

„AALS UUT ENE HAND,

tiäne huus

Bauernhof-Ambiente
im Münsterland

Ein Beitrag von Kerstin Oesterreich und Marlene Hartinger

INTERVIEW /// Seit Mai 2023 begrüßt das Zahnärzteduo Dres. Vera und Henrik Röper kleine wie große Patienten im historischen Rohlmanns Hof in der münsterländischen Gemeinde Ascheberg. Zuvor waren die Zahnärzte an einem anderen Standort tätig. Warum sie sich für den Umzug in neue Räumlichkeiten entschieden und damit auch ihre Praxismarke neu definiert haben, verraten sie im *ZWP*-Interview.

Die Reaktionen der Patienten auf unseren Praxisnamen **tiäne huus** (hochdeutsch *Haus der Zähne*) sind ausnahmslos positiv. Das westfälische Platt wird in vielen Familien in unserer Region nach wie vor am Küchentisch oder bei Familientreffen gesprochen. Zumindest hat ein Großteil unserer Patienten in irgendeiner Weise einen persönlichen Bezug dazu, wodurch eine gewisse emotionale Identifikation mit dem Konzept und Erdung bei Betreten unseres Zentrums eintritt.

Dr. Vera Röper

Am Rohlmannshof trifft Tradition auf moderne Zahnmedizin. Eng verwoben mit der Familie Röper, ist der Standort nicht nur Teil der Familienhistorie, sondern auch der zahnmedizinischen Zukunft.



AALS UNNER EEN DAK.“

ALLES AUS EINER HAND, ALLES UNTER EINEM DACH.

Frau Dr. Röper, Herr Dr. Röper, warum entschieden Sie sich für einen Praxisumzug innerhalb des Ortes und warum fiel Ihre Entscheidung auf einen Hof?

Nach Übernahme der „alten“ Praxis im Jahr 2018 konnten wir das brachliegende Behandlungs- und Patientenpotenzial durch die Neuausrichtung auf junge Familien und prophylaxeorientierte Patienten schnell aktivieren und sind den alten Räumlichkeiten somit ganz einfach entwachsen. Die Entscheidung für die neue Praxisimmobilie fiel ohne längere Bedenkzeit. Der Kontrast zwischen dem rustikalen Hofgebäude mit seinem großen Deelentor sowie der rustikalen Klinkerfassade und unserem sehr gradlinigen, modernen Praxisgebäude als direktem Anbau hat einen einmaligen Charme, der uns sofort in Besitz genommen hat. Zudem wurde direkt vor dem tiäne huus in den letzten beiden Jahren der Eschenplatz, Aschebergs neue Ortsmitte, errichtet.

Warum haben Sie sich zeitgleich mit einem neuen Standort auch für eine Neuausrichtung der Praxismarke entschieden?

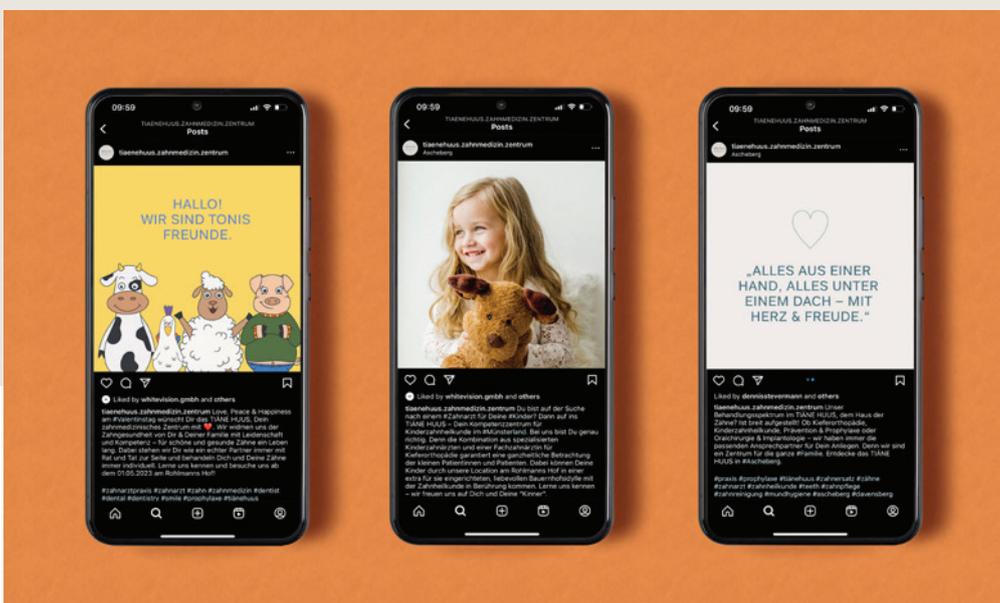
Wir hatten mit dem Umzug die einmalige Chance, uns neu zu erfinden – auch wenn unser bisheriges Konzept nicht unerfolgreich war. Als wachsende Mehrbehandlerpraxis wollten wir den Fokus in unserem neuen Zentrum ganz gezielt etwas weniger auf uns als Praxisinhaber lenken, was für die weitere Praxisentwicklung und die Positionierung unserer angestellten Kollegen von Vorteil ist. Zugleich ermöglicht unsere Praxismarke tiäne huus im Bereich des Marketings und in der Patientenkommunikation ein vielseitiges Storytelling.



