

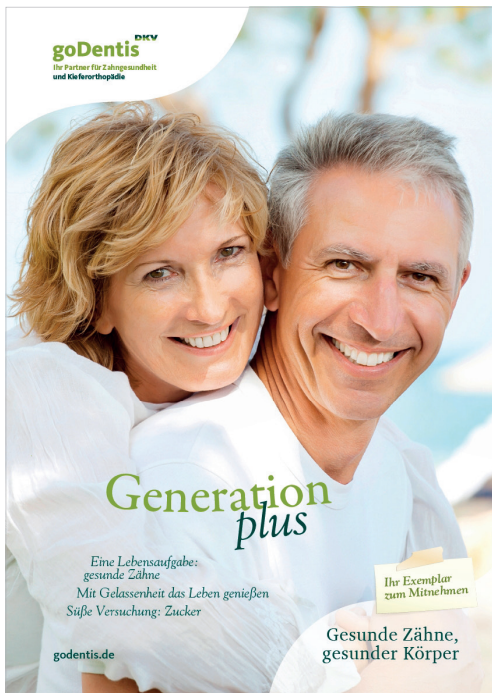


Kirsten Gregus

© Wavebreakmedia/Micro/Adobe Stock

**PRAXISMARKETING** Ein Großteil der Silver Ager, Best Ager, Senioren oder wie auch immer man sie bezeichnen mag, ist sportlich aktiv, unternehmungslustig und auf ein gepflegtes Äußeres bedacht. Hierzu zählt auch ein strahlendes Lächeln mit geraden und gesunden Zähnen. Das neue Magazin „Generation plus“ unterstützt Zahnmediziner bei der Kommunikation mit einer besonderen Zielgruppe.

## Patientenkommunikation: Generation Plus setzt auf Qualität



**Das Magazin „Generation plus“ unterstützt Zahnmediziner** bei der Kommunikation mit einer anspruchsvollen wie dankbaren Zielgruppe.

Während die einen sich auf den Weg ins Büro machen, walken die anderen gut gelaunt durch den Wald. Am anderen Ende der Stadt beugen sich zwei Köpfe über einen Reiseprospekt und planen eine Kulturreise nach Rom. Über graue Strähnen können sie alle nur müde lächeln. Sie sind zwar längst keine Teenager mehr, fühlen sich aber topfit und gesund. Aber trotz aller Unternehmungslust und Aktivität treibt sie eine Frage um: „Wie schaffe ich es, meine Zähne langfristig zu erhalten?“ Denn auf das Gebiss im Wasserglas auf dem Nachttisch haben sie keine Lust! Diese Menschen sind eine interessante Zielgruppe nicht nur für Outdoor-spezialisten, Reiseveranstalter und Fitnessstudios, sondern auch für Zahnmediziner. Denn wir alle wissen: Je älter der Mensch wird, desto größer ist das Risiko, an Krankheiten wie Wurzelkaries und Parodontitis zu erkranken.

**Guter Service, fundierte Beratung**

Die Zielgruppe ist sehr heterogen. Die einen sind physisch und psychisch fit. Bei den anderen stellen sich erste

Anzeichen des Alters ein. Das Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) hat die über 50-Jährigen in verschiedene Kategorien wie „anspruchsvolle Genießer“, „kritische Aktive“ oder „qualitätsbewusste Etablierte“ eingruppiert. Daraus ergeben sich trotz vieler Unterschiede doch einige Gemeinsamkeiten, die für Zahnärzte interessant sind: Die Generation plus legt Wert auf hohe Qualität, guten Service und fundierte Beratung. Außerdem sind sie treu und nicht schnell bereit, einen Arzt, dem sie vertrauen, zu wechseln. In der Broschüre „Potenziale nutzen – die Kundengruppe 50plus“ fassen die Autoren des BMFSFJ zusammen, wie Unternehmen ältere Kunden gewinnen können. Diese Ausführungen lassen sich zum Teil gut auf die Zahnarztpraxis übertragen.

**In Zielgruppe hineinversetzen**

Wer die Patientengruppe jenseits der 50 erreichen und für sich gewinnen will, sollte seinen Patientenstamm gut analysieren und sich überlegen, welche Behandlungen für diese Generation

sinnvoll sind. Außerdem sollte er sich fragen, welche Erwartungen Patienten an eine Zahnarztbehandlung haben und was für sie eine patientenfreundliche Behandlung und Behandlungsumgebung ausmacht. Wer sich in seine Zielgruppe hineinversetzt, hat klare Vorteile. So interessiert die Generation plus nicht, ob man neben Prophylaxe, Implantologie und Parodontologie auch Spezialist für Kinder- und Jugendzahnheilkunde ist.

