

## Zahnarzt PR fördert Marken-Entwicklung

16.01.2008, 17:38 | Gesundheit & Medizin

Pressemitteilung von: *DENTCOLLEGE*

---



Was Public Relations der Zahnarztpraxis bringt

- ~ PR ist alles und alles ist PR
- ~ Ohne Praxisnamen geht nichts
- ~ Hohen Erwartungen mit Professionalität begegnen

Berlin, 16.01.2008 - „Public Relations oder Öffentlichkeitsarbeit als Element der Praxiskommunikation gerät nur langsam in das Blickfeld der Zahnärzte“, so Kerstin Schulz von DENTCOLLEGE, „Dabei ist PR auch in der Gesundheitsbranche allgegenwärtig.“ Es geht darum, Unternehmensphilosophie und –aktivitäten so zu kommunizieren, dass in der Öffentlichkeit eine wohlwollende Meinung über das Unternehmen entsteht. Jeder Zahnarzt, jeder Arzt, jede Praxis ist im Hinblick auf diese Zielsetzung aktiv, häufig allerdings unbewusst. Dass Patientenbriefe, Informationsblätter, die Praxis-Website und selbst Statements der eigenen Mitarbeiter als PR gelten können, wird kaum wahrgenommen. Es zeigt jedoch, dass Public Relations für die optimale Wirkung einer Praxis künftig mehr bedacht werden muss.

„PR ist eher ein vielschichtiger Prozess als eine eindeutig zu definierende Aktivität“, meint Kerstin Schulz. Insofern ist es schwierig zu sagen, wo genau PR beginnt. Wer bewusst Public Relations betreiben möchte, tut gut daran, Prioritäten zu setzen. „Es gibt tausend Möglichkeiten. Für den Anfang reicht es, die zwei, drei richtigen Ansatzpunkte zu finden“, ist Kerstin Schulz sicher. Fachleute wie die von DENTCOLLEGE können z. B. dabei helfen, einen passenden Praxisnamen zu entwickeln. Dieser nämlich ist unverzichtbar, wenn aus einer Praxis eine Marke werden soll. Die Markenentwicklung wiederum ist Bestandteil und Ziel der Praxis-PR gleichermaßen. „Die Frage lautet nicht etwa, ob Zahnärzte PR machen, sondern wie gut sie es tun“, gibt Kerstin Schulz zu bedenken.

Ihrer Meinung nach kommt es darauf an, die gesamte Bandbreite der Kommunikationsinstrumente für die PR zu nutzen. Für wesentlich hält sie in diesem Zusammenhang z. B. die Gestaltung der Praxis-Webseite mit guten Texten und hochwertigen Fotos. Alles, was an die verschiedensten Medien kommuniziert wird, muss absolut professionell sein, um im Sinne der Praxis zu wirken. Die Gestaltung von Broschüren und Flyern gehört in jedem Fall dazu.

„Eigenproduktionen sind zwar kostengünstig, aber eindeutig out. Die Patienten erwarten mehr“, sagt Kerstin Schulz. Wer zu diesem Mehr konkrete Informationen sucht, findet sie unter [www.dentcollege.de](http://www.dentcollege.de).

## Portrait

DENTCOLLEGE ist ein innovativer Dienstleister für die Gesundheitsbranche, spezialisiert auf Zahnärzte und Zahnarztpraxen. Kommunikation, Marketing und PR - die Schwerpunkte des Unternehmens - gelten für DENTCOLLEGE als Schlüssel zum Erfolg und als Basis für die Entwicklung einer Praxis zum Markenunternehmen.

---

News-ID: 182351 • Views: 2424 (Stand: 23.04.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/182351/Zahnarzt-PR-foerdert-Marken-Entwicklung.html>