

PR- und Marketing-Konzept für die

# Internationale Gesellschaft für Ganzheitliche ZahnMedizin e. V.

## Aktionsplan 2010 für die [GZM-Zahnärzte](#)

### GZM-Marketing-Initiative

Aus dem Wunsch nach professionellem Marketing und effektiver Öffentlichkeitsarbeit entstand im Jahr 2008 die Marketing-Initiative der Internationalen Gesellschaft für Ganzheitliche ZahnMedizin e. V. (GZM). Es wurde ein PR- und Marketing-Konzept entwickelt, das sowohl die Bedürfnisse der Dentallaborinhaber als auch die der Zahnärzte berücksichtigte. Alle Mitglieder der Initiative wurden seitdem mehrmals im Jahr von der GZM-Pressestelle unter anderem mit Postkarten, Presstexten, Flyern und themenspezifischer Internet-Präsenz versorgt.

### Die Aufgaben 2010

Für das Konzept des kommenden Jahres stehen daher folgende Aufgaben an:

- **Geteilte Ausrichtung des Marketings:** GZM-Dentallabore und GZM-Zahnärzte brauchen unterschiedliche Marketing-Strategien, die spezieller auf die jeweiligen Zielgruppen abgestimmt sind.
- **Gewinnung neuer Kooperationspartner:** Die Marketing-Arbeit für die GZM-Dentallabore muss stärker darauf ausgerichtet werden, neue Zahnärzte als Kooperationspartner zu gewinnen, die Patienten mit Bio-Zahnersatz versorgen können. Demgegenüber steht für die GZM-Zahnärzte die Bildung von regionalen Netzwerken, in denen neben Dental-Laboren auch Mediziner anderer Fachrichtungen sowie Heilberufe einbezogen und für das Thema gewonnen werden.
- **Zentrale Steuerung:** Die Pressestelle sollte weiterhin Materialien und Aktionen zentral vorbereiten, um gerade auch kleinere Labore oder Praxen zu entlasten.
- **Persönliches Engagement:** Dennoch muss allen Beteiligten verdeutlicht werden: Erfolgreiches Marketing ist keine Eintagsfliege, sondern eine langfristige Investition. Die persönliche Initiative jedes einzelnen Mitglieds ist daher auch zukünftig unverzichtbare Voraussetzung für den Erfolg der Marketing-Strategie.

## Die Strategie 2010

Die Marketing-Initiative wird im kommenden Jahr in zwei voneinander getrennte Initiativen aufgesplittet. Durch die Trennung in „Marketing für GZM-Zahnärzte“ und „Marketing für GZM-Dentallabore“ werden für beide Gruppen zielgruppenspezifische Marketing-Materialien erarbeitet. Eine Vernetzung beider Aktivitäten wird über die GZM-Pressestelle in Marburg sichergestellt.

## Ziel

Gesundheit, Regionalität und Vernetzung sind Zukunftsthemen. Wer sich ihnen öffnet, hat größte Chancen, weiterhin erfolgreich und mit Freude an der Arbeit voran zu kommen.

GZM-Zahnärzte zeigen mit ihrer Verpflichtung, nach den Qualitätskriterien der Internationalen Gesellschaft für Ganzheitlichen ZahnMedizin (GZM) zu arbeiten, eine besondere Verantwortung gegenüber ihren Patienten. Diese Qualität ist ein Alleinstellungsmerkmal, das GZM-Zahnärzte gegenüber Mitbewerbern auszeichnet und ihnen spezielle Möglichkeiten eröffnet.

Mit dem Anspruch, Patienten möglichst umfassend und ganzheitlich zu behandeln, lassen sich Kooperationen mit anderen Arztpraxen, Heilberuflern und GZM-Laboren aus der Region eingehen. Gegenseitige Überweisungen und der Informationsaustausch in einem ganzheitlich arbeitenden Netzwerk sind ein großer Gewinn für alle Beteiligten und dienen letztendlich der bestmöglichen Versorgung der Patienten.

Wie lässt sich so ein regionales Netzwerk ins Leben rufen? Mit gezielten PR- und Marketing-Aktivitäten wird die eigene GZM-Zugehörigkeit in den Fokus gestellt und an die Öffentlichkeit getragen, gekoppelt mit dem Aufruf zur Gründung eines regionalen ganzheitlich arbeitenden Netzwerkes zum Wohle der Patienten. Damit einher geht ein höherer Bekanntheitsgrad über die Region hinaus, der das positive Image der GZM-Zahnarztpraxen bei Experten und Patienten steigert.

