

INTERVIEW

Innsbruck, ich muss dich lassen – eine der letzten Universalistinnen geht in Pension, Gespräch mit Prof. DDr. I. Grunert.

Seite 2



MARKETING

Die Präsenz im Web wird oft unterschätzt. Wir starten eine Umfrage, bei der Sie nur gewinnen können!

Seite 8



KULTUR

Jean-Michel Basquiat ist der erste afro-amerikanische Künstler, der Weltruhm erlangen konnte.

Seite 15



Zahn.Medizin.Technik

ZMT ■ Monatsmagazin für Praxis, Labor & Dentalmarkt ■ www.zmt.co.at ■ 10/2022



ZIV und ODV

Wissenschaftspreis

► Der diesjährige Wissenschaftspreis von ZIV und ODV wurde an Frau Prof. Dr. med. Anahita Jablonski-Momeni für ihre Arbeit „Detektion initialkariöser Läsionen an Glattflächen mit und ohne Brackets mittels eines neuartigen Kariesindikators“ übergeben. Prof. Jablonski-Momeni arbeitet an der Abteilung Kieferorthopädie im Medizinischen Zentrum für ZMK in Marburg und ist Dozentin an der zahnmedizinischen Fakultät der DPU Krems. ZIV-Präsident MR Dr. Franz Hastermann freute sich über zahlreiche Einreichungen und sprach seinen größten Dank an den ODV für die jahrelange Kooperation aus. Eines der wichtigsten Kriterien für die Preisvergabe ist die Praxisrelevanz. Und das ist in der prämierten Arbeit hervorragend gelungen. Frau Prof. Jablonski-Momeni konnte immer wieder in der Praxis sehen, dass Karies v.a. bei Brackets oft zu Abbruch der Behandlung führte. Ihr Anliegen war es daher, Karies sichtbar zu machen, um Patienten zu besserer Mundhygiene zu motivieren.



SFU

Wissenschaft und Praxis

► Wir starten mit einer neuen Serie: In Kooperation mit der Zahnklinik der Sigmund Freud Universität präsentieren wir spannende Fallberichte. Den Anfang macht Prof. Dr. Hady Haririan, PhD, MSc. Er leitet die Parodontologie an der medizinischen Fakultät der SFU. Er berichtet von einem jungen Mädchen mit Sichelzellanämie, schwersten parodontalen Schädigungen und einem Attachmentverlust von 90%. Es hat sich gezeigt, dass sich die Leitlinien der neuen Klassifikation auch auf schwere Fälle anwenden lassen.

Lesen Sie mehr auf Seite 4.

Keine Revolution, sondern Blick in die Zukunft

Der 1. Österreichische Zahnärztetag – ein Erlebnis

► Der 1. Österreichische Zahnärztetag, der am 16. September in Wien stattfand, steckte voller Überraschungen, und zwar positiver. Zunächst das Palais Niederösterreich in der Wiener Herrengasse, wahrlich ein eindrucksvolles Ambiente. Dann das Programm. Was nach wenig aussah, entpuppte sich als wahre Fundgrube für neue Denkansätze in allen Richtungen. Von der Standespolitik zur praktischen Umsetzung, von allgemeinen Überlegungen zu konkreten Maßnahmen. Was aber steckte hinter der Idee, kurz vor dem Zahnärztekongress einen eigenen Zahnärztetag zu

etablieren? „Wir wollen uns der drängendsten Fragen unseres Berufsstandes annehmen, sie von allen Seiten beleuchten und am Ende des Tages mit den erarbeiteten Antworten gerüstet auseinandergelangen“, meinte OMR DDr. Hannes Gruber, Präsident der ÖZÄK. Erste Erfolge zeichnen sich ab: Mit Anfang Jänner 2023 soll ein Job-Sharing in den Ordinationen möglich sein, und zwar möglichst ohne Einschränkungen und nicht nur als Vertretung wie bisher. Ein Schritt in die richtige Richtung, denn die jungen Menschen haben heute andere Vorstellungen von ihrem Leben, Stich-

wort „Work-Leisure-Balance“. Weitere Themen sind die Eintragung in den Mutter-Kind-Pass und der Facharzt für Kieferorthopädie.