Dr. Henrik Röper und Dr. Vera Röper

Die Geburt ihrer Zwillinge fiel in die ganz heiße Phase der Projektplanung der Praxisinhaber, und damit ein Jahr vor Eröffnung. Das war für alle Beteiligten eine Herausforderung. Ihre Kinder sind für das Zahnärztpaar ein absoluter Ausgleich zum Berufsleben. Eine klare Trennung zwischen Praxis- und Familienleben gibt es bei den beiden nicht.

Das ist auch gar nicht gewollt. Sie lieben ihren Beruf und betreten ihre Praxis jeden Tag mit einem guten Gefühl. Das tolle Praxisteam trägt einen Großteil dazu bei.



Von Ascheberg bis Instagram: Zu einer stringenten Markenpositionierung gehört ein ansprechender und empathischer Social-Media-Auftritt.

Das sagt die Agentur ...

Frau Hahn, was waren Ihre Aufgaben als Agentur bei diesem Case und welche Besonderheiten galt es zu berücksichtigen?

Unsere Aufgabe war die Weiterentwicklung der Marke Dres. Röper weg von einer klassischen Gemeinschaftspraxis hin zu einer größeren skalierbaren Einheit mit Persönlichkeit und Charakter. „Groß“ geht leider oft mit dem Verlust von Individualität zusammen, das sollte auf jeden Fall vermieden werden. Der Name und die sehr lokale Konzeption tragen dazu bei, den sympathischen Charakter der Praxis auch in der neuen, größeren Version zu erhalten. Die Location (der alte Rohlmannshof) punktet mit interessanter Architektur und einer sehr großzügigen Fläche auf zwei Etagen, in der sich das erweiterte Behandlungskonzept frei entfalten kann. Die Praxis verbindet alle zahnmedizinischen Kompetenzen unter einem Dach und ist zukünftig die richtige Adresse für die ganze Familie von ganz jung bis ganz alt – mit allen individuellen Themenstellungen. So viel Leistung braucht Raum, und den haben die Röpers hier gefunden.

Auf welche Inspirationen haben Sie insbesondere in der Ausgestaltung der Kinderwelt und der Entwicklung des Praxis-Maskottchens „Toni“ zurückgegriffen?

Ganz klar auf die Location, in der sich die Praxis nun befindet und die noch immer an einen Bauernhof erinnert. Unsere Junior Art-Direktorin Charlie durfte sich hier kreativ austoben und hat mit den eigens entwickelten und individuell illustrierten Tieren eine ganz eigene Kinderwelt auf dem Rohlmannshof geschaffen. Hauptcharakter ist der Hund Toni mit seinen Freunden Lotti, das Huhn; Flocke, das Schaf; Fritze, das Schwein und Frieda, die Kuh. Die Kinder finden alle Tiere in den Räumlichkeiten der Kinderzahnheilkunde wieder und werden so spielerisch und stressfrei durch die Behandlung geleitet.

Ein Highlight Ihrer Zusammenarbeit war ...

... aus Beratersicht definitiv bereits der Workshop. Der hat einfach Spaß gemacht, denn die Röpers sind sehr authentisch und brennen für ihre Ideen und Visionen. Die Kommunikation und Zusammenarbeit läuft auf Augenhöhe und ist zu jeder Zeit wertschätzend. Das macht als Agentur großen Spaß, und so entstehen auch die besten Konzepte!



Dezent und treffsicher zugleich:

Moderne Werbung mit einem Bewusstsein für die Mentalität der Region.



Welche Aspekte waren Ihnen bei der Neukonzeptionierung der Praxis wichtig und wie gestaltete sich der Prozess bis zur Positionierung Ihrer Praxis?

