

Mitgliederzeitschriften

„Kinderzahnmedizin und Prophylaxe sind für jeden Zahnarzt interessant“

Der Springer Medizin Verlag verlegt seit Sommer 2021 das Fachmagazin ‚Oralprophylaxe & Kinderzahnheilkunde‘ der DGKiZ. Im Interview sprechen Marion Bornemann, Director Apotheke & Zahnmedizin, und Redaktionsleiterin Susanne Redeker über den Neuzugang und die damit verbundenen Pläne für 2022.

Der Fachmedienmarkt in Deutschland ist im Umbruch. Insbesondere die Corona-Krise hat die Umsätze einbrechen lassen. Dennoch hat der Markt Potenzial – und ist in Bewegung. Mitten in der Pandemie hat zum Beispiel das Magazin ‚Oralprophylaxe & Kinderzahnheilkunde‘, Publikumsorgan und Mitgliederzeitschrift der Deutschen Gesellschaft für Kinderzahnheilkunde (DGKiZ), Würzburg, den Verlag gewechselt. Seit Juni 2021 erscheint der Titel im Springer Medizin Verlag mit Sitz in Berlin und Heidelberg. Die Zusammenarbeit mit dem Deutschen Ärzteverlag in Köln hatte die DGKiZ zum Ende des Jahres 2020 beendet. In diesem Zuge die gesamten Rechte an dem viermal jährlich erscheinenden Fachmagazin erworben, das sich auf Zahnärzte mit dem Behandlungsschwerpunkt Prophylaxe und Kinderzahnheilkunde richtet.

Im September und Dezember 2021 sind nach einem kompletten Refresh unter der Ägide vom Springer Medizin nun bereits zwei Ausgaben erschienen. Im Jahr 2022 soll das Magazin, das in einer Auflage von 20.000 Exemplaren erscheint, wieder in der gewohnten Frequenz herauskommen. Für den redaktionellen Part zeichnet dabei Susanne Redeker verantwortlich. Sie hatte auch die Federführung bei dem Make-over von ‚Oralprophylaxe & Kinderzahnheilkunde‘ inne. Die Anzeigenleitung liegt bei Marion Sauerlich.

Marion Bornemann, Director Apotheke & Zahnmedizin beim Springer Medizin Verlag, und Redaktionsleiterin Susanne Redeker erläutern, welchen Platz das neue Magazin im Dentalportfolio einnimmt und welche Potenziale noch zu heben sind.

DENTAL MARKETING: Wie hat der Springer Medizin Verlag die Monate der Pandemie überstanden und wo steht er jetzt?

MARION BORNEMANN: Wie die meisten unserer Mitbewerber haben wir natürlich im Printanzeigengeschäft Federn lassen müssen. Erfreulicherweise haben sich aber die Umsätze, die wir mit unseren digitalen Angeboten erzielen, seit dem vergangenen Jahr mehr als positiv entwickelt. Inzwischen hat sich



Foto: Springer Medizin

Marion Bornemann

ist seit 2006 für Springer Medizin in Heidelberg und Neu-Isenburg als Director Apotheke & Zahnmedizin tätig. In dieser Position verantwortet sie als Verlagsleiterin die Bereiche Zahnmedizin und Apotheke. Ihre berufliche Laufbahn startete die Diplom-Kauffrau 1987 beim Hamburger Verlagshaus Gruner + Jahr. 1995 trat sie als Head of Advertising für die Frauenmagazine ‚Petra‘ und ‚Für Sie‘ beim ebenfalls in der Hansestadt ansässigen Jahreszeiten Verlag an. 1998 verließ Bornemann den Norden und wechselte als Verlagsleiterin zum Umschau Zeitschriftenverlag nach Frankfurt.

Susanne Redeker

ist seit 15 Jahren in verschiedenen redaktionellen Positionen für den Springer Medizin Verlag tätig. Seit 2015 leitet die Diplom-Biologin die zahnmedizinische Redaktion des Springer Medizin Verlags. Redeker hat an der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster und an der Universität Osnabrück studiert.



Foto: Springer Medizin

auch das Printgeschäft wieder erholt, sodass wir zwar immer noch nicht auf Vor-Corona-Niveau sind, aber viel optimistischer als zum Beispiel vor einem Jahr.

DENTAL MARKETING: Mit ‚Der Freie Zahnarzt‘ erscheint bei Springer Medizin ein auflagenstarker Titel für niedergelassene Zahnärzte. Weitere zahnmedizinische Fachzielgruppen erreichen Sie mit Zeitschriften wie ‚WIR in der Praxis‘, ‚Fort-schritte der Kieferorthopädie‘ oder ‚Der MKG Chirurg‘. Wie passt das Thema Kinderzahnheilkunde ins Portfolio?

SUSANNE REDEKER: Sehr gut, zumal sich der Titel ja nicht nur auf die Kinderzahnheilkunde fokussiert, da es auch das weite Feld Oralprophylaxe nicht nur im Titel führt, sondern auch behandelt.



Foto: DGKIZ

Seit Juni 2021 erscheint das Mitglieder magazin der Deutschen Gesellschaft für Kinderzahnheilkunde unter der Ägide von Springer Medizin

DENTAL MARKETING: Bei Springer Medizin erscheinen zudem zwei pädiatrische Fachzeitschriften. Welche Synergien gibt es hier?

REDEKER: Generell gilt, dass Patienten in der Zahnmedizin zwischen ganzheitlich betrachtet werden. So kann es sicherlich auch einmal dazu kommen, dass Beiträge aus den pädiatrischen Titeln in ‚Oralprophylaxe & Kinderzahnheilkunde‘ oder umgekehrt veröffentlicht werden und sich so das Spektrum der Themen erweitert. Nicht zu vergessen sind die englischsprachigen zahnmedizinischen Zeitschriften, die Springer als internationaler Verlag ebenfalls im Angebot hat – in diesem Bereich erhoffen wir uns ebenfalls Synergien.

DENTAL MARKETING: Wie ist es überhaupt zu der Zusammenarbeit mit der DGKIZ gekommen?

BOENEMANN: Auf der Suche nach einem neuen Verlag für ihre Mitgliederzeitschrift hat die Gesellschaft unter anderem auch bei Springer Medizin angefragt. Da der Verlag neben der Betreuung zahnmedizinischer Gesellschafts- und Verbandstitel mit mehr oder minder fast jeder humanmedizinischen Gesellschaft oder jedem Berufsverband kooperiert, ist bekannt, dass man bei uns sehr gut und professionell betreut wird. Außerdem spielt, wie schon erwähnt, die Möglichkeit eine Rolle, unter Umständen auch auf humanmedizinische oder internationale Inhalte zugreifen zu können.

DENTAL MARKETING: Wie genau sah der Relaunch aus? Haben Sie das Magazin lediglich optisch überarbeitet oder wurde auch das Konzept optimiert?

REDEKER: Da wir die ‚Oralprophylaxe & Kinderzahnheilkunde‘ recht kurzfristig übernommen haben, lag unser Fokus zunächst auf der raschen Umsetzung der beiden ersten Ausgaben. Wir haben uns daher in erster Linie auf das Layout konzentriert und lediglich marginale inhaltliche Änderungen vorgenommen. Da wir mit der DGKIZ aber auch eine sehr offene und innovationsfreudige Gesellschaft als Kooperationspartner