JUNG, PRÄZISE UND MENSCHLICH:

Ein Beitrag von
Anna Sahli



Zwei Zahnmediziner wissen, wer sie sind und was sie wollen

© Anja Wilhelmi Fotografie

[PRAXISMARKETING] Fachlich versiert und offen für Neues, ready für die eigene Niederlassung und dabei zugänglich und supersympathisch: das sind Johannes Well und Lisa Kremer von D.ZWEI. Die frischgebackenen Gründer haben mit ihrer Praxis im baden-württembergischen Denzlingen eine Marke geschaffen, die genau das nach außen trägt, was sie in den Praxisräumlichkeiten konsequent leben: eine junge, dynamische und moderne Zahnmedizin, die präzise und menschlich zugleich ist. Ein unschlagbarer Mix!



© WHITEVISION

Johannes Well und Lisa Kremer.

Es hat einfach gepasst. So lässt sich das Zusammenkommen der beiden Zahnärzte Johannes Well und Lisa Kremer treffend beschreiben. Nach nur drei Monaten ihrer Anstellung in seiner Praxis fragte Johannes Well seine Kollegin, ob sie sich vorstellen könne, gemeinsam etwas Neues aufzubauen. Die Anfrage kam zunächst überraschend, fühlte sich jedoch sofort richtig an. Frau Kremer sagte zu und das gemeinsame Projekt begann: Johannes Well wollte sich sowohl räumlich als auch inhaltlich verändern, da seine bisherige Praxis zu klein geworden war. Gleichzeitig stand für Lisa Kremer schon lange fest, dass sie eines Tages gründen wollte – allerdings nur gemeinsam mit einem Partner, der ihre Werte teilt. So fügte sich alles: zwei Menschen, eine Vision, ein neues Kapitel. Am 1. September 2025 eröffneten beide schließlich ihre Gemeinschaftspraxis D.ZWEI in den neuen Räumlichkeiten des Ärztehauses Denzlingen.

ZÄ LISA KREMER

„Wir wollen moderne Zahnmedizin leben – klar, mit neuer Technologie und echter Expertise, aber immer mit dem Blick auf den ganzen Menschen. Für uns heißt das: Wir behandeln nicht nur Zähne, sondern verstehen Zahnmedizin als Teil der allgemeinen Gesundheit. Deshalb setzen wir stark auf Prävention und individuelle Begleitung. Statt klassischer „Reparaturmedizin" entwickeln wir langfristige Gesundheitskonzepte – mit maßgeschneiderten Prophylaxeprogrammen, Blutanalysen und ganzheitlichen Ansätzen, zum Beispiel bei Stoffwechsel- oder Diabetespatient/-innen. So erkennen wir Zusammenhänge frühzeitig und können gezielt unterstützen. Denn am Ende geht es für uns darum, Medizin mit Haltung zu machen: sich Zeit zu nehmen, zuzuhören und ehrlich interessiert zu sein. D.ZWEI steht genau für diese Verbindung, dieses Credo – fachlich präzise, menschlich nah und mit echter Freude an dem, was wir tun."

(ZÄ Lisa Kremer)

ANZEIGE

ZWEI DVT's – EINE MISSION

BILDQUALITÄT, DIE ÜBERZEUGT

MORITA

Veraviewepocs 3D R100

Allrounder für jede Praxis.

Aktionspreis: 53.900 €*



Ihre EXTRAS bei unseren DVT's

- 5 Jahre Garantie* ohne Aufpreis
- 10 i-Dixel Lizenzen
- i-Dixel WEB für mobile Endgeräte inklusive
- Lifetime Software-Updates von i-Dixel

Veraview X800

Time for Perfection.