Auch die Ansprache muss entsprechend angepasst werden. Finden junge Menschen knallige Farben und lebhaftes Design ansprechend, brauchen ältere Menschen eine gut lesbare Schrift und Texte, die schnell auf den Punkt kommen. Sinnvoll kann es für Zahnärzte auch sein, mit anderen Ärzten, die Kontakt zur Zielgruppe haben, zu kooperieren.

### Die Generation plus hat hohe Ansprüche

Das BMFSFJ geht davon aus, dass in zwei Jahren bereits 47 Prozent der Deutschen über 50 Jahre alt sein werden. Deshalb ist es für Zahnmediziner sinnvoll, sich mit der Gruppe der über 50-Jährigen zu beschäftigen und zu überlegen, wie sie mit den Patienten umgehen. Dass ältere Menschen heute konsumfreudiger und aufgeschlossener gegenüber Neuerungen sind und höhere Ansprüche an ein aktives, selbstbestimmtes Leben im Alter haben als früher, ist ebenfalls ein Aspekt, den Zahnmediziner berücksichtigen sollten. So zeigt sich die Anspruchshaltung auch beim Zahnarztbesuch. Manche sind sogar bereit, über eine Zahnkorrektur nachzudenken. Für unsere Großeltern- und Elterngeneration undenkbar. Auch die Durchführung einer professionell durchgeführten Prophylaxe ist für die meisten selbstverständlich. Viele Zahnmediziner haben sich bereits auf den demografischen Wandel eingestellt und präsentieren sich als Praxis, die besonders auf die Bedürfnisse der Generation 50 plus eingeht.

### Unterstützung bei der Patientenansprache

Über all das hat sich das Qualitätssystem goDentis Gedanken gemacht und das Magazin „Generation plus“ herausgebracht. Damit unterstützt es Zahnmediziner bei der Patientenkommunikation. Zusammen mit einem Praxis-

poster zum Thema Senioren und dem Praxismagazin „MundRaum“ mit dem Schwerpunktthema Senioren haben Zahnärzte so ein schönes Bundle für eine interessante Zielgruppe.

„Die Ansprache dieser Zielgruppe ist eine besondere Herausforderung“, berichtet Katrin Schütterle, Marketingleiterin bei goDentis. „Sie stehen zum Teil noch voll im Berufsleben, andere erfreuen sich an ihrer Rente. Einige sind fit und reiselustig, andere sind pflegebedürftig. Hier auf einen gemeinsamen Nenner zu kommen, ist manchmal gar nicht so einfach.“ Den Autoren von „Generation plus“ ist es gelungen, ein abwechslungsreiches Magazin herauszubringen, das Zahnthemen und Tipps zur Freizeitgestaltung, Ernährung und anderen Themen unter einem Titel vereint. Mit dem Verzicht auf Fremdwörter und Fachjargon und einem klaren und übersichtlichen Design erfüllt das Magazin den Anspruch der Zielgruppe auf eine klare und deutliche Kommunikation zur schnellen Information. Damit passt es gut in die Reihe anderer goDentis-Magazine zu den Themen Kinder, Jugendliche, Mädchen, Männer und Heiratswillige. Ein Frauenmagazin ist bereits in Planung.

goDentis-Partnerzahnärzte können mit dem neuen Magazin gezielt Patienten erreichen und sich als kompetenter Ansprechpartner positionieren. Ein wichtiger Bestandteil zur Patientenbindung. „Erfahrungsgemäß werden unsere Magazine auch von Patienten mitgenommen, die gar nicht der Adressat sind“, sagt Katrin Schütterle. „Diese geben es dann an Bekannte oder Familienangehörige weiter.“ Davon, dass das auch mit dem Magazin „Generation plus“ geschehen wird, ist sie überzeugt.

### INFORMATION

**goDentis**  
**Gesellschaft für Innovation**  
**in der Zahnheilkunde mbH**  
 Aachener Straße 300, 50933 Köln  
 Tel.: 01803 746999  
 www.godentis.de



Infos zur Autorin



**EverClear™**  
 der revolutionäre Mundspiegel!

Die Spiegelscheibe von EverClear™ rotiert, angetrieben von patentiertem Mikromotor, mit 15.000 U/min. Bohrstaub und Spraynebel werden einfach weggeschleudert.



**You can't treat what you can't see!**

EverClear™ ist ausbalanciert und handlich und selbstverständlich 100% autoklavierbar.

**EverClear™ – und Sie sehen, was Sie sehen wollen, immer!**

**I.DENT Vertrieb Goldstein**  
 Kagerbauerstr. 60  
 82049 Pullach  
 tel +49 171 7717937  
 info@ident-dental.de  
 www.i-dent-dental.com