Der Grundgedanke bei der Konzeption war – modern, aber ortsverbunden. Also genau dieser Aspekt, den die Architektur unserer Praxis und der umgebenden Hofgebäude perfekt widerspiegelt. Nach dem Erstkontakt mit WHITEVISION haben wir diesen Gedanken im Rahmen eines Kick-off-Workshops konkretisiert und in der darauf aufbauenden Zusammenarbeit immer weiter definiert. Auch die Arbeitgeberattraktivität spielte für uns von Beginn der Konzeption an eine wesentliche Rolle – Sowohl im Rahmen des Markenaufbaus als auch bei der architektonischen Raumplanung. Das Betriebskonzept des tiäne huus ist für unsere Region einzigartig, wodurch sich eine Vielzahl von Vorteilen für unsere Mitarbeiter ergeben, die für uns gleichbedeutend mit den Patienten im Fokus stehen.

Ihre moderne Landpraxis betont die Ausrichtung als Zentrum der zahnmedizinischen Zukunft, ist aber in einem Bauernhofambiente mit Tradition verortet. Wie gelingt dieser Spagat?

Wir empfinden die Kombination aus alt und neu gar nicht unbedingt als Spagat, der harte Kontrast unterstreicht die moderne Ausrichtung der Praxis sehr vorteilhaft. Die klare Innenraumgestaltung zeichnet sich durch lichtdurchflutete Räume und ein reduziertes Farbkonzept aus. Wärme, helle Wandfarben, wohnliche Fußbodengestaltung und Bildmotive aus der lokalen Landwirtschaft geben der Praxis einen absoluten Wohlfühlcharakter. Freundlichkeit und Herzlichkeit des gesamten Teams runden das Gesamtbild ab. Der Patient sollte sich nicht in einem zu klinischen Umfeld wiederfinden.



Rabea Hahn
Infos zur Person



Am Rohlmannshof können Kinder in einer extra für sie eingerichteten Umgebung spielerisch an den Besuch beim Zahnarzt herangeführt werden. Was genau verbirgt sich hinter Ihrem Konzept „Milchzähnen & Co.“?

Unsere Kinderabteilung haben wir bereits kurz nach der Praxisübernahme im Jahr 2018 aufgebaut. Die Patientenresonanz war von Anfang an super. Mit den neuen Räumlichkeiten eröffnete sich uns die Möglichkeit, eine komplett separate Kinderwelt mit eigenem Empfang, Wartebereich und Behandlungszimmern zu gestalten. „Milchzähnen & Co. am Rohlmanns Hof“ nimmt das Konzept des Zahnmedizinischen Zentrums auf und treibt es mit einer bunten Bauernhofwelt auf die Spitze. Der medizinische Praxischarakter ist bei „Milchzähnen & Co.“ auf ein Minimum reduziert. Zusammen mit WHITEVISION haben wir rund um unser Praxismaskottchen, den Hofhund „Toni“, weitere Charaktere geschaffen, welche den jeweiligen Behandlungszimmern zugeordnet sind. Im Zusammenspiel mit der kindgerechten Praxgestaltung mit Hofkino, Schnullerbaum und Kleinkindwartebereich sowie der verspielten Farbwelt der Kinderabteilung läuft der Zahnarztbesuch ab den ersten Milchzähnen vollkommen stressfrei ab.

Weitere Infos zu Dres. Röper und ihr tiäne huus auf: www.tiaene-huus.de

Fotos/Illustrationen: © WHITEVISION GmbH



”

Gerade in ländlicheren Gebieten wünschen sich die Menschen einen Ansprechpartner, den sie persönlich kennen und der wiederum ihre persönliche Geschichte kennt. Wir lieben an der Region hier, dass es noch echte Arzt-Patienten-Beziehungen gibt. Wir „wachsen“ mit unseren Patienten gemeinsam und begleiten sie partnerschaftlich durch alle Lebensphasen.

“
Dr. Henrik Röper

ANZEIGE

Gegensprech- anlagen für Praxis & Labor



AKTION:
Alt gegen Neu!
Fragen Sie uns.

**Freisprech-Kommunikation
von Raum zu Raum:
ergonomisch, hygienisch
und unkompliziert!**

Über 20.000 Praxen und Labore nutzen bereits die vielfältigen Leistungsmerkmale unserer Anlagen, wie z. B.:

- + Musikübertragung
- + Patientenaufruf
- + Sammelnruf
- + Abhörsperre
- + Türöffner
- + Lichtruf
- + Notruf

Rufen Sie uns an – wir beraten Sie gerne!

Multivox Petersen GmbH
Eilendorfer Str. 215 | D-52078 Aachen
Tel.: +49 241 502164 | info@multivox.de
www.multivox.de

**MULTIVOX®
SPRECHANLAGEN**