

© Jan Kaiser Fotografie

Wie aus einer Praxisübernahme eine Marke mit Vision wurde

Ein Beitrag von Nadja Alin Jung

[PRAXISMARKETING]

Zahnärztin und Praxisinhaberin Dr. Fabia Flensberg übernahm zum 1. Januar 2025 eine bestehende Zahnarztpraxis im nordrhein-westfälischen Velbert und verwandelte sie in eine moderne Praxismarke mit Charakter. Ihr Anspruch: Hochwertige Zahnmedizin in einer Umgebung, die sich nicht nach Zahnarzt anfühlt, sondern nach Ankommen, Vertrauen und Wohlfühlen.

Wer die neuen Räume von floss&flair in Velbert betritt, wird überrascht: Keine sterilen Flure, kein Wartezimmer, das an eine Zahnarztpraxis erinnert – stattdessen edle Materialien, warme Farben, hochwertige Möbel und sanfte Musik. In der Praxis fühlt es sich an, als wäre man in einem Boutique Hotel. Genau das war das Ziel von Dr. Fabia Flensberg, die nicht nur ein Interiorkonzept umsetzte, sondern ein ganzheitliches Behandlungsverständnis verankerte: Die Atmosphäre soll nicht nur beruhigen, sondern auch den Grundstein legen für eine moderne Zahnmedizin, die auf Vertrauen und Qualität basiert – mit Wohlfühlfaktor auf allen Ebenen.

Mehr als ein Standort – ein Versprechen

Die Standortwahl fiel auf eine bestehende Zahnarztpraxis im Ärztehaus Medicum Velbert. Entscheidend war nicht nur die bestehende Infrastruktur, sondern vor allem die Vision, aus dem Standort etwas ganz Neues zu schaffen. Velbert liegt zentral zwischen Essen, Düsseldorf und Wuppertal und ist aus allen Richtungen gut erreichbar. „Als ich die Fläche das erste Mal betreten habe, hatte ich sofort das Gefühl: Hier kann ich meine Idee verwirklichen", erinnert sich Dr. Flensberg.

floss&flair



© m2c – medical concepts & consulting

Wunsch nach eigenem Namen

Schon früh stand für die junge Zahnärztin fest: Die Praxis sollte nicht ihren Namen tragen. „Es wäre meiner Vorstellung nicht gerecht geworden, der Praxis einfach meinen Namen zu geben", erklärt sie. „Was wir hier aufgebaut haben, ist Teamarbeit – und das soll auch im Namen sichtbar werden." Gleichzeitig sollte der Name nicht austauschbar sein, sondern Charakter zeigen, Markenpotenzial haben und Raum lassen für Wachstum – etwa, falls in Zukunft ein zweiter Standort folgen sollte. Durch die Zusammenarbeit mit der Marketingagentur m2c wurde ein Naming geschaffen, das Dr. Fabia Flensberg – „ff" – subtil in das Naming der Praxis einbindet.

floss&flair: Mehrere Bedeutungen harmonisch kombiniert

Am Anfang stand ein ausführliches Briefing: Welche Sprache soll der Name sprechen – ist deutsch, englisch oder eine Mischform gewünscht? Soll der Fachbezug erkennbar sein? Welche Assoziationen möchte man wecken, welche Begriffe sollen vermieden werden? Auch persönliche Vorlieben wurden einbezogen – schließlich soll der Name sich für den Behandler und das Team „richtig" anfühlen.

Auf Basis dieses Briefings entwickelte die Agentur verschiedene Namensvorschläge – jeweils mit konkreter Herleitung, Etymologie und emotionalem Subtext. Die Auswahl fiel schließlich auf „floss&flair" – eine Kombination, die auf mehreren Ebenen funktioniert: „floss" steht für Zahnseide und somit für Prävention, Verbindung und Pflege. „flair" beschreibt den Stil, die Atmosphäre, den individuellen Ausdruck der Praxis – sowohl im Interior als auch im Umgang mit den Pa-

ANZEIGE

kuraray Noritake

ONE STRONG FAMILY

PANAVIA™



DIE KRAFT DER DREI

Aufgrund individueller Präferenzen und indikationsspezifischer Bedürfnisse bedarf es im klinischen Alltag verschiedener Befestigungsmaterialien. Kuraray Noritake Dental Inc. ist davon überzeugt, dass drei Befestigungskomposite reichen und hat diese in einer außergewöhnlich leistungsstarken Familie vereint. Die PANAVIA™-Familie: Eine für alle! Für jedwede Situation die richtige Lösung.