Aktionspreis: 72.900 €*

*Zzgl. MwSt. Umfang und Bedingungen der Angebote unter www.morita.de/aktionen

www.morita.de/aktionen





Perfekter Standort

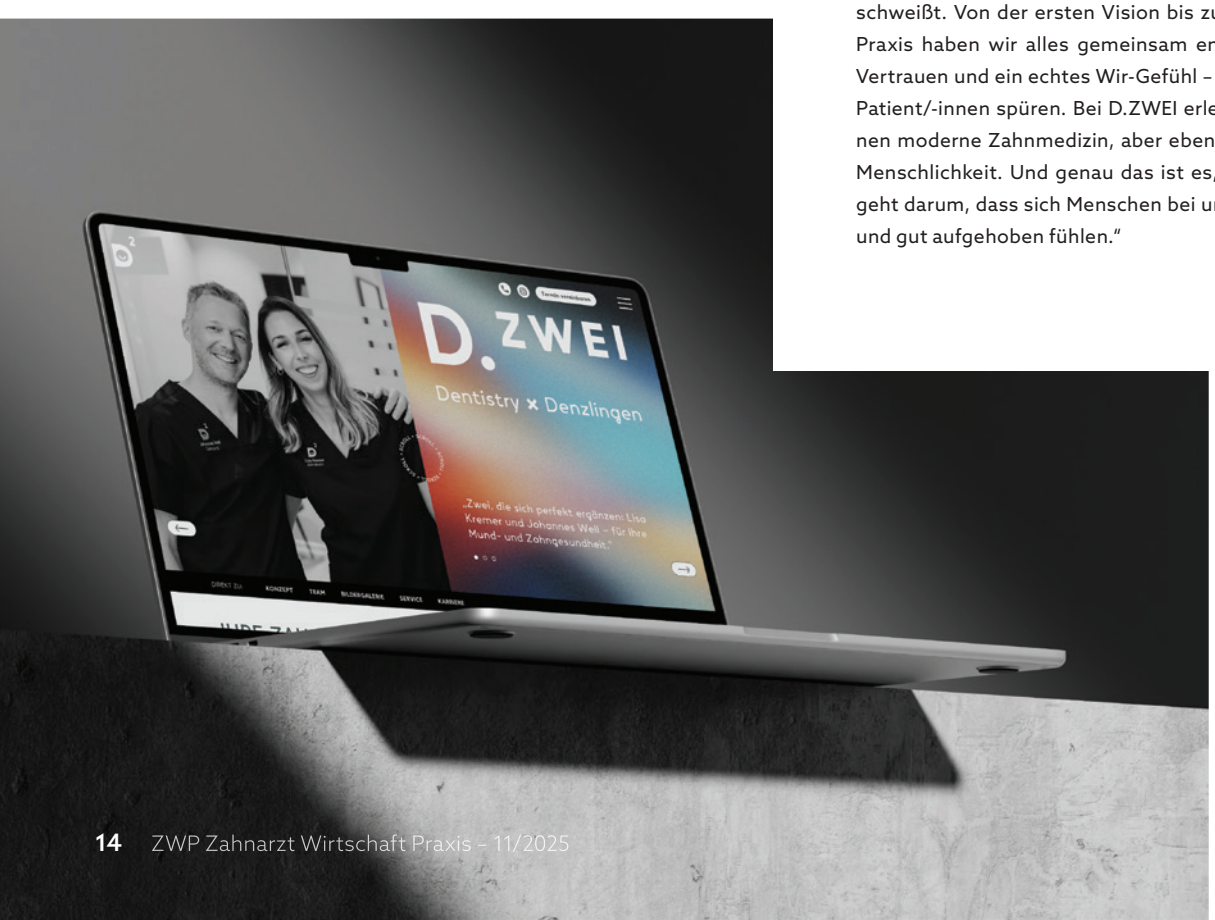
Dabei war Denzlingen für beide Gründer ein echter Glücksgriff. Das dortige Ärztehaus entstand komplett neu und ließ die Zahnärzte von Beginn an mitwirken. So konnten sie ihre Praxis architektonisch und funktional genauso gestalten, wie sie es sich vorgestellt hatten. Alles sollte offen, hell, durchdacht und auf die eigene Arbeitsweise abgestimmt sein. Besonders schätzen die beiden die fachliche wie persönliche Gemeinschaft im Haus: HNO, Kieferorthopädie, Physiotherapie und andere Fachrichtungen sind hier unter einem Dach. Das bedeutet kurze Wege, gemeinsamer Austausch, echte Interdisziplinarität. Und auch die Patientengewinnung verlief ganz unproblematisch. Viele Patient/-innen kommen aus der Region, aber auch gezielt wegen des modernen und umfassenden Praxiskonzeptes.