Gleich zu Beginn der Veranstaltung wurden in einem feierlichen Festakt drei Ehrenzeichen für Verdienste um die Zahnärzteschaft vergeben, und zwar an OMR Dr. Alois Bors, Vors. der Schlichtungskommission NÖ, Prim. OMR Ewald Niefergall, ÖGK, und DDr.ⁱⁿ Meinhild Hausreither, Leiterin der Sektion VI im BM für Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz. Der nächste Zahnärztetag ist am 15. September 2023.

Jetzt abonnieren!

Die Herbstausgabe „Milchzahn“ ist erschienen

► Wollen Sie Ihren kleinen Patienten eine Freude machen? Wollen Sie sie an Ihre Praxis binden und mit einem kleinen Geschenk verwöhnen?

Dann abonnieren Sie doch den MILCHZAHN, Ihre kleinen Patienten werden begeistert sein. Schicken Sie ihnen doch ihr persönliches Exemplar nach Hause, denn Post von ihrem Zahnarzt, ihrer Zahnärztin freut sie bestimmt ganz beson-

ders. Das Abo läuft jeweils ein Jahr und ist danach jederzeit kündbar. Auch die bestellte Stückanzahl kann jederzeit angepasst werden.

Sie wollen sich noch nicht fix binden? Kein Problem, bestellen Sie einfach nur einmalig die gewünschte Anzahl und testen Sie, wie Ihre Patienten darauf reagieren.

Wir freuen uns schon auf Ihre Testbestellung!

Faxbestellung:
0043-1-478 74 54

E-Mail:
office@milchzahn.co.at
www.milchzahn.co.at

Lieferung: Österreich, Deutschland, Schweiz



„Bestell mich doch!“

World Wide Web

Findet man meine Zahnarztpraxis im Internet?



Wenn ja, wie? Wenn nein, warum? Seit 1990 gibt es das World Wide Web nun schon, und seit dem Jahr 2000 wird es für kommerzielle Zwecke genutzt.

Die Chancen, im Web gefunden zu werden, sind für kleine und große Unternehmen ziemlich gleich. Für kleine, lokale bzw. regionale Unternehmen ist die Chance sogar relativ hoch, online gefunden zu werden. Seit Pandemiebeginn 2020 hat die Bedeutung des Internets noch einmal massiv zugenommen. Alle suchen alles online!

Wer etwas wissen will, sucht im Web

Wie bzw. was wird im Internet gesucht, wenn nach einer Zahnarztpraxis gesucht wird? Wenn jemand schon seit Jahren in dieselbe Ordination kommt, ist er Stammkunde. Für diese Person ist wichtig, zu wissen, wie die aktuellen Ordinationszeiten sind oder ob die Praxis eventuell wegen Urlaub geschlossen hat. Mögliche Suchintention: „Zahnarzt Name Öffnungszeiten“.

Wenn jemand mit akuten Zahnschmerzen am Wochenende sucht, will er wissen, welcher Zahnarzt Notdienst hat und wie man ihn schnellstmöglich erreicht. Mögliche Suchintention: „Zahnarzt Ort Notdienst“.

Und wenn jemand nach einem Spezialisten für Implantate sucht, wird umfangreich recherchiert, werden verschiedene Zahnärzte in Erwägung gezogen und verglichen. Mögliche

Suchintention: „Zahnarzt Ort Spezialist Implantat“.

