

Nadja Alin Jung

(Brandt)neue Selbstständigkeit in Bad Vilbel

PRAXISGRÜNDUNG Moderne Zahnmedizin in historischem Sandsteingebäude – dies bietet die Bad Vilbeler Praxis von Dr. Jan Brandt seit Januar 2018. Nach Übernahme führt er die seit 1961 am jetzigen Standort befindliche Praxishistorie fort und nutzt Standortbesonderheiten in allen Aspekten des Praxismarketings.

Nach der Corporate Identity wurde im nächsten Schritt die Geschäftsausstattung entwickelt.



Eigentlich wollte Dr. Jan Brandt Profitenisspieler werden. Fast zehn Jahre lang war er aktiver Spieler in der Bundesliga und in der großen Tenniswelt zu Hause. Doch eine schwere Verletzung leitete den beruflichen Werdegang in andere Bahnen und brachte ihn schlussendlich zum Zahnmedizinstudium.

Zuletzt in leitender Position als Oberarzt an der Poliklinik für Zahnärztliche Prothetik am ZZMK Carolinum Frankfurt am Main tätig, stand für Dr. Jan Brandt nach gut zehn Jahren des Angestelltenverhältnisses fest, dass es perspektivisch die Selbstständigkeit werden sollte. Die geeignete Praxis zur Übernahme fand er in Bad Vilbel.

Gemeinsam mit dem Praxisabgeber wurde diese strategisch geplant und die Patienten bestmöglich darauf vorbereitet. Neben transparenten Kommunikationsprozessen ermöglichte auch der Behandlungsstart von Dr. Jan Brandt parallel zum Abgeber ab September 2017 eine Sensibilisierung für die neuen Strukturen – ein entspanntes Kennenlernen mit Patienten und Team war durch diese Interimsphase möglich.

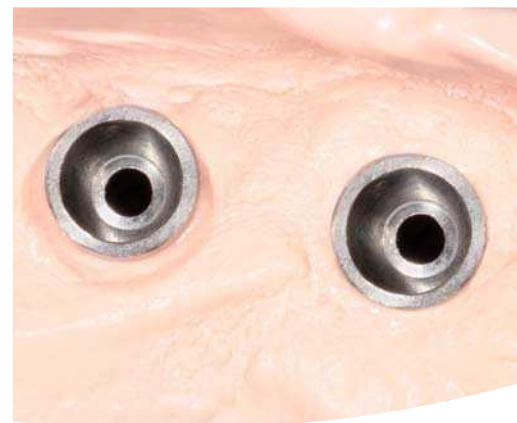
Auch ein praxiseigenes Dentallabor ist im Gebäude ansässig – die ideale Ausgangsposition für eine hochqualitative Zahnmedizin samt Qualitätszahnersatz, auf die der Prothetikspezialist großen Wert legt.

Aktuell haben diverse Umbau- sowie Renovierungsarbeiten begonnen, diese werden voraussichtlich im Spätsommer abgeschlossen sein.

Wie die Praxis zu ihrem Namen kam

Seit Januar 2018 ist Dr. Jan Brandt nebst Team unter dem Namen „B₂V DR BRANDT + KOLLEGEN BAD VILBEL ZAHNMEDIZIN“ für seine Patienten da. Überregional bekannt ist Bad Vilbel für seine Mineral- und Heilquellen. Abgeleitet von der chemischen Formel des Wassers (H₂O) ergab sich daraus der Praxisname „B₂V“ – regionale Besonderheiten, die in das Corporate Branding integriert wurden. Neben dem Fantasienamen war es Dr. Brandt wichtig, auch den eigenen Namen im Branding aufzugreifen – so entstand der Zusatz in der Corporate Identity „DR BRANDT + KOLLEGEN“. Grundsätzlich ist es immer empfehlenswert, persönliche Komponenten aufzugreifen – dies schafft Identität und persönliche Note. Darüber hinaus wurde der Claim „Zahnmedizin ist unser Element“ entwickelt, um für die Patienten direkt bei der ersten Assoziation die Verbindung zwischen der Praxis, Bad Vilbel sowie den Mineral- und Heilquellen herzustellen.

Um dies alles zu einer Wort-Bild-Marke werden zu lassen, kam im nächsten Schritt der Farbgebung eine entscheidende Rolle zu. Dr. Jan Brandt entschied sich für neutrale Farben, die zum einen Zeitlosigkeit ausstrahlen und zum anderen die Möglichkeit der Weiterentwicklung offenlassen. Ein Dachmarkenkonzept mit spezifischen Unterkategorien – für beispielsweise die Problematik mit dem praxiseigenen Labor – ist so perspektivisch denkbar.



hydrorise implant

Hoch standfestes A-Silikon: einen Schritt vorwärts in der Welt der Implantat-Abdrucknahme. Ideal für präzise Anwendungen in der Implantologie.

