

Spezialisiert,
strukturiert,
sichtbar:

Know-how als Marke

Ein Beitrag von
Nadja Alin Jung

Infos zur
Autorin



© m2c – medical concepts & consulting

Manche Entscheidungen reifen jahrelang, bevor sie Gestalt annehmen. Für Dr. Esther Kluk war es der Schritt in die Selbstständigkeit, den sie lange abgewogen hat und schließlich mit Überzeugung gegangen ist. Heute, kaum ein Jahr nach der Neugründung im Frühjahr 2025, steht ihre Praxis IMPLA-VIO DR. ESTHER KLUK UND KOLLEGEN im Berliner Südwesten nicht nur für hoch spezialisierte Implantologie und Oralchirurgie, sondern auch für eine Marke, die von Anfang an strategisch gedacht wurde.



DR. ESTHER KLUK



Mit Erfahrung in die Selbstständigkeit

Wer Dr. Esther Kluk kennenlernt, spürt sofort: Hier spricht jemand, die weiß, was sie tut. Die Fachzahnärztin für Oralchirurgie hat an der Berliner Charité promoviert, einen Master of Science in Oral Implantology an der Goethe-Universität Frankfurt abgeschlossen und über 15 Jahre praktische Erfahrung gesammelt – darunter mehr als 3.000 selbst gesetzte Implantate und besondere Expertise für schwierige Ausgangslagen.

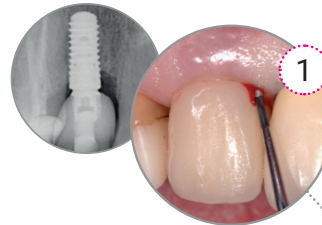
In ihrer vorherigen Anstellung trug Dr. Kluk bereits viel Verantwortung und investierte gezielt in ihre kontinuierliche fachliche Entwicklung. Eine Spezialistin, die genau weiß, welche Art von Praxis sie aufbauen möchte. „Wenn, dann jetzt“, dachte sie mit Anfang 40. Der Plan nahm Gestalt an: eine reine Überweiserpraxis für hochwertige Oralchirurgie mit dem klaren inhaltlichen Schwerpunkt auf Implantologie. Ihr Anspruch: keine Kompromisse bei Qualität, Professionalität oder Außenauftritt.

Berlin-Südwest: Eine Entscheidung mit Herz und Verstand

Die Frage nach dem Standort stellte sich für Dr. Kluk kaum. Aufgewachsen und verwurzelt im Berliner Südwesten, wollte sie ihre Praxis dort eröffnen, wo sie sich auskennt und wohlfühlt. Doch die Entscheidung für die konkrete Immobilie war auch eine strategische: Eine Überweiserpraxis lebt nicht von Laufkundschaft, sondern von Erreichbarkeit und Vernetzung. Der Standort in einem großen Ärztehaus, unmittelbar an der Stadtautobahn A100 und mit direktem Anschluss an die Berliner Ringbahn, erfüllt genau diese Anforderungen. „Die muss es sein“, war ihr erster Gedanke beim Betreten der Räume – hell, großzügig, mit Fensterfronten und dem medizinischen Umfeld eines vielfältigen Ärztehauses.

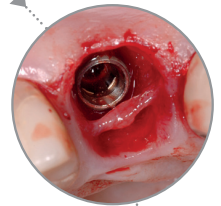
CLEAN & SEAL®

Frühe und wirksame Behandlung von periimplantären Infektionen



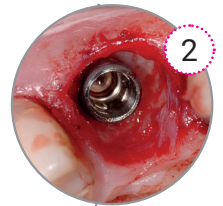
1. CLEAN

Mechanische Reinigung in Kombination mit wirksamem Biofilmentferner PERISOLV®.



2. SEAL

Versiegelung des Defekts und Unterstützung der Wundheilung mit vernetzter Hyaluronsäure xHyA.



VORTEILE

- Beschleunigte Wund- und Gewebeheilung
- Stabilisierung und Schutz des Wundraums
- Erleichterte Entfernung von Biofilm und Granulationsgewebe



Weitere
Infos

IMPLA·VIO: Ein Name mit Substanz

Begleitet wurde die Praxisgründung von Anfang an durch die Marketingagentur m2c – und damit auch die Suche nach dem richtigen Naming. Dr. Kluk wusste auch hier, was sie wollte: Der Fachbezug zur Implantologie sollte klar erkennbar sein. Und der Name sollte nicht nur einfach funktionieren, sondern Potenzial für eine starke Marke bieten.

In einem ausführlichen Briefingprozess wurden Wünsche, Assoziationen und Ziele herausgearbeitet. Das Ergebnis: IMPLA·VIO. „IMPLA“ für das fachliche Herzstück der Praxis. „VIO“ für Lebensqualität, Energie und Wohlbefinden. Zusammen ergibt sich ein Name, der prägnant, klar und markenfähig ist und das ausdrückt, wofür Dr. Kluk täglich steht: hochwertige Versorgung, die das Leben der Patienten verbessert.

Die konsequente Weiterentwicklung des Namens in Logo, Farbwelt und Corporate Identity übernahmen ebenfalls die Marketing-Experten. Der warme Grünton, der sich durch die Geschäftsausstattung, das Interior und den Web-Auftritt zieht, steht für genau jene Werte, die dem Namen eingeschrieben sind: Gesundheit, Vitalität, Vertrauen. Alles greift ineinander, alles erzählt dieselbe Geschichte.

