



Norbert A. Froitzheim im Interview zum Zusammenschluss des Deutschen Ärzte-Verlags und der teamwork media GmbH

ÄRZTE-VERLAG BÜNDELT SEINE KRÄFTE

Seit 2014 gehört der teamwork media Verlag zu 100 Prozent zur Unternehmensgruppe Deutscher Ärzte-Verlag. Für das Kölner Medienunternehmen war dies der vorerst letzte Schritt, um die medialen Kräfte des Unternehmens zu bündeln und damit dem Anspruch gerecht zu werden, als Marktführer im Dentalbereich einen vernetzten Kommunikationsansatz für Zahnärzte, Zahntechniker und das Assistenzpersonal zu bieten. Norbert A. Froitzheim, Verleger und Geschäftsführer der Unternehmensgruppe, erläutert in diesem Interview, auf welche Weise das Medienhaus künftig für die Zielgruppen agieren will.

KONTAKT

- Deutscher Ärzte-Verlag GmbH
Dieselstraße 2
50859 Köln
Fon +49 2234 7011-0
Fax +49 2234 7011-6508

HOMEPAGE



DD-CODE

- **67d7u**
Einfach diesen dd-Code in das Suchfeld auf www.dentaldialogue.de eintragen und zusätzliche Inhalte abrufen



Das Gebäude des Deutschen Ärzte-Verlags in Köln. Der Verlag wurde 1949 gegründet und ist einer der führenden medizinischen Fachverlage im deutschsprachigen Raum © Tomas Riehle

Auf der IDS dieses Jahres haben Sie angekündigt, dass mit der 100-prozentigen Übernahme der teamwork media GmbH in Fuchstal und der Sitzverlagerung der Dental Online College GmbH von München nach Köln eine gemeinsame Marktstärke angestrebt wird, die in die Produktkonzepte einfließen soll. Woran wird dies erkennbar?

Norbert A. Froitzheim: Zunächst einmal muss man klar betonen, dass unser Medienunternehmen eines der führenden in der deutschen Dentalbranche ist. Dies gilt im Übrigen auch für Teilbereiche der Zahnmedizin – also zum Beispiel für die Implantologie, wo wir besonders stark sind. Unser Ziel ist es, individuell zugeschnittene, differenzierte Kommunikationsstrategien für alle Zielgruppen zu entwickeln – dazu gehören die Zahnmediziner mit der Teilgruppe der Implantologen, die Zahntechniker und auch das zahnmedizinische Fachpersonal. Und selbstverständlich gilt das auch für unsere Industriepartner, die von uns eine verlässliche, effektive und konstruktive Ansprache der verschiedenen Zielgruppen erwarten. Die dafür zur Verfügung stehende Medienpalette – gedruckt wie digital – ist nach meiner Auffassung einmalig in der Branche.

Wie weit sind Sie in diesem Prozess?

Froitzheim: Die Bündelung der Kräfte der verschiedenen Unternehmensteile – also Deutsche Ärzte-Verlag GmbH, teamwork media GmbH und Dental Online College GmbH – befindet sich momentan in der entscheidenden Phase. Wir etablieren derzeit gemeinsame Strukturen, damit wir noch stärker im Sinne der Kunden agieren und unsere bestehende marktführende Stellung weiter ausbauen können. Schon jetzt lässt sich aber sagen, dass unsere Unternehmensgruppe in der Lage ist, alle zahnärztlichen Zielgruppen sowie die Zahntechniker und das Praxispersonal in der größten Dichte und Differenzierung zu erreichen. Wir sind dadurch in der Lage, einen durchgängig vernetzten Ansatz zu verfolgen.

Welche Vorteile birgt das?

Froitzheim: Die Zeiten, in denen Teilbereiche der Zahnmedizin – und ich spreche hier tatsächlich von mehreren Gruppen – versucht haben, nur das eigene Teilgebiet zu betrachten und zu fördern, ohne die Schnittstellen zu den anderen Teilbereichen zu beachten, diese Zeiten sind längst vorbei. Gelebter Alltag ist ein Miteinander von Zahnärzten und Zahntechnikern, die – unterstützt von

einem Assistenzteam – die bestmögliche Patientenversorgung anstreben. Und wir bieten ihnen dafür die notwendige mediale Unterstützung.

Welche Rolle spielt zum Beispiel die Implantologie in der Verlagsgruppe?

Froitzheim: Hier bieten wir branchenweit sicherlich das umfassendste Medienspektrum in Deutschland. Neben der ZZI, dem Organ der größten europäischen Fachgesellschaft in der Implantologie, spielt der BDIZ EDI, Bundesverband der implantologisch tätigen Zahnärzte in Europa e.V., eine entscheidende Rolle an der Schnittstelle zwischen Wissenschaft und Berufspolitik. Kein wissenschaftlicher Fortschritt erreicht die Zahnarztpraxis, der nicht zuvor einen Praktikabilitäts- und Wirtschaftlichkeitstest besteht. Unrentable oder vom Patienten nicht finanzierbare Therapien werden nicht den Sprung in den Versorgungsalltag schaffen. Dies zu bewerten, ist – unter vielen anderen – eine der wesentlichen berufspolitischen Aufgaben. Und hier ist der BDIZ EDI sicherlich maßgebend. Darüber hinaus arbeiten wir auch mit der DGOI zusammen, die eine weitere sehr wichtige Fachgesellschaft in der Implantologie ist. Auf der Produktebene hat

sicherlich Dental Online College eine herausragende Bedeutung. Mit den thematischen Schwerpunkten in der Implantologie und der Parodontologie ist das Dental Online College als moderne E-Publishing-Plattform mit einem Fokus auf E-Learning sicherlich eine optimale Ergänzung zum klassischen Zeitschriftenportfolio.