Ziel ist die Kooperation mit gleich gesinnten Fachärzten und Therapeuten und die Erweiterung des eigenen Patientenstammes. Darüber hinaus schafft das Netzwerk immer wieder Anlässe, um in den Medien/der Öffentlichkeit präsent zu sein. Die Ausdehnung der GZM-Netzwerkgründungs-Initiative auf bundesweiter Ebene schafft einen zusätzlichen werbewirksamen Rahmen.

## Netzwerk-Konzept

Ein regionales Netzwerk ins Leben zu rufen, ist eine ideale Möglichkeit, den ganzheitlichen Gedanken und damit auch die Werte und Kompetenzen der jeweiligen GZM-Zahnarztpraxis stärker publik zu machen. Folgende Vorteile ergeben sich für Netzwerkpartner:

- Neue Ideen, Anregungen durch den Austausch in einem Expertenforum
- Stärkung der medizinischen/ganzheitlichen Versorgung in der Region
- Gegenseitige Zuweisungen / Empfehlungen / Materialientausch
- gemeinsame Therapien von Patienten
- gemeinsame Aktionen (Info-Veranstaltungen/Aktionstage)
- gemeinsame Veröffentlichungen (Infobroschüren, Netzwerkpartner)
- Kontinuierliche Medienpräsenz (abhängig von den Aktivitäten)
- Imagegewinn durch medienwirksames Auftreten der Netzwerk-Gruppe
- Bündeln der Kräfte, Aufteilung der Kosten bei gemeinsame Veranstaltungen (Vorträge/Aktionstage)

## Vorgehensweise

Im ersten Schritt erfolgt die Kontaktaufnahme zu und der Aufbau eines Netzwerkes mit anderen Medizinern (z. B. Allgemeinmediziner, Orthopäden, Hautärzte), Berufsgruppen (z. B. Physiotherapeuten, Osteopathen, Orthopädienschuhmachern) sowie Krankenhäusern.

Im nächsten Schritt werden Patienten angesprochen. Die Vorbereitungen dafür erfolgen schon zu Beginn der Aktivitäten (Voranmeldung Newsletter).

Kontaktierung von Medien: Regionale Medien, Ärzteblätter (auf die eigene Region bezogen).

## Umsetzung Netzwerk

Die Gründung und Zielrichtung eines Netzwerkes kann wie folgt aussehen: Die GZM-Zahnarztpraxis ist Initiator und Hauptansprechpartner eines regionalen Netzwerkes. Sobald sich die Netzwerkpartner gefunden haben und die strategische Richtung abgestimmt wurde, werden auch Vereinbarungen zur organisatorischen und finanziellen Beteiligung der einzelnen Parteien festgehalten. Denkbar sind ein Grundbeitrag, finanzielle Beteiligungen bei Aktionen, die die eigenen Aktivitäten betreffen oder die Werbung von Sponsoren für das Netzwerk allgemein und/oder für bestimmte Aktionen.

**Vorteil:** Die GZM-Zahnarztpraxis bleibt federführend bei der inhaltlichen Gestaltung der Aktivitäten, die finanzielle Belastung verteilt sich auf mehrere Schultern.

**Voraussetzungen:** Eine erfolgreiche Netzwerkgründung fordert Zeit, Engagement und Geld. Dann kann das Netzwerk maximalen Nutzen für Initiator, Netzwerkpartner und Patienten bringen. Wichtig ist, dass die Praxis dieses Netzwerk wirklich will und bereit ist, dafür nachhaltig aktiv zu sein.

## Regionale Aktivitäten

Die Pressestelle der GZM bereitet unterschiedliche Materialien für den Aufbau regionaler Netzwerke vor. Wie schon weiter oben dargestellt: Die Gründung des Netzwerkes mit all den dafür erforderlichen Maßnahmen werden von der einzelnen Zahnarztpraxis realisiert; die Pressestelle der GZM liefert dafür den nötigen Input. Das heißt, die Ansprache möglicher Kooperationspartner, die Organisation der Gründungsveranstaltung, das Übersenden der Pressenachrichten etc. läuft über die Praxis; die Materialien kommen von der Pressestelle.