Digitale Visitenkarte und Überweiser-Marketing

Eine Praxis, die sich auf Zuweiser stützt, braucht keine „Schaufensterwerbung“. Aber sie braucht einen überzeugenden Auftritt, der Vertrauen schafft, noch bevor der erste persönliche Kontakt stattfindet. Die Website implavio.de erfüllt genau diese Funktion: klar strukturiert, professionell gestaltet, auf die Zielgruppe zugeschnitten. Seit Kurzem ist auch eine englische Version verfügbar. Denn Berlin ist eine internationale Stadt, und der Anteil internationaler Patienten wächst stetig.

Überweiser-Marketing bedeutet für IMPLA·VIO jedoch mehr als digitale Sichtbarkeit. Es geht um persönliche Beziehungen: Überweiser werden in die Therapieplanung eingebunden, die Kommunikation ist transparent und verlässlich und Patienten kehren gut versorgt und zufrieden zu ihren Hauszahnärzten zurück. Diese gelebte Partnerschaft ist der eigentliche Motor für Empfehlungen. Spezielle Überweiser-Materialien unterstützen die Ansprache auf der analogen Ebene.

Ein Team, das trägt

Kaum war die Praxis eröffnet, zeigte sich, dass das Konzept aufging – und zwar schneller als erwartet. Dr. Moritz Wittner, Fachzahnarzt für Oralchirurgie, kam bereits im Sommer 2025 als Kollege hinzu. Das war früher als geplant, doch bei mehreren Hospitationstagen überzeugte er und wurde bald zum festen Bestandteil des Teams. Mit seiner Expertise deckt er nicht nur das breite Spektrum der allgemeinen Oralchirurgie ab, sondern bietet zugleich ebenfalls spezialisierte im-

impla·vio

DR ESTHER KLUK UND KOLLEGEN

IMPLAVIO.DE

Bei IMPLA·VIO dürfen Sie sich stets in besten Händen wissen – ganz gleich, ob Sie für den Einsatz eines Zahnimplantats, für Parodontalchirurgie, eine Wurzelspitzenresektion oder eine Zahnentfernung in unsere Praxis kommen. Unser Ziel ist es, Ihnen oralchirurgische Eingriffe zu bieten, die höchste Ansprüche erfüllen und immer auf Ihre individuellen Behandlungsbedürfnisse abgestimmt sind.

Das kann Profi-Praxismarketing

Naming schafft Identität: Ein durchdachter Praxisname ist mehr als ein Etikett. Er definiert, wie die Praxis wahrgenommen wird, und bildet die Grundlage für alle weiteren Kommunikationsmaßnahmen.

Corporate Identity als roter Faden: Ein stimmiges Zusammenspiel aus Logo, Farbwelt und Materialien schafft Wiedererkennungswert bei Patienten und Überweisern.

Digitale Präsenz öffnet Türen: Eine professionelle Website macht Fachkompetenz sichtbar, noch bevor der erste Kontakt stattfindet – entscheidend nicht nur für eine Überweispraxis.

Nachhaltiges Überweiser-Marketing: Visitenkarten und Onlineauftritt sind ein wichtiger Anfang. Was Zuweiser langfristig bindet, sind verlässliche Kommunikation, transparente Zusammenarbeit und glückliche Patienten.

Marketing spiegelt Qualität: Wer fachlich höchste Maßstäbe setzt, verdient einen Außenauftritt, der das sichtbar macht. Für Patienten, Kollegen und die eigene Praxiskultur.



© m2c – medical concepts & consulting

plantologische Behandlungen an. IMPLA-VIO ist somit optimal aufgestellt, um alle Patienten auf höchstem Niveau behandeln zu können.

Eine besondere Rolle im Praxisalltag spielt Praxismanagerin Agnes Johansson, die von Beginn an entscheidendes organisatorisches Know-how eingebracht hat und das Team mit großem Engagement unterstützt. Rund zehn Personen sind heute bei IMPLA-VIO tätig: ein stabiles, motiviertes Team, das nach innen wie nach außen funktioniert. „Ich fühle mich so, als würde die Praxis schon jahrelang existieren“, sagt Dr. Kluk und meint das als Kompliment an alle, die täglich ihr Herzblut in die Praxis stecken.

Marketing als sichtbarer Ausdruck von Qualität

Was IMPLA-VIO zeigt: Wer medizinisch erstklassig arbeitet, verdient einen Außenauftritt, der das widerspiegelt. Naming, Corporate Identity, Website und Überweiser-Marketing sind keine Extras. Sie sind der Ausdruck einer Haltung. „Ich liebe meinen Job wirklich, und das soll sich nicht nur in der Behandlung, sondern auch im Auftritt zeigen“, sagt Dr. Kluk. Die Praxis weiter wachsen lassen und dabei die Behandlungsqualität auf gleichbleibend exzellentem Niveau halten – das sind die Ziele, die sie sich für die Zukunft setzt. Ein Anspruch, den sie täglich lebt und dem ihre Praxismarke in jeder Hinsicht gerecht wird.