

VIA-DENT 2013 – die erste Zukunftsstudie zur Kommunikation im deutschen Dentalmarkt

Berlin, 14. September 2012 – **Die erste Verlags- und Industrieanalyse Dental, die VIA-DENT 2013, liegt vor. Die zukunftsorientierte Studie zum „Wert der Aufmerksamkeit“ wurde von der Berliner Kommunikationsagentur WHITE & WHITE in Zusammenarbeit mit der GfK Dental Solutions (Nürnberg), erstellt. Ziel der Analyse war es, nicht nur den IST-Zustand, sondern erstmalig auch die Zukunftsausrichtung der dentalen Kommunikation zu untersuchen. Zentrales Ergebnis: Im Mittelpunkt der Nachfrage stehen sogenannte Multi-Channel Kommunikationspakete.**

In einer Zeit, in der Kommunikation bereits als „inflationär“ beschrieben wird, ist der Wert „Aufmerksamkeit“ für Verlage und Industrie wichtiger denn je. Die berufliche Medienrezeption von Zahnärzten und Zahntechnikern folgt dem allgemeinen Trend zur digitalen Kommunikation. „Das verändert auch die dentale Fach-Kommunikation“, so Lars Kroupa, Initiator der VIA-DENT 2013 und Inhaber der Kommunikationsagentur WHITE & WHITE.

Fakten statt Vermutungen

In qualitativen 45-minütigen Interviews mit Top-Entscheidern der deutschen Dentalbranche wurden erstmalig die Kommunikationsbedürfnisse und die Einflussfaktoren für Kommunikations-Engagements per Webkonferenz eruiert und dokumentiert. Zehn Fach-Verlage und 21 Industrie-Unternehmen in Deutschland nahmen an der im Juli und August 2012 durchgeführten Studie teil. Deren Analyse sowie die Berichtslegung erfolgten durch die GfK Dental Solutions der renommierten Nürnberger Gesellschaft für Konsumforschung (GfK).

Fast alle Befragten planen, in den kommenden Jahren verstärkt in digitale Kommunikationsformen zu investieren. Eine Transparenz des Mediums ist gewünscht und kann differenzierende Vorteile bieten. Proaktive Unterstützung und Beratung hinsichtlich Nutzung und Umsetzung wird nachgefragt. Dabei setzen viele der Befragten auf einen ausgewogenen Medien-Mix, der über verschiedene Kanäle die jeweiligen Zielgruppen erreicht: Kunden sollen zielgerichteter und persönlicher adressiert werden.

In einem Markt mit drei Interessensgruppen – Leser, Verlage und Industrie – trägt die VIA-DENT 2013 dazu bei, dass Verlage und Industrie den Positionierungsprozess in einer sich ändernden Kommunikationslandschaft vollziehen können. Ziel dabei ist die optimale Ausrichtung von Kommunikation in Richtung zahnmedizinischer und zahntechnischer Zielgruppen. Der Wert „Aufmerksamkeit“ ist deshalb für jeden Verlags-Chef und jeden Entscheider in der Industrie eine unverzichtbare Währung.

Der 60-seitige Studienband wird in einer limitierten Auflage veröffentlicht.

Für Rückfragen:

Lars Kroupa

WHITE & WHITE

Agentur für Kommunikation & Design

Fontanestr. 6a, 14193 Berlin

Tel. +49 30.89 73 82 49

Mobil: +49 163.173 83 94

kroupa@white-white.de

www.white-white.com



(<http://www.facebook.com/pages/whitewhitecom/310909492306019>)