



Psychologie der **Vermarktung**

Autorin_Dr. Lea Höfel

Das Thema **Marketing** in medizinischen Bereichen bereitet dem einen oder anderen (Zahn-)Arzt ein un gutes Gefühl und erweckt eher eine ablehnende Haltung. Mit Marketing verbinden die meisten Menschen Verkaufsstrategien, Manipulation von ahnungslosen Bürgern und Beschwatzen, bis der Gesprächspartner entnervt nachgibt. Der Unterschied zwischen einer solchen Marketingstrategie und der eines seriösen Zahnarztes sollte sein, dass der Zahnarzt seine Patienten bestmöglich informiert und auf seine Leistungen aufmerksam macht. Dabei wird der Patient weder manipuliert noch in die Ecke gedrängt; er wird über die Möglichkeiten der Zahnmedizin und über das Leistungsspektrum seines Zahnarztes aufgeklärt. Fortschreitende Technologien in den verschiedenen Gebieten der Zahnheilkunde machen es dem normalen Menschen unmöglich, sich zurechtzufinden. War die Auswahl in der Vergangenheit zwischen Amalgam oder Gold noch überschaubar und die dritten Zähne nur durch ein mehr oder weniger gutsitzendes Gebiss

zu ermöglichen, so sieht dies heutzutage ganz anders aus. Solange der Patient nichts von modernen hochwertigen Möglichkeiten weiß, wird er auch nicht bereit sein, dafür Selbstzahlerleistung zu erbringen. Weiß er erst einmal davon, muss ihm klar werden, warum er diese Leistungen gerade von Ihnen erbracht haben möchte. Daher ist es unumgänglich, die Vorteile der eigenen Praxis klar und verständlich nach außen zu tragen.

Auch der stärker werdende Konkurrenzkampf auf dem Gebiet der Zahnmedizin treibt den unternehmerisch leider wenig ausgebildeten Zahnarzt, seinen bestehenden Patientenstamm zu informieren und neue Patienten zu gewinnen. Doch nicht nur andere Zahnarztpraxen stehen im Konkurrenzkampf um die Gunst der Patienten. Auch Autoverkäufer, Urlaubsagenturen, Modehäuser und Freizeitanbieter zielen auf die Kaufkraft und Kaufwilligkeit ab. Der Wert eines schönen Urlaubs in der Karibik kann mit türkisfarbenem Wasser, sauberen Stränden und glücklichen Men-