Hydrorise Implant bietet Ihnen die optimale Standfestigkeit und Detailwiedergabe. Es ist in den praktischen 5:1 Kartuschen erhältlich und kann mit der Monophasen- (Medium Body) sowie Doppelmischtechnik (Heavy und Light Body) angewendet werden.

- Exakt, dank hoher Standfestigkeit und Konsistenz
- Sicher, da biokompatibel und röntgenopak
- Zuverlässig, durch einfache Anwendung und lange Verarbeitungszeit
- Genau, dank hoher Dimensionsstabilität und Scannbarkeit
- Komfortabel, einfache Entnahme und Minzaroma

Hydrorise Implant, einfach genau

www.zhermack.de

5:1 KARTUSCHE
kompatibel mit allen handelsüblichen Anmischgeräten



Zhermack 
Dental



BRANDT NEU IN BAD VILBEL – auch Außenwerbung kann je nach lokalen Gegebenheiten ein wichtiges Marketingtool bei Praxiseröffnung sein.

Wasser als wichtiges Key-Element

Nachhaltiges Handeln ist Dr. Brandt sehr wichtig. Durch den lokalen Bezug von Bad Vilbel zum Thema Wasser lag es daher nahe, Wasser auch aus kritischer Perspektive zu betrachten, denn sauberes Trinkwasser ist nicht überall auf der Welt eine Selbstverständlichkeit.

Der Existenzgründer wurde auf die Initiative „Viva con Agua de St. Pauli e.V.“ aufmerksam, die sich als gemeinnütziger Verein für eine bessere Trinkwasserversorgung in Entwicklungsländern wie Nicaragua, Kambodscha und Madagaskar einsetzt. Für Dr. Brandt war sofort klar, dass er dieses Projekt langfristig unterstützen möchte, sodass die Möglichkeit der Altgoldspende für „Viva con Agua“ eingerichtet wurde.

EXKURS

Unter **Corporate Identity (CI)** versteht sich das äußere Erscheinungsbild, welches bestimmte gestalterische oder beschreibende Elemente enthält. Das Ziel der CI ist dabei ganz klar: Die Besonderheiten der eigenen Praxis herausstellen, Interesse wecken sowie die eindeutige Abgrenzung zu Marktbegleitern schaffen. Bei dem Entstehungsprozess einer Corporate Identity sollte Wert auf Individualität sowie Wiedererkennung gelegt werden – farblich, gestalterisch sowie typografisch – um bei den Patienten Vertrauen sowie Sympathie entstehen zu lassen. Logo, Farb- und Schriftkonzept sowie Bildästhetik sind dabei entscheidend für ein optimales Corporate Design bzw. ganzheitliches Corporate Branding.

Patienten werden umfassend darüber aufgeklärt und entscheiden selbst, ob sie sich unterstützend beteiligen möchten. Diese Resonanz ist bisher ausschließlich positiv, der Großteil der Patienten beteiligt sich begeistert an der Aktion – besser kann man Image, Praxismarketing und das Gemeinwohl wohl kaum miteinander verbinden. Die Initiative „Viva con Agua“ hat zudem ein eigenes Mineralwasser auf den Markt gebracht, was den Patienten ergänzend dazu im Wartebereich der Praxis angeboten wird.

Marketingmaßnahmen bei Existenzgründung

Nach dem die Corporate Identity erstellt und die Designlinie entwickelt wurden, erfolgte schon vor der Übernahme die Liveschaltung eines Onepagers (reduzierte Internetpräsenz). Dies ermöglichte es mit Blick auf die Wettbewerbssituation vom ersten Moment an, auch online Informationen zu Dr. Jan Brandt sowie den erweiterten Praxisleistungen zu finden und des Weiteren bereits eine Google-Indexierung für die spätere richtige Website zu erhalten. Diese wird bei Dr. Brandt erst nach dem Abschluss aller Praxisumbau- und Renovierungsarbeiten erstellt; aus diesem Grund wurde der Inhalt des Onepagers bewusst umfangreicher gewählt, um die Interimsphase von circa einem Dreivierteljahr bis zum Livegang der richtigen Website zu überbrücken. Im Hintergrund laufen aktuell schon eine Vielzahl an Programmierarbeiten

für die richtige Website sowie die vorbereitende Planung für das Praxisfotoshooting. Empfehlenswert ist es, diese Prozesse immer rechtzeitig anzustoßen.