ZA JOHANNES WELL

„Unsere Chemie hat von Anfang an gestimmt. Wir teilen die gleichen Werte, die Liebe zur Zahnmedizin und die Freude an echter Teamarbeit. Schon nach wenigen Monaten, in denen Lisa bei mir als angestellte Zahnärztin gearbeitet hat, war klar: Das passt einfach. Wir ticken ähnlich, haben denselben Anspruch an Qualität, Haltung und Miteinander – und denselben Wunsch, Zahnmedizin anders zu denken. Als ich mich räumlich vergrößern wollte, war die Idee einer gemeinsamen Praxis fast naheliegend. Es ging nicht nur um neue Räume, sondern um etwas Eigenes – eine Marke, die für unsere Werte steht.

Der gemeinsame Aufbau hat uns noch enger zusammengeschweißt. Von der ersten Vision bis zum letzten Detail in der Praxis haben wir alles gemeinsam entschieden. Das schafft Vertrauen und ein echtes Wir-Gefühl – etwas, das auch unsere Patient/-innen spüren. Bei D.ZWEI erleben unsere Patient/-innen moderne Zahnmedizin, aber eben auch Authentizität und Menschlichkeit. Und genau das ist es, was uns ausmacht. Es geht darum, dass sich Menschen bei uns gesehen, verstanden und gut aufgehoben fühlen."

(ZA Johannes Well)



Fotos: © WHITEVISION

Praxis als Marke

Ganz früh stand für beide Gründer fest: „Wenn wir eine neue Praxis gründen, soll sie auch eine eigene Marke bekommen." Dafür holten beide die Karlsruher Markenagentur WHITEVISION ins Boot. Der erste Workshop mit Jens Lichte war für Lisa Kremer und Johannes Well der Moment, in dem alles Gestalt annahm. Wie beim Praxisbau, wurden sie auch hier in jeden Schritt eingebunden. So war es nie ein klassisches Agenturprojekt, outgesourct an Dritte, sondern ein gemeinsamer, agiler Prozess, in dem das Gründerpaar viel über eigene Werte, Haltung und Sprache gelernt hat.

Organische Herleitung des Praxisnamen

Das Naming D.ZWEI entstand genau daraus: zwei Zahnärzt/-innen, zwei Persönlichkeiten, ein Standort, ein gemeinsames Ziel. Das **D** steht für **D**enzlingen × **D**entistry – und das *Zwei* für das *Duo*. Und auch die Website trifft genau den Puls und zeigt authentisch, wer hinter D.ZWEI steht. Mit modernen Farben, klarer Typografie und einem Design, das auffällt, ohne laut zu sein. Der Internetauftritt ist frisch, zugänglich und ein bisschen anders – genauso, wie die Gründer Zahnmedizin leben wollen: professionell, aber immer mit einem Augenzwinkern und viel Herz.

WHITEBRAND **schaffen**

„Mit dem Schritt von der etablierten Einzelpraxis zur Gemeinschaftspraxis D.ZWEI wollten Johannes Well und Lisa Kremer den nächsten Entwicklungsschritt konsequent gehen – fachlich, räumlich und markentechnisch.
Unser gemeinsames Ziel: eine **WHITEBRAND** schaffen, die Kompetenz, Modernität und Menschlichkeit vereint – und im Wettbewerbsumfeld klar differenziert. WHITEVISION hat den Prozess von Beginn an strategisch begleitet: von dem Marken-Workshop, über Naming, Corporate Design, Shooting, Website, Give-aways, Leitsystem, Anzeigen/Plakate bis hin zur räumlichen Markeninszenierung. D.ZWEI steht heute für eine neue Generation von Zahnarztpraxen – klar positioniert, visuell eigenständig und emotional relevant. Eine Praxiswelt mit Charakter – besonders schön, besonders gut, besonders echt."

