

# Die wirtschaftlich erfolgreiche Integration des Lasers in die Zahnarztpraxis

## Teil 14: Kommunikation in der „Laser-Praxis“

*Der Laser wird auf Grund seiner zahnheilkundlichen Relevanz mehr und mehr zu einer festen Größe im Therapiespektrum vieler Praxen. Entscheidend für den medizinischen und wirtschaftlichen Erfolg des Lasers ist es jedoch, dass die Praxis dem Patienten den Nutzen des Lasers transparent kommuniziert, um ihn auf diese Weise emotional von den Vorzügen der Lasertherapie zu überzeugen.*

JOCHEN KRIENS/ALZEY

Um dieses Ziel zu erreichen, ist ein schlüssiges Marketing- und Kommunikationskonzept vonnöten, durch welches die Praxis ihrer Zielgruppe entsprechende Botschaften vermittelt. Bei einem solchen Konzept kommt es darauf an, die Erwartungen der Patienten an die Laser-Praxis zu kennen, diese Erwartungen durch bestimmte positiv besetzte Botschaften zu erfüllen und die für die Vermittlung dieser Botschaften adäquaten Kommunikationsmedien effizient zu nutzen.

Die Erwartungen des Patienten an eine Laser-Praxis unterscheiden sich insofern etwas von denen anderer Patienten, als dass sie eng mit den Vorzügen des Lasers zusammenhängen. Der „Laser-Patient“ erwartet in der Regel ...

- eine innovative, moderne Zahnheilkunde
- eine sanfte, minimalinvasive und schonende Behandlung
- den Wegfall der typischen unangenehmen Begleiterscheinungen herkömmlicher zahnheilkundlicher Therapien
- etwas „Besonderes“ (hinsichtlich Qualität und Service) als Leistung in Anspruch nehmen zu dürfen.

Die meisten dieser Patienten verfügen über eine hohe Zahlungsbereitschaft und sind bereit, sich für die Inanspruchnahme von Laserleistungen finanziell zu engagieren.

### *Botschaften an den Patienten*

Der Laser steht heute in der Zahnmedizin vor allem für drei entscheidende Vorteile, die die Praxis dem Patienten unbedingt kommunizieren sollte:

1. Ein Zahnarzt, der mit Laser arbeitet, kann dem Wunsch seiner Patienten nach einer schonenden, sanften, minimalinvasiven und dabei hoch effektiven Behandlung nachkommen. Wo beim Einsatz herkömmlicher Methoden höchst unangenehme Begleiterscheinungen an der Tagesordnung sind, kann mit dem Laser weitestgehend blutungs- und schmerzarm und mit reduzierten postoperativen Beschwerden gearbeitet werden.
2. Die Praxis wird mit modernster Technik, Patienten-Orientierung und Professionalität assoziiert. Auf diese Weise können auch neue interessante Patienten gewonnen und an die Praxis gebunden werden.

3. Der Laser repräsentiert die Zahnheilkunde der Zukunft. Besonders Patienten, die mit großem Unbehagen und Ängsten in die Zahnarztpraxis kommen, erleben mit der Laser-Behandlung den Besuch beim Zahnarzt völlig neu.

### *Die Wahl der Kommunikationsmedien*

Auch in der Laserpraxis läuft die Kommunikation mit dem Patienten über eine ganze Reihe von Medien, wie z. B.:

- Patienteninformationssystem
- Patientenberatung
- telefonische und schriftliche Direktansprache (z. B. Recall)
- Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
- Internetauftritt
- Praxiszeitung.

Mit Blick auf die besonderen Vorzüge des Lasers sollte z. B. bei der Praxis- und Mediengestaltung auf eine positiv besetzte und moderne, ja sogar innovativ anmutende Form geachtet werden. Allerdings gelten auch hier die allgemeinen Grundsätze der Patientenkommunikation: Kommunikationsmedien sollten sachlich und leicht verständlich aufbereitet sein, positive Emotionen wecken und den Patienten mit fachlichen Informationen nicht überladen, sondern wohldosiert versorgen.

### *Fazit*

Der Laser ist immer noch ein besonderes Instrument in der Zahnarztpraxis. Viele Patienten sind mit der minimalinvasiven und schonenden Arbeitsweise des Lasers noch nicht vertraut, weshalb sich gerade hier eine permanente, multimediale und vor allem leicht verständliche Kommunikation für die Praxis langfristig auszahlt.

*New Image Dental GmbH – Agentur für Praxismarketing  
Mainzer Str. 5, 55232 Alzey  
Tel.: 0 67 31/9 47 00-0, Fax: 0 67 31/9 47 00-33  
E-Mail: zentrale@new-image-dental.de  
www.new-image-dental.de*