



# mediaDENT

## 26 Professionals informieren

29 Akteure vonseiten der Industrie, der Fachmedien und von Agenturen haben gemeinsam die Studie MediaDent 2024 realisiert. Ziel war es, aktuelle Erkenntnisse über das Informationsverhalten zahnmedizinischer Fachzielgruppen zu gewinnen. Anhand der nun vorliegenden Daten lassen sich Marketing- und Kommunikationsstrategien zielgruppengerechter ausrichten. Anbieter von Fach-Content können auf Basis der Studienergebnisse ihr Angebot anpassen. Drei wichtige Insights: die Lesezeit schrumpft, dentale Fachinformationen sind besonders glaubwürdig und Print hat nach wie vor hohe Relevanz.

Foto: Media Dent/Dental Marketing

## NEWS

- 06 Unternehmen in Kürze
- 06 Dental Marketing Award 2024 – das Voting läuft
- 07 MedTriX launcht Podcast für Human- und Zahnmedizin
- 08 Pfeffer-PR-Journal-Ranking: Healthcare erneut umsatzstärkste Branche
- 09 Aera übernimmt Dental-Datengeschäft der GfK
- 09 Dr. Wolff verpflichtet neue Lead-Agentur
- 09 Comprix verkündet die Finalisten 2024

## MÄRKTE

- 10 Update zum europäischen Dental-Markt  
Verena Heinzmann, Autorin des ‚Atlas Dental Europa‘, fasst Insights zur zahnmedizinischen Versorgung zusammen, stellt Trends vor und berichtet aus Tschechien
- 14 Dental Facts – Adhäsivsysteme  
Wie sich die Bedeutung der drei verfügbaren Systeme seit 2020 im Markt entwickelt hat, zeigt eine Auswertung von Aera-Online

## 16 Unternehmensverkäufe bergen Millionenfallen

Überzogene Preisvorstellungen und schlechte Vorbereitung wirken bremsend auf den Verkauf inhabergeführter Unternehmen, weiß Norbert Froitzheim von Belgravia & Co.

## 18 Health Professionals stehen bei PMI hoch im Kurs

Philip Morris will Zigaretten abschaffen und durch schadstoffreduzierte Produkte ersetzen. Bei der Aufklärung gehören auch Mediziner:innen zu den Zielgruppen

## KOMMUNIKATION

### 22 Innovationen richtig vermarkten

Peter A. Ströll von der Agentur Nambos nennt Parameter für die Entwicklung passender und rechtlich einwandfreier Produktnamen

### 24 Mit neuem Ansatz Informationen zu den Fachkreisen bringen

Wolfgang Weisser, DKW, erläutert am Beispiel von Kulzer, wie sich Herstellerinformationen über soziale Kanäle verbreiten lassen

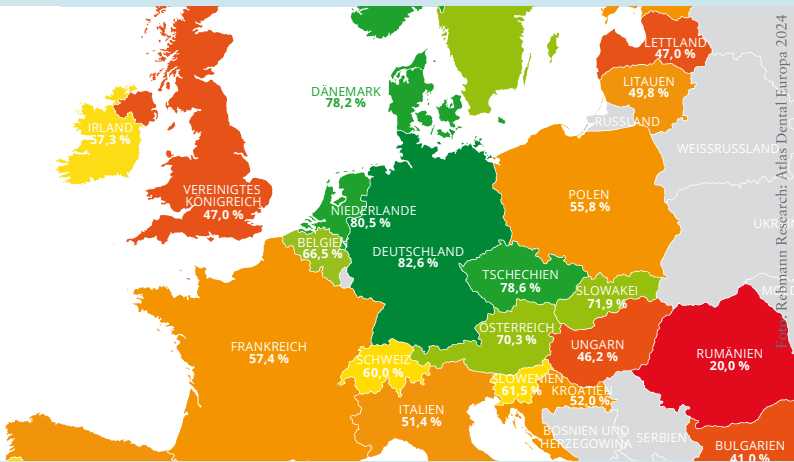


Foto: PMI  
Rebmann Research: Atlas Dental Europa 2024



## 10 Dental-Markt Europa

Der ‚Atlas Dental Europa‘ liefert Insights und Trends zur zahnmedizinischen Versorgung in Europa und zum Marktvolumen in den Ländern.

## 18 Der Weg in die „rauchfreie Zukunft“

Philip Morris will zu rauchfreien Alternativen zur Zigarette informieren. Carsten Schwindt erläutert die Vorgehensweise und welche Rolle Ärzt:innen dabei spielen.

### MEDIEN

- 26 MediaDent schafft Transparenz über den kommunikativen Wandel**  
Die neue Mediennutzungsstudie ist ein Gemeinschaftsprojekt. Mehrere Akteure äußern sich zu den Hintergründen
- 29 Fach-Content punktet mit hoher Glaubwürdigkeit**  
Die MediaDent 2024 zeigt, welche Rolle Fachkanäle und -formate bei den dentalen Berufsgruppen spielen
- 34 Schlussfolgerungen für die Markenführung**  
Zehn Fachleute für Dental-Markenführung sagen, welche Hilfestellungen die Studie MediaDent 2024 bietet
- 40 Content an den Bedürfnissen der Zielgruppen ausrichten**  
Sechs Fachmedien-Expert:innen resümieren die Ergebnisse der MediaDent 2024

### KARRIERE

- 44 Personalien**  
Bego/Colgate Palmolive/Medmix/ResMed/Spectaris/Swiss Medtech

### VERANSTALTUNGEN

- 47 Zahntechnik Plus

### RUBRIKEN

- 03 Editorial
- 51 Impressum