

„Das Internet zwingt zu Transparenz“

Gespräch mit Matthias Grüning über die Bedeutung des Internets für Zahnärzte

Das Internet hat zahlreiche Bereiche des täglichen Lebens durchdrungen. Inwiefern das auch für die Zahnarztpraxis gilt, erklärte der Münchner Kommunikationsdesigner Matthias Grüning im Gespräch mit Dr. Michael Gleau.

Gleau: Sie bezeichnen sich selbst als Kommunikationsdesigner. Was verstehen Sie darunter?

Grüning: Für mich bedeutet es, sich um das Funktionieren von Kommunikation zu kümmern. Design bedeutet weit mehr als Gestaltung oder Formgebung. Für mich geht es hier auch um die Interaktion mit dem Benutzer und das ist ein zentraler Faktor des Me-

neben zehn Facharzt-Praxen (Gynäkologen, Internisten, Allgemeinärzte) derzeit 15 Zahnarztpraxen und drei Zahntechniklabore.

Gleau: Und was genau machen Sie für diese Praxen?

Grüning: In erster Linie Sorge ich dafür, dass die Zahnärzte wieder die Hoheit über die Kommunikation zu-

tientengerechte professionelle Praxis-Website, Social-Media-Profil (Facebook, Twitter, Google+ etc.) und ein Bewertungsportal-Management. Alle Aktivitäten werden durch ein Monitoring rund um die Uhr überwacht. Dies versetzt meine Kunden in die Lage, schnell auf kritische Bewertungen zu reagieren – und das nicht nur auf den bekannten Bewertungsportalen, sondern im ganzen Internet.

Gleau: Vor rund 25 Jahren hat das Internet seinen Siegeszug angetreten. Was hat sich seitdem für Zahnärzte geändert?

Grüning: Immens viel. Es zwingt Ärzte allgemein zu mehr Transparenz. Nicht nur die Bewertungen spielen hierbei eine Rolle. Das Internet hat sich zum Leitmedium bei Gesundheitsfragen und Arzt-/Zahnarztssuche entwickelt. Das Problem ist, dass die Mediziner nicht Schritt halten können. Informationen zu Gesundheitsthemen werden in der Mehrzahl der Fälle nicht von Ärzten, sondern von Journalisten, Bloggern und Privatpersonen ins Netz gestellt. Die Hoheit darüber ist den Ärzten aus der Hand genommen worden. Ich versuche mit Content-Marketing, also hochwertigem, nützlichem und relevantem Inhalt, Bewertungsportal-Management und für Patienten gemachte Internetseiten meinen Kunden ein Stück der Infor-



Das Internet ist ein wesentlicher Kommunikationskanal: „Wer nicht daran teilnimmt, läuft Gefahr Patienten zu verlieren“, meint Kommunikationsdesigner Matthias Grüning.

diems Internet. Online-Maßnahmen wie Websites sollen nicht nur gut aussehen, sondern müssen auch ihren Zweck erfüllen.

Gleau: Wie viele Zahnarztpraxen betreuen Sie?

Grüning: Ich betreue bundesweit

rückgewinnen. Möglichst viel von dem, was über den Arzt zu lesen ist, muss aus seiner Feder stammen. Am Anfang steht eine Erstanalyse der Online-Reputation (also alles, was über sie zu finden ist), die die weiteren Maßnahmen bestimmt. Dann geht es um das „gefunden werden“, die pa-

mationshoheit zurückzugeben. Wenn ein Zahnarzt nach einer Parodontitis-Diagnose den Patienten mit dem Hinweis, alles Wichtige darüber auf seiner Praxis-Website zu finden, nach Hause entlässt, ist das weit besser, als ihn im Internet alleine suchen zu lassen.

Gleau: Haben alle Zahnärzte die Bedeutung des Mediums Internet für die Patientenakquise und -bindung erkannt?

Grüning: Ich glaube nicht. Es gibt zu viele Zahnärzte, denen ihr Ruf im Internet entweder egal ist, oder die sich nicht damit beschäftigen können

oder wollen. Denn auch eine nicht vorhandene Internetseite und der „Laissez faire“-Umgang mit Einträgen in Bewertungsportalen erzeugt ein Bild bei den Neu- (und Stamm-) Patienten. Und auch Zahnärzte haben nur einmal die Chance auf einen ersten Eindruck. Den gilt es so gut wie möglich selbst zu gestalten, mit eigenem Inhalt. Darüber hinaus zeugt ein guter Online-Auftritt von Modernität und gewissenhaftem Umgang mit dem Informationsbedürfnis der Menschen. Nicht zuletzt steigert er den Wert einer Praxis und zieht gutes Praxispersonal an.

Gleau: Sind Online-Aktivitäten für Stadtpraxen wichtiger als für Landpraxen, die vielfach bereits an der Kapazitätsgrenze arbeiten?

