

ZM BY EW



Von Kick-off-Workshop bis Praxislogo

Ein Beitrag von Marlene Hartinger

PRAXISAUFTRITT /// Bei einer Praxisübernahme oder Neugründung gilt es, aus der Summe einer langen To-do-Liste am Ende ein durchdachtes Ganzes zu erschaffen, das nach außen hin zeigt, wie die Praxis tickt und was sie kann, und nach innen hin sinnstiftend wirkt, sodass sich auch das Team mit der Praxis identifizieren kann. Um dieses Ergebnis auch bei einem Low-Budget-Ansatz zu erreichen, braucht es Profis, die dort übernehmen, wo die Kompetenzen des Behandlers auslaufen. In der engen Zusammenarbeit mit Gründungsspezialisten bekommt die eigene Vision einen Realitäts-Check und wird zugleich zu ihrer bestmöglichen Version, off- und online. Zahnärztin Elena Waldheim arbeitete für das Praxismarketing bei ihrer Praxisübernahme mit dem Team der Agentur WHITEVISION zusammen. Dabei entstand ein kleiner, aber feiner, moderner und authentischer Praxisauftritt, der auch weiterhin von der Agentur betreut wird.





Zahnärztin Elena Waldheim eröffnete 2019 ihre Familienpraxis in Hessisch Lichtenau. Die Praxis bietet patientenorientierte Lösungen in den Bereichen Prophylaxe und Prävention, Zahnerhalt, Implantologie und Zahnersatz.

„Den Kick-off-Workshop kann ich jedem Kollegen, der sich niederlassen möchte, nur empfehlen.“

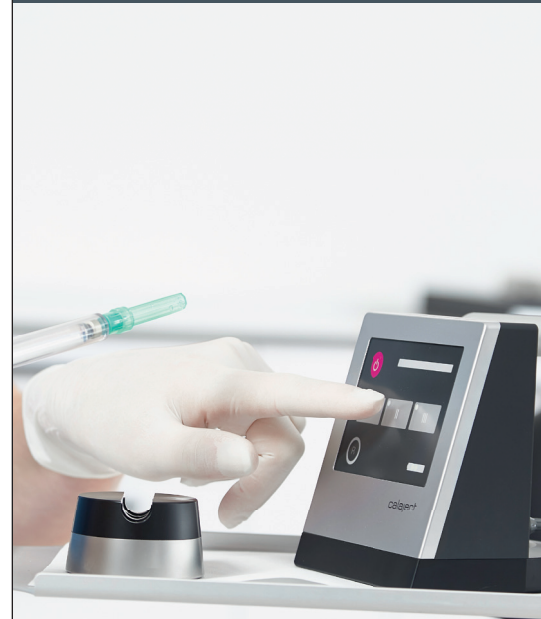
Frau Waldheim, Sie haben für Ihre Praxispositionierung mit der Agentur WHITEVISION zusammengearbeitet. Welche Bedarfe und konkreten Ziele hatten Sie dabei zu Beginn im Blick?

Neben den baulichen Veränderungen der Praxis, die ich gleich nach der Übernahme initiierte, brauchte ich ein Corporate Design, angefangen von einem neuen Praxisnamen über die Patientenkommunikation bis hin zum Webauftritt. Ich wollte eine Umsetzung, die mir entsprach und Patienten zeigt, wer ich bin, was ich mag, was ich kann. Es sollten meine Werte in Bezug auf die Berufsausübung als Zahnärztin deutlich werden. Neben den Grundinformationen zur Praxis wollte ich über meine Webseite ein einladendes Gefühl vermitteln und Patienten eine unkomplizierte Kontaktaufnahme ermöglichen. Zahnmedizin bereitet mir Freude – diese Freude sollte spürbar sein, noch bevor Patienten in die Praxis kommen. Im ersten Gespräch mit Rabea Hahn von WHITEVISION waren wir uns daher auch gleich einig, „bloß keinen Zahn im Logo“ einzubauen. Das wäre zu simpel gewesen und hätte nicht mit meiner Idee der Eigendarstellung funktioniert.

Wie gestaltete sich dann die Zusammenarbeit mit der Agentur?

