

„Welches Schweinderl hätten's denn gern?“

# Orientierung durch Marken

| Prof. Dr. Thomas Sander, Bernd Ahlers

„Was genau ist eigentlich eine Marke? Brauche ich eine Marke für meine Praxis? Oder kann ich selber diese Marke sein? Hat das Vorteile für mich? Und wenn ja, was ist zu tun?“ Diese Fragen hören wir häufig von Zahnärztinnen und Zahnärzten – übrigens ebenso häufig wie von anderen Freiberuflern und mittelständischen Unternehmern. Begleiten Sie in einer Folge von drei Artikeln Ihren (fiktiven) Kollegen Zahnarzt Dr. Felix Fleißig auf seinem Weg zur Marke. Lesen Sie in dieser Ausgabe Folge 1: Welches Schweinderl hätten's denn gern? Orientierung durch Marken.

Schon beim Aufwachen wurde Zahnarzt Dr. Felix Fleißig von heftigen Zahnschmerzen geplagt. Während er duschte, bereute er schmerzlich, in seiner neuen Heimat Hannover noch keinen Kollegen gefunden zu haben, der seine Profession ebenso gut und sensibel beherrschte wie er selbst. „Um ehrlich zu sein“, sagte er beim Morgenkaffee zu seiner Gattin Claudia, „ich habe immer noch panische Angst vor der Spritze. Aber heute suche ich mir einen Zahnarzt.“

## Wer sucht, der findet

Die Praxis „Dr. Felix Fleißig, Zahnarzt“ lag in einer leicht renovierungsbedürftigen Altbauwohnung nahe dem Zentrum Hannovers. Nachdem er seinen zehn Jahre alten Volvo im Parkhaus abgestellt hatte, machte er sich auf den fünfminütigen Fußweg. Aufmerksam betrachtete er die weißen und silberfarbenen Praxisschilder am Rande seines Weges. „Dr. Max Müller, Zahnarzt“, „Dr. Annerose Augentaler,

Zahnärztin“, „Dr. Horst Hübner und Dr. Lena Lustig, Gemeinschaftspraxis“, „Zahnärztin Regina Richter“, erreichten ihn die knappen Botschaften. Der eine oder andere von Künstlerhand locker skizzierte Zahn erinnerte ihn an seine Pein, einige im Raum schwebende, lächelnde Münder schienen sich über sein Leid lustig zu machen. Aber Dr. Fleißig konnte sich einfach nicht entscheiden, welche Kollegin oder welcher Kollege für ihn richtig sein könnte.

## Mund-Propaganda

„'n Morgen“, murmelte er verkniffen beim Betreten seiner mit weißer Strukturtapete versehenen Räumlichkeiten in Richtung des vollen Wartezimmers. „Susanne, Melanie, kommt doch mal kurz in die Eins.“ Nachdem seine beiden Helferinnen ihm erwartungsvoll gegenüberstanden, fragte er: „Ihr kennt euch doch hier aus, welche Kollegin oder welcher Kollege kann mir denn schnell und gut eine

Füllung machen, am besten unter Narkose?“ Susanne und Melanie diskutierten ausgiebig: „Dr. Schneider hat bei meiner Mutter damals sehr gut ..., bei Tante Anna aber ... und diese Dr. Schulze soll ja angeblich einmal bei einem Patienten ... habe gehört, dass der jedes Mal ... ein Patient hat erzählt, er habe gehört ...“

## Gelb ist die Hoffnung

Nach sieben Minuten unterbrach Felix Fleißig beherzt die Diskussion und griff ungeduldig zu den guten alten Gelben Seiten.

Unter „Zahnärzte“ fand er beeindruckende vierzehn Seiten: eng bedruckt und mit zahlreichen bunten Anzeigen versehen. Die Inserate waren dekoriert mit handgemalten Backenzähnen und fliegenden Gebissen. „Verdammt, wen rufe ich denn jetzt bloß an?“, fluchte der gepeinigte Doktor und schmiss das Standardwerk nach hilflosem Hin- und Herblättern auf seinen Designer-Schreibtisch.