Grüning: Auf keinen Fall. Es geht nicht in erster Linie darum, die Scheinzahl zu erhöhen. Es geht um Kommunikation und man kann nicht „nicht“ kommunizieren. Selbst auf dem Land suchen die Menschen online ihren Zahnarzt, Neupatienten und Stammpatienten. Und das auch dann, wenn sie über „Mund-zu-Mund“ von Familie, Freunden oder Bekannten empfohlen wurden. Man möchte sich ein Bild vom Arzt ma-



NUTZEN SIE DIE GELEGENHEIT!

Attraktive Herbstangebote und Recyclingaktion
für Scaler und Küretten von Hu-Friedy

| Gültig vom 11.09. - 30.11.2015

How the best perform

Besuchen Sie uns auf HU-FRIEDY.DE

©2015 Hu-Friedy Mfg. Co., LLC. All rights reserved.

Hu-Friedy

chen. Und wenn diese Suche ins Lee-
re geht, ist vielleicht ein Kollege am
Ort besser aufgestellt und der Patient
ist trotz Empfehlung weg. Ein guter
Online-Auftritt steuert den Patien-
tenfluss. Patienten, denen der Auftritt
oder die Praxiseinrichtung nicht sym-
pathisch ist, kommen erst gar nicht
in die Praxis. Damit habe ich unter
Umständen Nichtzahler, Querulanten
oder böswillige Bewerter von vorn-
herein ausgesiebt. Also werden am
Ende auch auf dem Land vermehrt
die richtigen Patienten in die Praxis
kommen, wenn der Auftritt professi-
onell ist.

Gleau: Mir ist aufgefallen, dass man-
che Zahnärzte auf eine eigene Inter-
netseite verzichten und „nur“ eine Fa-
cebookseite pflegen. Ist das aus Ihrer
Sicht empfehlenswert?

Grüning: Nein. Facebook und all-
gemein Social-Media sind hervor-
ragende ergänzende Werkzeuge, wenn
es um Patientenbindung und -kontakt
geht. Aber sie sind wenig geeignet, ein
passendes Bild über mich und meine
Zahnarzt-Praxis zu erzeugen und dem
Patientenwunsch nach Inhalt und Ser-
vice wie Online-Terminvergabe entge-
genzukommen. Dafür ist die Praxis-
website da. Social-Media-Aktivitäten

sind gut dafür geeignet, die eigene
Website bekanntzumachen und Traffic
darauf zu bekommen. Es fordert und
fördert Interaktivität, also das Mitma-
chen der Patienten.

Gleau: Welche Rolle spielen Bewer-
tungsportale bei der Zahnarztsuche
und was raten Sie Zahnärzten, die
eine schlechte Bewertung bekommen
haben?

Grüning: Die Tatsache, dass bei ei-
ner Google-Suche meistens auch die
bekanntesten Bewertungsportale pro-
minent auftauchen, zeigt schon, wie
wichtig sie sind. Sie sind aus den

PR-Information

Zahngipfel Allgäu 2016

„Die Veranstaltung mit dem besten Preis-/Leistungswert, sehr hoher Nutzen für Keramik-, und Vollkeramik-Interessierte“

Der 9. Zahngipfel Allgäu findet vom 18. – 19. März 2016 in Kempten statt

„Mit vielfältigen Workshops und Spitzenre-
ferenten steht der 9. Zahngipfel unter dem
Motto **Keramik – hoch drei! - Ist heute
eine Zahnersatz-Versorgung aus 100%
Keramik Lege-artis?**“ so der Veranstalter
Udo Kreibich, Vorstand der Ceratissimo AG.

Seit mehreren Jahren wird immer wieder
über die rasant voranschreitende Entwick-
lung und dem Angebot neuer, sogenannter
„revolutionärer“ Materialien für Zahnmedizin
und Zahntechnik gesprochen.

Zu diesem Kernthema stehen deshalb wieder-
um folgende Schwerpunktfragen im Fokus:

Was bieten Vollkeramik-Implantate? Einteil-
ige oder zweiteilige Systeme? Was sagen
Langzeitstudien? Wie sieht es mit der prakti-
schen Anwendung und der Praxistauglichkeit
aus? Patientenakzeptanz oder Patienten-
wunsch?

Fachkundige Referenten berichten, wie nach-
haltig und sicher heute eine Zahnersatz-Ver-
sorgung aus 100 % Keramik möglich ist.

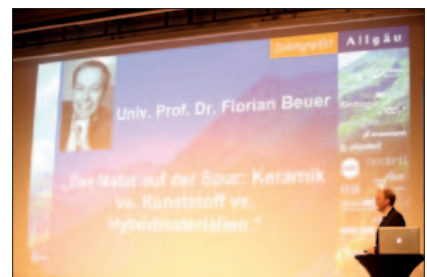
Mit Spannung wird erwartet, wie weit die
Entwicklung in Sachen Vollkeramik-Implan-
tat vorangeschritten ist und wie klinisch si-
cher die Wissenschaft es bewertet.

Durch das Programm führen die beiden lang-
jährigen Chairmen Dr. Urs Brodbeck und Prof.
Dr. Daniel Edelhoff.