Jens Lichte, WHITEVISION Geschäftsführung/ Beratung Weiße Berufe | Praxis

ANZEIGE

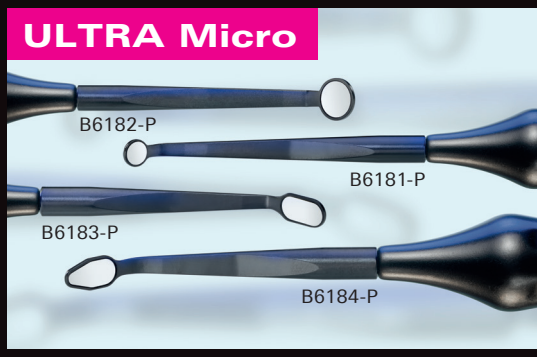
9 Years of Passion for Dental Excellence

HAHNENKRATT

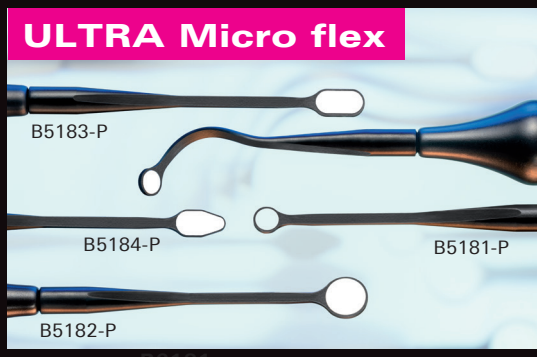
BLACKfriday
PROMO
BLACKline Micro



ULTRA Micro



ULTRA Micro flex

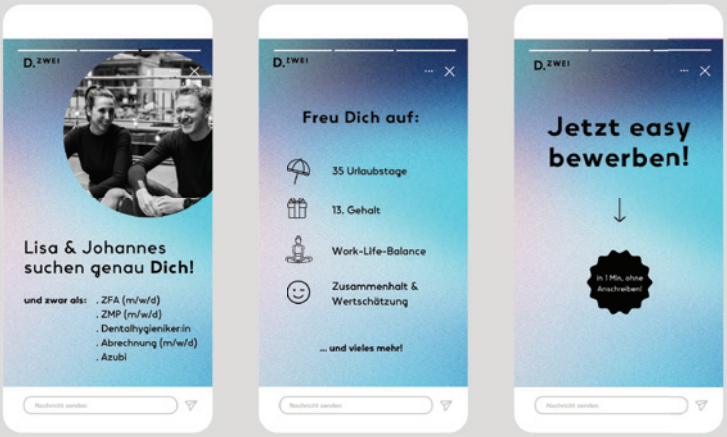


B6181

BLACKfriday
44,44 EUR
JE INSTRUMENT
MICRO+GRIFF
ZZGL. 19% MWST. / BIS 28.11.2025

SHOP

SALES@HAHNENKRATT.COM
WWW.HAHNENKRATT.COM



© WHITEVISION

Gamechanger Bewerberfunnel

Zu Beginn hatten Johannes Well und Lisa Kremer eine kleine Sorge in Bezug auf das Praxisteam: Durch die räumliche Vergrößerung war unklar, ob sich kurzfristig genügend qualifizierte und passende Mitarbeiter/-innen finden würden. Das schien, gerade in heutigen Zeiten, eine echte Herausforderung. Der gemeinsam mit WHITEVISION aufgesetzte Bewerberfunnel erwies sich dabei als echter Gamechanger. Das einfache, digitale Bewerbungsverfahren erreichte potenzielle Teammitglieder genau dort, wo sie sich heute aufhalten – am Handy und auf Social Media. So erhielt die Praxis plötzlich eine enorme Resonanz. Anstatt suchen zu müssen, konnten die Gründer auswählen und gezielt Menschen ansprechen, die nicht nur fachlich, sondern auch menschlich gut passten. Dadurch gelang es, bereits vor der offiziellen Praxiseröffnung das komplette Team zusammenzustellen. Alle begannen gemeinsam in den neuen Räumlichkeiten und Strukturen, und die Einarbeitung konnte direkt vor Ort stattfinden.

Fazit

Die ersten Monate in der Praxis D.ZWEI sind erfolgreich geschafft und beide Zahnärzte sind stolz auf ihren Schritt in die Gründung, auf eine Marke, die perfekt zu ihnen passt, und auf ihr Team, das den Praxisstart von Anfang an so reibungslos und herzlich absolviert hat.

Mehr Infos zur Praxis auf **www.praxis-dzwei.de**.

D.ZWEI **BEWERBERFUNNEL**