Die **GZM-Zahnarztpraxen** kümmern sich also um folgende Aufgaben vor Ort.

- Planung/Organisation Infoveranstaltung
- Auswahl der Medien aus der Medienliste
- Medienkontaktierung (Pressemeldungen/Anzeigen/Nachbericht)
- Individualisieren der gelieferten Anschreiben, Presstexte etc.
- Erstellung einer Adressliste für potentielle Kooperationspartner
- Mailing/Postversand der Einladungen
- Durchführung Infoveranstaltung

Eine individuelle Unterstützung durch die GZM-Pressestelle auf eigene Kosten ist nach Absprache und Angebotsstellung jederzeit möglich.

Die **GZM-Pressestelle** in Marburg übernimmt folgende Leistungen, die allen Mitgliedern zur Verfügung gestellt werden:

- Konzept
- Logo-Vorlage
- Checkliste Infoveranstaltung
- Leitfaden Pressearbeit
- Vorlage Anschreiben zur Einladung der Netzwerkpartner
- Vorlage zur Presseankündigung wie auch zum Nachbericht
- Vorlage für Anzeigen zur Annoncierung der Info-Veranstaltung
- Medienliste der Region (auf Wunsch)

**Im Folgenden werden die einzelnen Aktivitäten, die für die Netzwerk-Gründung und -Betreibung empfehlenswert sind, vorgestellt und angemerkt, in welcher Form die Pressestelle Unterstützung liefert.**

### Corporate Design für ein regionales Netzwerk

Die GZM-Zahnarztpraxis wählt für die Netzwerkinitiative ein unverkennbares Gesicht – also ein spezielles Logo –, mit dem sie nach außen tritt und für weitere Netzwerkpartner wirbt. Logo und Name finden sich auf Anzeigen, Internet-Auftritt, Briefpapier usw.

*Pressestelle:* Entwirft Logo, stellt es den Praxen zur Verfügung (eine Individualisierung für die jeweilige Region sowie die Bestellung von Briefpapier/Umschlägen ist auf eigene Kosten möglich; Beispiel: „rhein-main-ganzheitlich“ oder „Hamburg-ganzheitlich“).

### Netzwerk-Auftakt: Informationsveranstaltung zur Vorstellung des Netzwerkgedankens

Die GZM-Zahnarztpraxis organisiert eine Info-Veranstaltung, um Netzwerkpartner zu gewinnen und Patienten neugierig zu machen. Die GZM-Zahnarztpraxis informiert über den Patientennutzen ganzheitlicher Behandlungsansätze und stellt den Netzwerkgedanken vor. Anschließend werden Einzelheiten / Netzwerk-Werte / Kooperationen/ Planung gemeinsamer Aktivitäten besprochen.

*Pressestelle:* Erstellt einen Leitfaden für die Organisation einer solchen Veranstaltung und gibt Empfehlungen für die Durchführung.

### Postalische Einladung zur Info-Veranstaltung

Anlässlich der Info-Veranstaltung werden potentielle Kooperationspartner (Ärzte, Heilpraktiker, Physiotherapeuten, Labore, ...) der Region angeschrieben, über den Netzwerk-Gedanken informiert und zur Info-Veranstaltung eingeladen. Bereits mit der Praxis in Kontakt stehende Heilberufler werden zusätzlich per Mail eingeladen.

*Pressestelle:* Erstellt Vorlagen für die Anschreiben; gibt Empfehlungen, welche Gruppen angesprochen werden können, wo die Adressen zu bekommen sind, wie die Aussendung zeit- und kostensparend durchgeführt werden kann.

### Pressemeldungen in Fach- und Laienmedien

Die Initiative / der Netzwerk-Gedanken (Initiator GZM-Zahnarztpraxis) wird in Laien- und Fachmedien der Region vorgestellt, verbunden mit dem Aufruf, sich an der Gründung eines regionalen Netzwerkes für ganzheitlich denkende Experten zu beteiligen; der Termin der Info-Veranstaltung wird bekannt gegeben. Nach der Info-Veranstaltung erfolgt ein Bericht über das Treffen und über die weiteren geplanten Aktivitäten. Die Kontaktierung der Medien erfolgt über die Praxis.