Wer etwas gleich wissen will, sucht am Smartphone

Egal ob jemand wegen Zahnschmerzen oder anderen zahnärztlichen Anliegen sucht – die Suche findet immer öfter auf mobilen Geräten wie Smartphone oder Tablet statt. Und dort, speziell auf Smartphones, ist es mehr als sinnvoll, wenn nicht ein Muss, dass die Website in Design und Funktion darauf angepasst ist. Im Online-Marketing wird das dann „Responsive Design“, also anpassungsfähiges Design genannt. Egal mit welchem Gerät eine Website betrachtet wird, man bekommt immer eine an das Gerät angepasste, optimale Darstellung davon. Nicht nur der Website-Besucher selbst wird damit mehr Freude haben, sondern auch Google. Es gibt aber noch viele weitere Faktoren, die darauf Einfluss haben, ob eine Zahnarztpraxis-Website in der Google-Suche auf mobilen Geräten gut gefunden wird. Dies würde aber die Länge dieses Beitrags sprengen.

Wie kann man online wissen, wer Experte in seinem Fach ist?

Sucht jemand nach einem Spezialisten für Implantate, wird diese Person voraussichtlich weniger nach harten Fakten suchen. Es wird sie auch anfangs noch nicht interessieren, welche Ordinationszeiten eine Praxis hat. Auch nicht, wann sie wegen Urlaub geschlossen ist. Zu allererst wird sie interessieren, wer

der Zahnarzt oder die Zahnärztin ist. Wirkt die Person vertrauensvoll? Wie erfahren ist sie? Wie lange ordiniert sie schon? Wo liegen die Schwerpunkte? Wie sieht die Praxis aus? Wie erreicht man die Praxis mit dem Auto oder mit den Öffis? Plus viele, viele Faktoren, die jemanden unbewusst beeinflussen: Farben, Schriften, Logo, Fotos, Texte.

Wer bekannt ist, über den wird im Internet gesprochen

Die nächste Phase beginnt mit der Recherche von Erfahrungsberichten. Ein Spezialist kann online einfach kundtun, dass er gut ist und auf welchem Gebiet er Erfahrung hat, oder eben auch nicht. In Zeiten des Web, ist es aber einfach, nach Erfahrungen anderer Patienten im Internet zu suchen. Mögliche Suchintention: „Zahnarzt Name Erfahrung“. Und es ist ziemlich naheliegend, dass man im Internet fündig wird. Hier kommt natürlich auch ein Social-Media-Netzwerk wie Facebook ins Spiel. Diese Patienten-Bewertungen haben einen erheblichen Einfluss bei der Wahl eines Zahnarztes. Und seien Sie sich eines sicher, hier wird nach negativen Erfahrungen Ausschau gehalten, um zu sehen, ob und was hier schon einmal negativ aufgefallen ist. So tickt der Mensch.

Der nächste Experte ist nur einen Klick entfernt

Jetzt ist es aber nicht so, dass Sie Ihrem Website-Besucher eine Visitenkarte oder einen Folder in die Hand geben können, sodass sie in Erinnerung bleiben. Bei der Recherche



Machen Sie mit bei unserer Umfrage zu Online-Marketing für Arztpraxen!

Der Fragebogen liegt dieser Ausgabe bei. Sie können ihn aber auch sehr gerne online ausfüllen:

<https://der-verlag.at/zmt-umfrage>.

Jeder Teilnehmer erhält einen kostenlosen Website-Check im Wert von 300,- Euro.

Sie haben noch keine Website?

Dann bekommen Sie einen Beratungsgutschein im Wert von 300,- Euro. Der Gutschein ist nicht übertragbar!

Zahnarzt – der Bedarf ist größer denn je! Hier heißt es, in der Personalsuche ausgetretene Pfade zu verlassen und die Möglichkeiten der Neuen Medien zu nutzen.

im Web ist die nächste Zahnarztpraxis einen Klick entfernt. Und spätestens bei der dritten Zahnarzt-Website weiß der Suchende höchstwahrscheinlich nicht mehr, was

auf der Website der ersten Zahnarztpraxis alles an Inhalt angeführt war. Das heißt im Detail, dass Sie mit Ihrer Zahnarzt-Website erstens einmal genau 5 Sekunden Zeit haben, den Interessent dazu zu bringen, dass er sich näher mit dem Inhalt beschäftigt. Und zweitens müssen Sie kreativ sein, um aus dem ursprünglichen Interessenten einen Patienten zu machen.