„Was ist ein Bewerberfunnel? Ein Bewerberfunnel ist ein digitaler Bewerbungsprozess, der Interessierte Schritt für Schritt zur Bewerbung führt – einfach, schnell und niedrigschwellig. Statt aufwendiger Unterlagen oder komplizierter Portale gibt es klare Fragen, intuitive Navigation und die Möglichkeit, sich mobil einfach per Klick zu bewerben. Gezielt eingesetzt und über Social Media oder eine Landingpage beworben, spricht der Funnel nicht nur aktiv suchende, sondern auch latent wechselwillige Kandidat/-innen an. Gleichzeitig sorgt er für eine erste Vorqualifikation – und spart so Zeit und Ressourcen im Recruiting. Das Ziel: weniger Hürden. Mehr passende Bewerbungen."

Julius Tratz, WHITEVISION Online Marketing Manager | Beratung Digitales

Von Einzelpraxis zu Gemeinschaftspraxis

Perfect Match

„Die Kombination Johannes Well und Lisa Kremer war von Anfang an ein ‚Perfect Match' – fachlich wie menschlich. Beide teilen den Anspruch, Zahnmedizin auf hohem Niveau mit echter Empathie und Wertschätzung zu verbinden. Genau dieses Zusammenspiel war der Schlüssel für die Markenentwicklung: eine **WHITEBRAND**, die gleichermaßen kompetent, jung, modern und bodenständig wirkt. Die Herausforderung – und zugleich Besonderheit – lag im Markenrelaunch von einer etablierten Einzelpraxis hin zu einer Gemeinschaftspraxis. Dabei ging es nicht nur um ein neues Logo oder Design, sondern um eine Neupositionierung mit Tiefgang: von der strategischen Markenbasis über Naming und Corporate Design bis hin zur räumlichen Markeninszenierung in der neuen Praxis. WHITEVISION entwickelte dafür eine konsistente Markenwelt, die sich analog, digital und im Raum wiederfindet."

Mut & Offenheit

„Besonders inspirierend bei dem Projekt war der Mut und die Offenheit des Ärzteteams. Vom ersten Markenworkshop an spürte man die Begeisterung für das Thema Marke – und das Vertrauen, auch unkonventionelle Wege zu gehen. Das zeigt sich im mutigen Naming, im modernen Corporate Design und in der liebevollen Detailarbeit aller Maßnahmen. Dass das gesamte Praxisteam die Marke anschließend verstanden und mitgetragen hat, war die logische Folge, und zeigt, wie stark Markenentwicklung wirken kann, wenn sie von innen heraus gelebt wird."

Jens Lichte, WHITEVISION Geschäftsführung/ Beratung Weiße Berufe | Praxis

Hier gibts mehr Bilder zu sehen.

