

# my magazin „beauty“ ging erfolgreich in die Luft – zwei neue Starts in Vorbereitung

**Autorin** Heike Isbaner

Die im Hochglanzformat erschienene Sonderausgabe des my magazin zum Thema „Beauty“ ging im Juli mit der dba (deutsche british airways) erfolgreich in die Luft und wird in den Folgemonaten in mehr als 100 Hotels präsent sein. Die neue Publikumszeitschrift der Oemus Media AG informiert journalistisch exakt aufbereitet im trendigen Layout über die gängigen Verfahren der ästhetischen Chirurgie und der ästhetisch/kosmetischen Zahnmedizin. Die Resonanz bei den Fluggästen der dba, die das informative Magazin ab dem 1. Juli in den Sitztaschen des Flugzeuges vorfanden, ist überaus positiv und zeigt, dass diese Form der Kunden/Patientenkommunikation überdurchschnittliche Aufmerksamkeit findet. Bereits die erste Sonderausgabe des my magazin wurde von zahlreichen Kliniken und Praxen genutzt, um sich auf eine neue Weise einem breiten Publikum zu präsentieren. Auf Grund des großen Erfolges wird es auch im kommenden Jahr zwei Sonderausgaben des my magazin zum Thema „Schönheit“ geben, die als Fluggastmagazine deutscher Airlines verbreitet werden: Im März 2007 erscheint das my magazin „face“ (alles zum Thema „orofaziale Ästhetik“) und im Juni 2007 wird es eine Neuauflage des my magazin „beauty“ (alles zum Thema „Beauty“) geben. Interessierte Kliniken und Praxen sollten sich auf Grund der begrenzten Kapazitäten für Porträts rechtzeitig mit dem Verlag in Verbindung setzen.

## Neu: 3i Implant Innovations bietet Kunden individuelle Patientenzeitschrift für ihre Praxis

In Kooperation mit der Oemus Media AG bietet die Firma 3i Implant Innovations ihren Kunden ab sofort ein neues und einmaliges Service-Tool – eine auf die eigene Praxis individualisierte Patientenzeitschrift. Die 16-seitigen Magazine zum Thema Implantologie werden mit dem individuellen Praxisprofil sowie Bild und Namen des Behandlers im Editorial für jeden Kunden individuell



gedruckt. Diese aktive Unterstützung in der Patientenkommunikation ist nur eins der vielen Service-Angebote aus dem PEP (Praxis-Entwicklungs-Programm) für 3i Kunden. Darüber hinaus werden Praxen in Bezug auf ihr Corporate Design vom Logo bis zur Visitenkarte beraten oder auch auf eine Begehung bzgl. Hygiene und QM vorbereitet. „Nur Implantate verkaufen war gestern“, sagt Peter Brunzel, Geschäftsführer von 3i. „Heute wollen wir unsere Kunden in allen Belangen unterstützen, um ihnen eine professionelle Differenzierungsmöglichkeit im Markenkontext der direkten lokalen Mitbewerberpraxen geben zu können“, fügte Claus Pukropp, Marketingleiter 3i, hinzu.