Also sind die Schnittstellen innerhalb der Fächer und Disziplinen ein großes Thema?

Froitzheim: Sie sind das Thema. Schauen wir auf die Implantologie, so ist diese ohne die Prothetik oder ohne die Parodontologie nicht mehr denkbar. Und was wäre die Prothetik ohne das Zusammenspiel von Zahnarzt und Zahntechniker? Dies alles zu thematisieren und zusammenzufügen, also die Disziplinen und Schnittstellen zu bedienen, das sind die Aufgaben unseres Medienhauses. Und dazu haben wir jetzt ein entsprechendes Produktportfolio im Markt, das all diese Facetten abdeckt.

Die Rolle der Zahntechnik unterliegt derzeit einem elementaren Wandel ...

Froitzheim: Ganz sicher hat der Einzug der Digitalisierung für die Zahntechnik die größten Auswirkungen. Sie sorgt für eine erhebliche Verschiebung der Anforderungsprofile. Wo überwiegend handwerkliche Fertigkeiten und Geschicklichkeit gefragt waren, rücken nun verstärkt Herausforderungen in den Fokus, die denen eines Ingenieurs ähneln. Und ganz sicher werden die Labore, die sich diesem Trend verweigern, langfristig große Probleme

bekommen. Doch diese werden in der Minderheit sein. Im Übrigen bin ich auch fest davon überzeugt, dass auch künftig vor allem unter ästhetischen Gesichtspunkten die „Künstler“ unter den Zahntechnikern ihre Rolle und Bedeutung behalten, ja vielleicht sogar ausbauen werden. Gerade bei diesen Themenfeldern stützen wir uns sehr auf die Erfahrung der Kolleginnen und Kollegen der teamwork media GmbH, die mit einer erheblichen Expertise und Fachdurchdringung die richtigen Themen besetzen und diese sehr nahe am Arbeitsalltag in den Laboren bearbeiten.

Wie schätzen Sie die Zusammenarbeit zwischen Zahnarzt und Zahntechniker perspektivisch ein?

Froitzheim: Ich möchte nochmals unterstreichen, dass eine erfolgreiche Patientenversorgung ohne ein Zusammenspiel dieser beiden Berufsgruppen nicht denkbar ist. Gerade in Deutschland und im deutschsprachigen Ausland existiert ein ausgeprägter Qualitätsansatz, der wiederum eine übertragende Bedeutung für die Patientenversorgung hat. Insofern ist jeder Versuch, die Zahntechnik in eine „Nebenrolle“ zu drängen, zum Scheitern verurteilt. Das ist unsere Überzeugung, und deshalb wollen wir nicht nur die einzelnen Berufsgruppen mit ihrem Bedürfnis nach Erweiterung des Fachwissens bedienen, sondern diese auch durch Vernetzung miteinander verbinden. Ausdrücklich darf man hierbei die wichtige Rolle der Assistenz nicht außer Acht lassen. Denn das dentale Team besteht nicht nur

aus Zahnarzt und Zahntechniker. Aus diesem Grund haben wir unser Journal Dental Team auf die Zusammenarbeit zwischen Zahnarzt und Assistenz ausgerichtet.

Welche Auswirkungen zeigt diese Entwicklung in der Unternehmensgruppe für Ihre Geschäftspartner der Dentalindustrie?

Froitzheim: Wir haben in den vergangenen Monaten bereits damit begonnen, unsere Ankündigungen auf der IDS in die Tat umzusetzen: Unsere Industriepartner profitieren von unserer herausgehobenen Marktposition vor allem durch individuell zugeschnittene Kommunikationskonzepte, die sich auf die bereits genannten zahnmedizinischen und zahntechnischen Themenfelder samt ihrer Schnittstellen stützen.

Kann man sich das wie eine Art „Baukasten“-Prinzip vorstellen?

Froitzheim: Die Frage muss ich vehement verneinen! Wir bieten in den Gesprächen mit der Industrie nichts „Vorgefertigtes“ an. Im Zentrum dieser Zusammenarbeit stehen die Kommunikationsziele, die unsere Partner haben. Danach werden die medialen Maßnahmen jeweils in Richtung der betreffenden Zielgruppen kundenspezifisch ausgearbeitet und gemeinsam mit den Partnern umgesetzt. Durch die breitere Aufstellung unserer Unternehmensgruppe haben wir damit alle Möglichkeiten für eine erfolversprechende Umsetzung. Davon profitiert nicht nur die Industrie. Auch die Leser und User wissen diesen Input zu schätzen. ■

WERDEGANG

Norbert A. Froitzheim, Verleger und Geschäftsführer der Unternehmensgruppe Deutscher Ärzte-Verlag, ist für alle Produkte in der Medizin und Zahnmedizin zuständig. Im Rahmen dieser Aufgabe fällt ihm auch die Verantwortung für alle teamwork media-Produkte zu. Froitzheim, der mittlerweile mehr als 20 Jahre beim Deutschen Ärzte-Verlag tätig ist, treibt mit seinem Geschäftsführungskollegen Jürgen Führer seit einigen Jahren den Wandel der Unternehmensgruppe von einem klassischen Verlag zu einem modernen Medienunternehmen voran. Wichtig ist ihm dabei, die Unternehmensgruppe Deutscher Ärzte-Verlag im Spannungsfeld des großen Wandels in der Medienbranche und den permanenten Herausforderungen im Gesundheitswesen zukunftssicher aufzustellen.