MEHR ERFAHREN

BORN IN JAPAN

Kuraray Europe GmbH, BU Medical Products,
Philipp-Reis-Str. 4, 65795 Hattersheim am Main, Deutschland,
+49 (0)69-30 535 835, dental.de@kuraray.com, kuraraynoritake.eu



© m2c – medical concepts & consulting

tienten. Und gemeinsam klingen die beiden Wörter nicht nur harmonisch, sondern lassen sich auch markenfähig einsetzen – verbunden durch die Initialen „ff", die für Dr. Fabia Flensberg stehen.

Name als Ausgangspunkt für alles Weitere

Mit dem Naming war ein entscheidender Meilenstein gesetzt – denn es bildet das Fundament für jede weitere Entwicklung. Erst mit einem Namen lassen sich Logo, Geschäftsausstattung und Website konzipieren. Die gesamte visuelle Identität der Praxis orientiert sich an dieser zentralen Klammer. Oder anders gesagt: Ohne Namen keine Marke, ohne Marke keine Praxis. Für Patienten ist der Name oft der erste Berührungspunkt – er muss im Gedächtnis bleiben, Vertrauen wecken und sich deutlich von anderen unterscheiden. Genau deshalb ist eine strukturierte, professionelle Namensfindung so wertvoll. Es geht nicht nur um Ästhetik, sondern um strategische Weichenstellungen.

Praxisname als Marke schützen lassen? **Darauf muss man achten!**

- **Keine generischen Begriffe:** Namen wie „Zahnlücke" sind in der Regel nicht eintragungsfähig
- **Besser abstrakt oder neu kombiniert:** Fantasiebegriffe oder kreative Wortschöpfungen haben deutlich bessere Chancen
- **Wortmarke vs. Wort-Bild-Marke:** Eine reine Wortmarke ist schwerer zu schützen als ein Name in Kombination mit einem Logodesign.
- **Unbedingt prüfen lassen:** Vor der Anmeldung empfiehlt sich eine professionelle Markenrecherche – idealerweise durch eine spezialisierte Marketingagentur oder einen Markenanwalt.
- **Strategischer Mehrwert:** Der Schutz einer Marke schafft rechtliche Sicherheit und stärkt den professionellen Auftritt langfristig.

Begleitung über das Naming hinaus

Die Zusammenarbeit mit der Agentur endete nicht beim Naming – im Gegenteil: Sie war erst der Anfang. Von der Entwicklung des Logos über die Gestaltung der gesamten Geschäftsausstattung bis zur digitalen Präsenz wurde floss&flair kontinuierlich betreut. Auch ein durchdachtes Farbkonzept und abgestimmte Materialien in Print und Raum wurden realisiert – alles aus einem Guss. Das Ergebnis: Eine Marke mit Wiedererkennungswert, die online wie offline funktioniert. Und eine Praxis, die sich durch Qualität, Stil und Nahbarkeit gleichermaßen auszeichnet.

Raum für Hochwertigkeit und Herzlichkeit

Inhaltlich setzt Dr. Flensberg auf ein umfassendes Konzept, das alle Bausteine der Zahnmedizin beinhaltet. Ihr Schwerpunkt liegt auf der ästhetischen Zahnmedizin und Implantologie, ergänzt durch Sportzahnmedizin – ein seltenes Angebot mit Alleinstellungsmerkmal. Doch auch hier geht es nicht nur um Behandlungsmethoden. Der respektvolle, herzliche Umgang im Team, mit Patienten, ist fest im Alltag verankert. Dass sich Menschen nach der Behandlung noch einmal ins Wartezimmer setzen, um ein Buch zu lesen und das Ambiente zu genießen, ist kein Zufall – sondern gelebte Philosophie.

Fazit

Mit floss&flair ist mehr entstanden als eine Zahnarztpraxis. Es ist ein Ort, an dem kompetente Behandlung auf Wohlfühlatmosphäre auf höchstem Niveau trifft. Der Fantasiename war dabei nicht nur ein kreatives Detail, sondern der Startschuss für eine konsequent durchdachte Markenidentität. Er bringt auf den Punkt, was das Team lebt: Fachliche Exzellenz, menschliche Nähe – und eine Atmosphäre, in der Zahnmedizin auf neue Weise erlebbar wird.

Infos zur Autorin



3D-Druck? Einfach outsourcen!

Holen Sie 3D in Ihre Zahnarztpraxis oder Ihr Dentallabor, indem Sie den Design- und Druckauftrag einfach an den DMG DentaMile Design & Print Service outsourcen:

- Keine Investition in eigenes 3D-Druck-Equipment
- Keine Aufwände für Personalschulungen
- Keine Abofalle oder versteckte Kosten
- Volle Flexibilität für Ihren dentalen 3D-Workflow

Mehr Informationen unter:
www.dentamile.com

Zusammen **ein Lächeln voraus** DMG