So suchen Sie Ihre zukünftigen Patienten selbst

Sie haben richtig gelesen. Sie suchen sich Ihre Patienten selbst. Nämlich in Social-Media-Plattformen wie Facebook, Instagram und Co. Dort sind Ihre jetzigen und zukünftigen Patienten rund um die Uhr online. Egal ob Sie Ihre Ordination geöffnet haben oder nicht. Es gibt hier zwei Möglichkeiten, um für Ihre Klientel sichtbar zu werden. Erstens können Sie kostenlos eine Fanseite aufbauen, sich mit entsprechenden Personen vernetzen und Ihre Informationen und Neuigkeiten kundtun. Das dauert und Sie müssen (viel!) Zeit investieren. Zweitens können Sie eine intelligente Werbeanzeige schalten und punktgenau definieren, welche Zielgruppe Sie ansprechen und zu sich in die Ordination locken wollen. Hierfür gibt es sehr kreative Wege, dies auch rechtlich korrekt umzusetzen. Das funktioniert schnell und Sie müssen etwas Geld investieren.

Personal online finden

Viele Zahnarztpraxen suchen ständig nach passendem Personal. Ob Auszubildende, erfahrene Prophylaxe-Assistentin, Zahnärztin oder

Lassen Sie uns eine wichtige Unterscheidung potenzieller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Ihrer Zahnarztpraxis treffen: Die einen suchen konkret einen Job (in der Regel auch in einer bestimmten Region), die anderen sind eigentlich zufrieden, halten aber immer Augen und Ohren offen – es könnte ja einmal was Spannendes dabei sein.

Warum ist es wichtig, hier zu differenzieren? Weil Sie beide Zielgruppen in Ihrer Regelkommunikation beachten und daher unterschiedliche Kanäle bedienen müssen.

Auf Jobportalen und den Karriereseiten der Unternehmen suchen Menschen bewusst nach ihrer beruflichen Zukunft. Sie erwarten relevante Informationen und klare Aussagen zur angebotenen Stelle.


In sozialen Netzwerken erreichen Sie Menschen, die sich vorher gedanklich noch nicht mit einem konkreten Wechsel befasst haben. Erst durch die richtigen Botschaften erfahren sie, dass es mögliche interessante Jobs in ihrer Nähe gibt.

Fazit

Wie Sie sehen, bietet das Internet viele Möglichkeiten, aber auch viele Fallen. Dieser Artikel wurde auch nur sehr grundsätzlich für Sie als Experte in Ihrem Bereich geschrieben, um aufzuzeigen, wie Patienten heute zu Ihnen in die Zahnarztpraxis finden. Auch Sie als Zahnärztin und Zahnarzt können mit einer ausgeklügelten Strategie Patienten über das Internet gewinnen.


Manuel Schmöller

hello@webpositioningconcept.com
<https://webpositioningconcept.com>



hello@webpositioningconcept.com

Die momentan einzige Strategie, mit der Zahnärzte zum Zielgruppenbesitzer werden und damit am laufenden Band neue Patienten und Mitarbeiter gewinnen!



- ✓ Mehr Umsatz durch Web-Positionierung
- ✓ Bessere Patienten und Mitarbeiter
- ✓ Mehr Zeit durch smarte Automatisierung

So gewinnen Sie neue, bessere Patienten und Mitarbeiter, passend zu Ihrer Expertise, ohne mehr Zeit dafür aufwenden zu müssen.

Bitte hier Ihre E-Mail-Adresse eingeben und wir senden Ihnen umgehend Ihren kostenlosen Blueprint zu.

Strategie herunterladen