EURUS – DIE FAMILIE

EURUS-S1
Holder



EURUS-S1
Rod

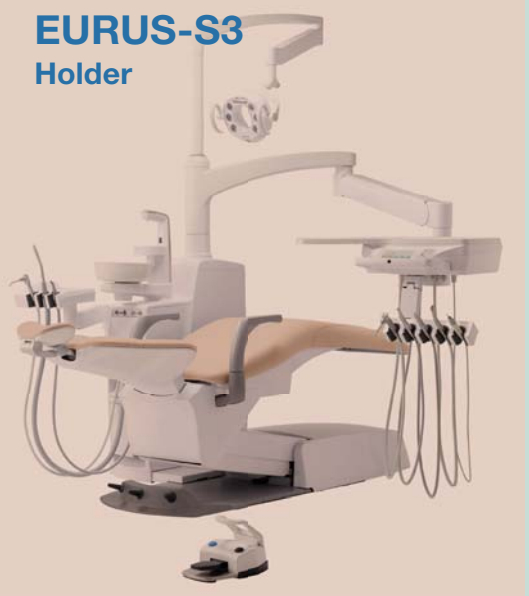


Mehr Infos auf Seite 101

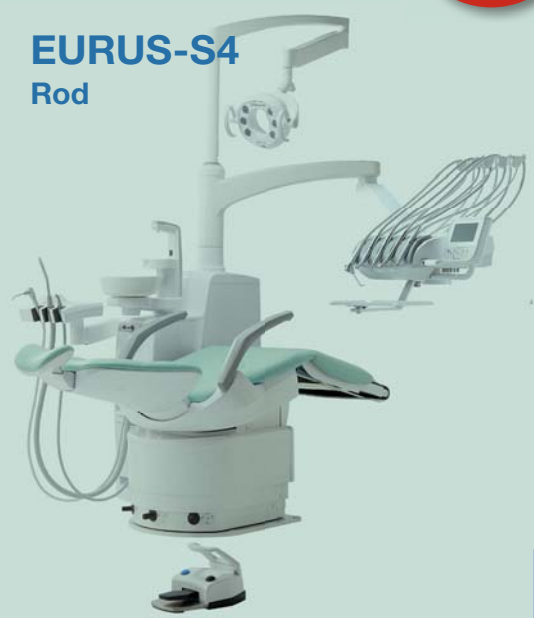
EURUS-S1
Cart



EURUS-S3
Holder



EURUS-S4
Rod



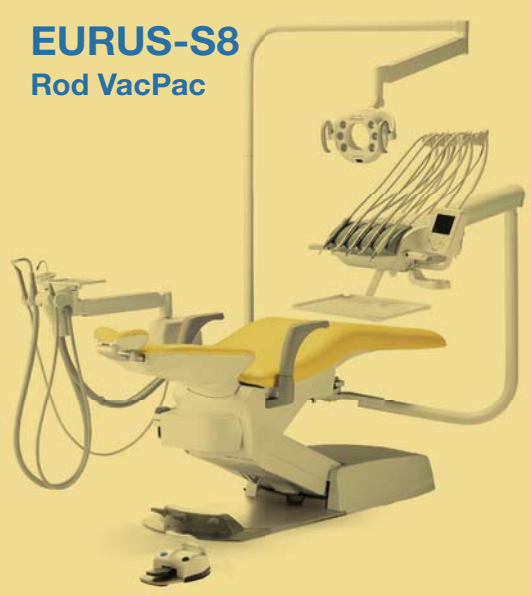
EURUS-S6
Holder



EURUS-S8
Holder



EURUS-S8
Rod VacPac



EURUS-S8
Cart ohne Speifontäne



Partner von:

BVD Bundesverband Dentalhandel

VDDI DentalSolutions. German Manufacturers

Belmont
TAKARA COMPANY EUROPE GMBH

Industriestraße 21 • 61381 Friedrichsdorf
Tel. +49 (0) 6172 1772 800
E-Mail: info@takara-belmont.de
Internet: www.belmontdental.de