

auf dem regionalen Branchentreff der ostdeutschen Dentalindustrie. Vom 26. bis 27. September zeigen die knapp 200 Aussteller nicht nur neueste Technologie, sondern bieten den Besuchern auch umfassende Beratungsmöglichkeiten zu den Schwerpunkten Laser, 3D-Röntgen und CAD/CAM sowie zu vielen weiteren spannenden Themen. „Bei den Kunden stehen Prophylaxe, Hygiene und die Ei-

genverantwortung bei der Mundgesundheit immer stärker im Fokus, während bei den zahnärztlichen Praxen und Labors betriebswirtschaftliche Faktoren wie Controlling, Marketing oder Motivation – sowohl die der Mitarbeiter als auch die der Patienten – an Bedeutung gewinnen“, sagt Heinz-Günter Huppertz, Sprecher der veranstaltenden Dentaldeposits. „Beide Entwicklungen wurden vom Dental-

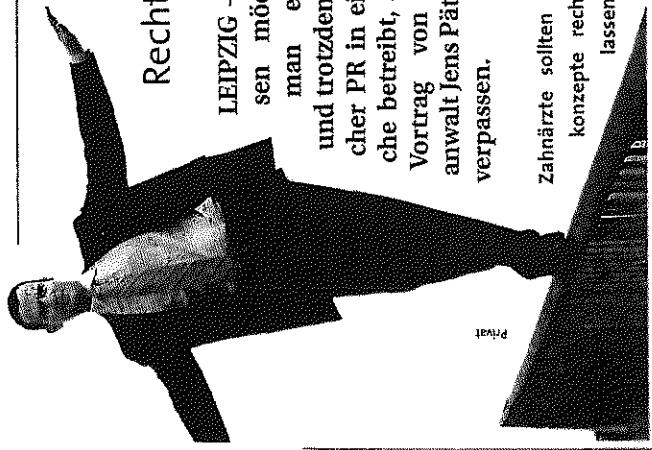
lust“ Zahnärzten den Blick „über das Gebiss hinaus“ ermöglicht. In seiner „Realsatire“ geht es um die Risiken und Nebenwirkungen des Gesundheits- und Fitnesswahns. (jro) ☐

① Informationen

Freitag, 26.9., 13–19 Uhr; Samstag, 27.9., 9–14 Uhr  
Halle 4 der Leipziger Messe; Eintritt 6 Euro; Eintrittskarten-Gutscheine erhältlich über die Dentaldeposits



RÄTSEL  
Gewinn: Attraktiver Preis beim  
SPECTATOR-Sudoku Seite 18



# „Das Geheimnis meines Erfolges“

## Rechtsanwalt Jens Pätzold zeigt, wie Zahnarztpraxen mit Marketing mehr erreichen

**LEIPZIG – Wer wissen möchte, wie man erfolgreich und trotzdem rechtssicher PR in eigener Sache betreibt, sollte den Vortrag von Rechtsanwalt Jens Pätzold nicht verpassen.**

Zahnärzte sollten ihre Werbekonzepte rechtlich prüfen lassen, sagt Jens Pätzold.

Die meisten Praxen erwirtschaften zu wenig Geld bei zu hohem Einsatz, funktionieren also nicht richtig, sagt Jens Pätzold. Das soll sich ändern. Darum zeigt der Fachanwalt für Medizinrecht den Besuchern der Fachdentalkonferenz in Leipzig, wie erfolgreiches – und rechtlich mögliches – Praxismarketing aussieht, anhand zahlreicher Beispiele.

Wichtig für die Erfolgsformel eines Marketingkonzepts ist die Frage, wie sich die jeweilige Praxis im Markt darstellen und positionieren möchte. „Vorab muss man sich als Zahnarzt und Unternehmer fragen: Wer bin ich und was zeichnet meine Praxis aus?“, erklärt Pätzold.

Nach dieser Analyse richtet sich auch die Form einer Kampagne – ob Broschüre, Zeitungsanzeige oder interaktiver Internetauftritt.

Unabhängig von der Art der Eigendarstellung ist es entscheidend, so Pätzold, sich von der Konkurrenz abzuheben. Das geschieht durch professionelle PR, denn Praxen mit starker Außendarstellung laufen meist erfolgreich. Dies ist auch mit kleinem Budget möglich. Hier besteht noch reichlich Beratungsbedarf, denn viele Zahnärzte schöpfen ihre Marketingmöglichkeiten nicht ansatzweise aus oder sparen am falschen Ende, sagt der Experte.

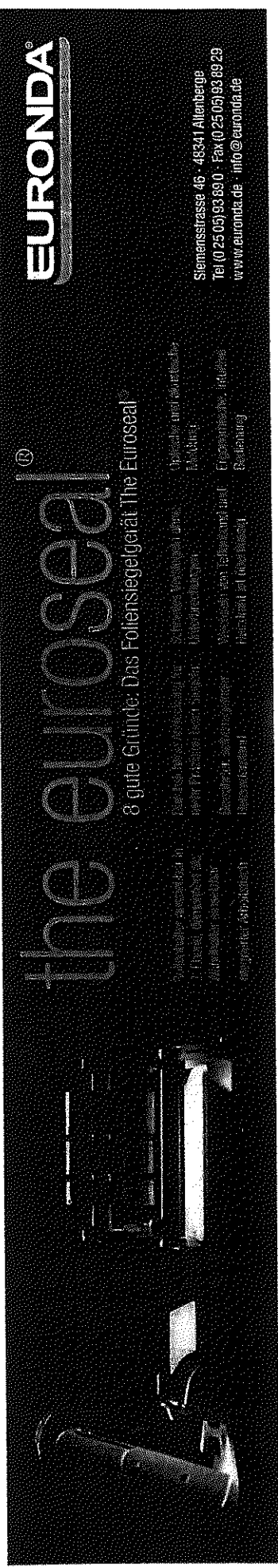
Wichtig ist in Sachen Praxiskommunikation auch immer der rechtliche Rahmen, in dem sich PR und Werbung bewegen darf. Daher sollten Zahnärzte ihr Marketingkonzept vor der Implementierung immer von Rechtsexperten prüfen lassen. Auch hierzu hat Pätzold in seinem Vortrag wichtige Ratschläge parat. (jro) ☐

① Informationen

Jens Pätzold: „Das Geheimnis des Erfolges Zahnarztpraxis – Von Spezialisten profitieren“ (ca. 45 Minuten)  
Freitag, 26.9., 17 Uhr und Samstag, 27.9., 12 Uhr  
Forum in Halle 4; Eintritt frei

# the euroseal®

8 gute Gründe: Das Foliensiegelgerät The Euroseal



Das Foliensiegelgerät The Euroseal ist ein innovatives Produkt, das die Qualität der Foliensiegelung in der Zahnmedizin revolutioniert. Es ermöglicht eine präzise und schnelle Herstellung von Foliensiegeln für Kronen, Brücken, Inlay-Vollprothesen und Implantatprothesen. Das Gerät ist einfach zu bedienen und liefert hochwertige Ergebnisse. Die Investition in das Foliensiegelgerät The Euroseal ist eine kluge Entscheidung für Ihre Zahnarztpraxis.

Siemensstrasse 46 · 48341 Allentberge  
Tel (0 25 05) 93 89 0 · Fax (0 25 05) 93 89 29  
www.euroonda.de · info@euroonda.de