Neben der Geschäftsausstattung wurde ein Imagebooklet erstellt, das die Aktivitäten der Initiative „Viva con Agua“ sowie die neue Praxisphilosophie in den Mittelpunkt rückt. Für Dr. Brandt war es wichtig, weniger über Leistungen zu informieren, als vielmehr über Werte zu sprechen. Dies ist mit dem Booklet gelungen. Ergänzend zur Auslage in der Praxis nutzen viele Patienten die Möglichkeit, das hochwertig gedruckte Heft mit nach Hause nehmen zu können und mehr über den neuen Praxisinhaber zu erfahren.

Das grundsätzliche Marketingkonzept von Dr. Brandt zeichnet sich vor allem dadurch aus, systematisch aufeinander aufbauende Aktivitäten zu forcieren und nicht direkt zu Beginn das ganze Marketing-„Pulver“ zu verschießen. Erst einmal ankommen, die Patientenzielgruppe, die Praxis und den Standort kennenlernen, die Reaktionen beobachten und daraus Erkenntnisse für alle weiteren Marketingaktivitäten gewinnen – eine absolut geeignete Strategie für den nachhaltigen Marketing Erfolg.

Ausblick auf das weitere Praxismarketing

In Kürze wird mit der Texterstellung für die richtige Praxiswebsite begonnen. Neben dem Transport von Image und der besonderen Story ist es wichtig,



Um eine erste Webpräsenz zu erhalten, entschied sich Dr. Brandt für einen Onepager. Die richtige Website folgt nach Abschluss aller Umbauarbeiten.

auch alle Aspekte des Google-Marketings zu berücksichtigen. Nach erfolgreichem Umbau wird dann das professionelle Praxisfotoshooting stattfinden und in das Thema Bildsprache hineingearbeitet – ein Mehrwert, der für Dr. Jan Brandt ganz klar auf der Hand liegt. Denn der beste Weg zu emotionaler Patientenansprache ist immer professionelles Bildmaterial. Dafür sollte in jedem Fall ein ganzer Tag geblockt werden, um nicht in Stress und Hektik zu verfallen. Wichtig ist es, nicht nur sich selbst und das Team einzubeziehen, sondern geeignete Statisten zu finden. Entscheidend ist außerdem ein klarer Ablaufplan, der genau aufzeigt, welche Motive erstellt werden sollen und später für die unterschiedlichen Marketingmaterialien Verwendung finden. Dies erfordert eine gewisse Vorarbeit sowie eine gute Strukturierung des gesamten Tages. Geplant ist außerdem ein Tag der offenen Tür – zu guter Besucherstärke wird hierbei insbesondere auch die zentrale Lage direkt an der Haupteinkaufsstraße beitragen. Mit dieser besonderen Lage geht zudem die Ansiedelung

einer Vielzahl von Ladengeschäften einher. Hier sind perspektivisch gegenseitige Netzwerkaktivitäten angedacht.

INFORMATION

B₂V DR BRANDT + KOLLEGEN BAD VILBEL ZAHNMEDIZIN

Frankfurter Straße 110
61118 Bad Vilbel
Tel.: 06101 85709
praxis@b2v.zahnmedizin.de
www.b2v-zahnmedizin.de

m2c | medical concepts & consulting

Mainzer Landstraße 164
60327 Frankfurt am Main
Tel.: 069 46093720
info@m-2c.de
www.m-2c.de



Infos zur Autorin

EXKURS

Beim **Praxisshooting** geht es darum, die Praxisleistungen durch Bildsprache zu transportieren, also durch Menschen. Dabei werden Beratungsgespräche und Behandlungssituationen simuliert, die es dem Leser später ermöglichen, sich in diese Situation hineinzusetzen – und authentische Bilder zu schaffen. Vermieden werden sollten abschreckende Bilder, Bilder mit Fokus auf das Instrumentarium sowie leere Raumsituationen.



FACH DENTAL LEIPZIG

28.–29.09.2018
LEIPZIGER MESSE

FACH DENTAL SÜDWEST

id info**tage**
dental

12.–13.10.2018
MESSE STUTTGART

Innovationen, Fortbildung, Beratung:

Die wichtigsten Dental-Fachmessen in Südwest- sowie Mittel- und Ostdeutschland decken alle Themen ab, die Ihre Branche bewegen.

Informieren Sie sich schnell und kompakt über:

- Prophylaxe
- Hygiene
- Praxisführung
- und vieles mehr

Mehr Informationen unter:
www.fachdental-suedwest.de
www.fachdental-leipzig.de