2015: „Deutschlands schönste Zahnarztpraxis“ wieder gesucht

Wir verderben ihm nur ungern die Show – warum tun Sie es nicht einfach?



Die Redaktion der ZWP Zahnarzt Wirtschaft Praxis freut sich auf Innovation und Kreation, Architektur und Design. Der Wettbewerb um „Deutschlands schönste Zahnarztpraxis“ geht in eine neue Runde!

**Zeigen Sie, was Sie haben**  
Sie sind Praxisinhaber, Architekt, Designer, Möbelhersteller oder Dentaldepot? Dann zeigen Sie, was Sie haben: Die Zahnarztpraxis mit einer besonderen Architektursprache, mit dem perfekten Zusammenspiel

von Farbe, Form, Licht und Material. Überzeugen Sie mit Ideen und Stil. Präsentieren Sie sich, am besten im Licht eines professionellen Fotografen.

Machen Sie sichtbar, wofür Sie und Ihre Praxis stehen. Sie bevorzugen die Einbehandlerpraxis mit Nähe zum Patienten? Sie mögen die Mehrbehandlerpraxis mit breitem Behandlungsspektrum und Service fast rund um die Uhr? Sie haben sich auf die Jüngsten spezialisiert oder bewusst auf ältere Menschen? Sie widmen sich der Implantologie? Die ganzheitliche Zahnheilkunde ist Ihnen wichtig?

Sie haben Charakter und zeigen Persönlichkeit mit individuellen Praxisräumen? Mit Hang zum Extravaganten, zur Natur oder Kunst?

Ganz gleich, welche Ausrüstung, Spezialisierung oder Vorlieben Sie haben – Sie wissen am besten um die passende Außenwirkung Ihrer Praxis. Denn nur diese macht Ihre Räumlichkeiten für Patienten, Praxisteam und Behandler gleichermaßen attraktiv.

### Ihre Praxis in 360grad

Sie wollen sich und Ihre Praxis aus jeder Perspektive präsentieren? „Deutschlands schönste Zahnarztpraxis“ 2015 erhält eine exklusive

360grad-Praxistour der OEMUS MEDIA AG für den modernen Webauftritt. Der virtuelle Rundgang bietet per Mausklick die einzigartige Chance, Räumlichkeiten, Praxisteam und -kompetenzen informativ, kompakt und unterhaltsam vorzustellen. Die 360grad-Praxistour ist bequem abrufbar mit allen PCs, Smartphones und Tablets, browserunabhängig und von überall. Egal, wie Sie es drehen und wenden.

Weitere Informationen gibt es unter: [www.360grad.oemus.com](http://www.360grad.oemus.com).

Einsendeschluss für den diesjährigen ZWP Designpreis ist am 1. Juli

2015. Die Teilnahmebedingungen und -unterlagen sowie alle Bewerber der vergangenen Jahre finden Sie auf [www.designpreis.org](http://www.designpreis.org).

Wann bewerben auch Sie sich? Wir freuen uns darauf. ◀

### OEMUS MEDIA AG

Stichwort: ZWP Designpreis 2015  
Holbeinstr. 29  
04229 Leipzig  
Tel.: +49 341 48474-120  
[zwp-redaktion@oemus-media.de](mailto:zwp-redaktion@oemus-media.de)  
[www.designpreis.org](http://www.designpreis.org)  
[www.oemus.com](http://www.oemus.com)



ZWP Designpreis 2014 - Gewinnerpraxis „Zahnärzte im Kaisersaal“ von Zahnarzt Andreas Bothe, Berlin (360grad-Praxistour).

## Patienten vertrauen der Kaufempfehlung ihres Zahnarztes

Ergebnisse einer GfK-Käuferanalyse.

Über ein Drittel des Umsatzes von medizinischen Zahnpflegeprodukten in der Apotheke geht auf die Empfehlung des Arztes oder Apothekers zurück. Dieses und weitere Ergebnisse einer GfK-Käuferanalyse wurden auf dem GfK Dental Marketing Tag 2015 vorgestellt. So zeigt die GfK-Auswertung nicht nur, dass der Kauf medizinischer Zahnpflegeprodukte deutlich durch die

Empfehlungen des Arztes oder Apothekers beeinflusst wird. Vielmehr geben Konsumenten auch mehr Geld für Produkte aus, die ihnen Ärzte oder Apotheker empfehlen. Entsprechende Empfehlungen stellen somit einen wichtigen Ansatz für die Wertsteigerung dar. Eine Befragung von 300 deutschen Zahnärzten zeigte zudem, dass der An-

teil markenspezifischer Empfehlung je nach Produktkategorie unterschiedlich ausgeprägt ist. Beispielsweise sprechen über 90 Prozent der Zahnärzte markenspezifische Empfehlungen bei Zahnpasta für schmerzempfindliche Zähne aus. In der Produktkategorie der Interdentalbürsten liegt dieser Wert hingegen nur bei 69 Prozent.

Fortsetzung auf Seite 26 →