*Pressestelle:* Erstellt die Vorlage für die Presseankündigung(en) und die Nachberichterstattung; stellt einen regionalen Medienverteiler zur Verfügung.

### Anzeigen

Der Termin der Info-Veranstaltung für Netzwerkpartner wird auch über Anzeigen in den regionalen Medien (Laien, Fach) publik gemacht.

*Pressestelle:* Erstellt die Anzeigenvorlagen.

## Überregionale Aktivitäten

### Fachmedien

Die Pressestelle informiert ausgewählte Fachmedien der potentiellen Kooperationspartner über die Netzwerk-Initiative und stellt ihnen eine Pressemeldung zur Verfügung, die zum Mitmachen / Anstoßen solcher Netzwerke aufruft.

Auch die zahnärztlichen Fachmedien werden über die Pressestelle mit einer Meldung versorgt, um auf die Möglichkeiten und das Potential des Themas Ganzheitliche ZahnMedizin aufmerksam zu machen und über diesen Weg langfristig den Teilnehmerkreis der Marketing-Initiative zu erweitern.

### Laienmedien

Begleitend zum Aufbau der einzelnen regionalen Netzwerke erstellt und verschickt die Pressestelle eine überregionale Meldung an rund 2.200 Medienvertreter, um auf die Netzwerk-Initiative hinzuweisen und Patienten zu ermuntern, vorhandene Netzwerke zu nutzen oder ihren Zahnarzt zum Mitmachen anzuregen.

**Zahnärzten, die die Bereitschaft mitbringen, sich langfristig zu engagieren, steht mit der Gründung eines regionalen Netzwerkes eine der effektivsten Maßnahmen zur Verfügung, die Patientenzahl dauerhaft zu erhöhen, sich positiv ins Gespräch zu bringen und eine Vorreiterrolle in der Region einzunehmen."**

## Optionale Leistung der Pressestelle

### Internet-Seiten zum regionalen Netzwerk

Für die Internet-Präsenz der einzelnen regionalen Netzwerke wird ein Vorlage-Modul entwickelt, das die schnelle Einrichtung eines separaten Internet-Auftritts für die jeweiligen Regionen ermöglicht. Auf diesen Seiten werden das Netzwerk vorgestellt, ein Newsletter-System zur Registrierung Interessierter eingerichtet und Informationen an Patienten und potentielle Netzwerkpartner bereitgestellt. Es erfolgt dort auch eine Verlinkung zu den GZM-Internet-Seiten [www.gzm.org](http://www.gzm.org) und [www.natürlich-zahngesund.de](http://www.natürlich-zahngesund.de) sowie zu den Internetseiten der Praxis bzw. der Kooperationspartner. Unter [www.natürlich-zahngesund.de](http://www.natürlich-zahngesund.de) wird wiederum auf die regionalen Netzwerke hingewiesen.

### Info-Folder Netzwerk

Nach der Gründung stellt sich das Netzwerk in einem Folder vor. Die Patienten bekommen einen Überblick über Ziele, Arbeitsschwerpunkte und Vielfalt der Netzwerkpartner. Ärzte und Therapeuten, die noch nicht Mitglied sind, werden neugierig auf eine Mitgliedschaft.

## Optionale Aktivitäten der Netzwerk-Praxen

### Fachvorträge für Netzwerkpartner

Netzwerkpartner informieren sich gegenseitig über interessante Neurungen ihrer Spezialgebiete und tauschen sich im Sinne der ganzheitlichen Therapie über Patientenfälle und Kooperationen aus.

### Infoveranstaltungen für Patienten

Bei den Aktionen für Patienten gibt es allgemeine ganzheitliche Themen mit Referenten unterschiedlicher Fachgebiete. Der GZM-Zahnarzt/die GZM-Zahnärztin als Netzwerk-Initiator/in begrüßt und eröffnet die Veranstaltungen und leistet auf Wunsch einen Beitrag. Das öffentliche Interesse ist wegen der Themenvielfalt größer, eine Regelmäßigkeit kann durch zahlreiche Referenten gewährleistet werden.

### Gesundheitstage

An gemeinsamen Gesundheitstagen präsentiert sich das Netzwerk mit seinen Partnern der Öffentlichkeit. Einladungen, Infofolder, Plakate, Pressemeldungen usw. werden im Namen des Netzwerkes gestaltet und herausgegeben.