Alle namhaften Referenten siehe unter
www.zahngipfel.de oder über Facebook,
www.facebook.com

**Es gibt einen Sonderfrühbucherrabatt bis
31. Oktober 2015!**

**Anmeldung:
Telefon 0831 575326-0 oder per E-Mail
zahngipfel@kongressagentur.net**



Fachkundige Referenten, hier Prof. Dr. Beuer
(Bild: Ceratissimo AG 2015)



Gut besuchtes Symposium
(Bild: Zahngipfel 2015, Ceratissimo AG)

Kinderschuh herausgewachsen und wissen durch diverse Gerichtsurteile, was sie dürfen und was nicht. Für Zahnärzte sind sie neben der eigenen Website eine gute Möglichkeit, sich, die Leistungen und die Praxis zu präsentieren und das meistens umfangreicher, patientengerechter und günstiger als früher in den Gelben Seiten. Und sie erzeugen ein transparentes Bild des Zahnarztes, ob er will oder nicht. Ich biete meinen Kunden ein Bewertungsportal-Management an, das dazu beiträgt, ein authentisches Bild zu erzeugen. Dazu gehört es, auf jede kritische Bewertung zu reagieren,

also die rechtlich saubere Form, den Wahrheitsgehalt und Glaubwürdigkeit zu überprüfen. Gegebenfalls lasse ich die Bewertungen löschen. Wenn das nicht möglich ist, mache ich Vorschläge, wie die Zahnärzte in den vorhandenen Kommentar-Funktionen angemessen darauf reagieren können.

Gleau: Wagen wir einen Ausblick: Welche Form der digitalen Kommunikation wird in den nächsten Jahren am meisten an Bedeutung gewinnen? Und was bedeutet das für Zahnärzte?

Grüning: Dramatisch formuliert: Wer nicht daran teilnimmt, läuft Ge-

fahr, Patienten zu verlieren, Patienten zu haben, die einem nicht liegen, nur noch das übrig gebliebene unmotivierte und schlecht ausgebildete Personal zu bekommen und am Ende seiner Karriere nicht den gewünschten Preis für sein Lebenswerk zu erzielen. Sicherlich wird der Patientenkontakt nur Offline in der Praxis stattfinden können, aber das Internet als wesentlicher Kommunikationskanal bleibt bestehen und die Frage, ob man dabei sein will, muss sich jeder Zahnarzt eigentlich gar nicht stellen.

Gleau: Vielen Dank für das Gespräch!

PR-Information

Hu-Friedy: Neue Produkte und attraktive Herbstpromotion vom 11.09. – 30.11.2015

Auf den Fach- und Infodental Messen 2015 präsentiert Hu-Friedy mit Atraumair eine Reihe von Zahnzangen, die den Zugriff auf Kronen und Wurzeln erleichtern und Extraktionen erheblich vereinfachen. Mit 13 unterschiedlich gestalteten Instrumenten steht für jede Situation die passende Option zur Verfügung. Verbesserte



Links: Die neue chirurgische Serie Black Line Speziell für Parodontologie und Implantologie
Rechts: Die neuen Atraumair Zangen erleichtern den Zugriff

Geometrie, Längsverzahnung und schlankere Branchen bieten einen tieferen und trotzdem stabilen und sicheren Griff der Krone und der Wurzel und reduzieren damit das Risiko einer Zahnfraktur. Mit lasermarkiertem Gelenk für einfache Erkennbarkeit bei der Aufbereitung.

Um den Komfort für den Behandler zu erhöhen, wurde das Gewicht der Zangen per Lochdesign reduziert. Mattiertes Metall verringert die Lichtreflexion, was die Sicht und damit die Kontrolle verbessert.

Optimale Anwendung und beste klinische Ergebnisse standen bei der Entwicklung der chirurgischen Serie Hu-Friedy Black Line im Vordergrund. Die Instrumente behalten ihre Effizienz auch bei ausgedehnten chirurgischen und parodontologischen Operationen. Sie reduzieren die Lichtreflexionen und sorgen für eine verbesserte Sicht im Operationsgebiet - dies ist besonders beim Einsatz von Lupe und

Mikroskop ein großer Vorteil. Zusätzlich zu den Black Line Handinstrumenten gibt es nun auch 7 Black Line Super-Cut Scheeren für beste klinische Ergebnisse. Ihre mikrogezahnnten Klingen verhindern das Abrutschen des Schnittmaterials.

Diese und weitere Produkte von Hu-Friedy sind Teil der attraktiven Herbstpromotion, die vom **11.09. bis 30.11.2015** gültig ist. Bei den Herbstmessen können außerdem im Rahmen der beliebten Recyclingaktion alte Scaler und Küretten zurückgeben und neue Instrumente preisreduziert erworben werden.

Kontakt:
Hu-Friedy
Lyoner Str. 9
60528 Frankfurt am Main
Free Call Tel.: 00800 48 37 43 39
Fax: 00800 48 37 43 40,
E-Mail: info@hufriedy.eu
www.hu-friedy.de

How the best perform