Gestartet sind wir mit einem Kick-off-Workshop in der Agentur, den ich jedem Kollegen, der sich niederlassen möchte, nur empfehlen kann. Hierbei gilt es herauszufinden, was die eigene Marke ausmachen soll: vom zahnmedizinischen Konzept, der Positionierung, der gewünschten Zielgruppe, den Praxiswerten und auch den ästhetischen und gestalterischen Aspekten, wie z.B. der gesamten Tonalität des Außenauftritts. Diese Überlegungen haben noch nichts mit dem finalen Corporate Design zu tun, sie dienen vielmehr der Findung und Entwicklung des eigenen Konzeptes. Anhand des Workshops sortieren sich die Ansätze bzw. beginnt man überhaupt erst, eine erste Vision – in Farbe – zu denken. Der Workshop hat mich in vielerlei Hinsicht inspiriert und auch neugierig auf die Umsetzung werden lassen. Die daraus resultierenden ersten Branding-Entwürfe trafen dann gleich ins Schwarze – alle besprochenen Aspekte wurden integriert. Und auch Alternativen zu meiner Vorstellung machten Sinn. Ich wünschte mir zum Beispiel bei der Farbwahl von Anfang an Neonaspekte; als Rabea und ihr Team mir dann ihre alternativen Farbvorschläge präsentierten, war ich wiederum erstaunt, wie gut, ja besser die neuen Farben zu meiner Idee passten. Und jetzt, mehr als zwei Jahre nach Beginn unserer Zusammenarbeit, haben Rabea und ich noch viel vor – Projekte, die wir gemeinsam umsetzen werden.

für schmerzfreie Injektionen



CALAJECT™ hilft schmerzfrei zu injizieren. Das Geheimnis ist ein intelligentes und sanftes Verabreichen von Lokalanästhetika. Sogar palatinale Injektionen können so ausgeführt werden, dass der Patient keinen Schmerz spürt.

- Das Handstück verbessert die Taktilität und sorgt dafür, dass Sie in einer entspannten und ergonomischen Haltung arbeiten können.
- Drei Injektionseinstellungen für die Infiltrations-, Leitungs- und intraligamentäre Anästhesie.
- Einfach und Kostengünstig in der Anwendung - keine Mehrkosten für zusätzliche Einweg-Verbrauchsmaterialien.



reddot award 2014
winner

RØNVIG Dental Mfg. A/S

Gl. Vejlevej 59 • DK-8721 Daugaard • Kurt Goldstein
Tel.: 0 171 7717937 • email: kurtgoldstein@me.com



Rabea Hahn ist geschäftsführende Gesellschafterin bei WHITEVISION und für die Bereiche Strategie und Akademie zuständig.

WHITEVISION ist eine Markenagentur für Praxen, Apotheken, Kliniken und Healthcare-Unternehmen. Die Agentur berät, begleitet und realisiert individuelle Markenauftritte – als Start, als Relaunch oder auch nur in Teilprojekten. Weitere Infos auf www.whitevision.de



„Elenas offene, herzliche und humorvolle Art wollten wir zeigen.“

Frau Hahn, Sie haben die Zahnärztin Elena Waldheim bei der Erarbeitung und Umsetzung ihrer Praxispositionierung kreativ begleitet. Wie kam es dazu?

Elena und ich haben uns in Sankt Peter-Ording bei einer dentalen Start-up-Veranstaltung kennengelernt und waren uns gleich sympathisch. Nach dem ersten Gespräch zum Projekt und einer Grobkostenkalkulation starteten wir die Zusammenarbeit wie immer mit unserem Kick-off-Workshop. Auf der Basis dieses ausführlichen Positionierungsworkshops erfolgte dann eine detaillierte Maßnahmenplanung, Budget-Kalkulation und das Erstellen der Timings! Jeden Aspekt, den wir gemeinsam entwickelten – vom Corporate Design bis zu Leitsystem und Website-Onepager –, wurde wertig und nachhaltig entworfen und umgesetzt. Klein, aber fein, mit viel Potenzial für Erweiterungen. Es ging erstmal um die „musts“ und die grundsätzliche Ausrichtung, und erst danach um mögliche „nice to haves“, Elemente, die sich stetig ergänzen lassen.

Wie wollten Sie Frau Waldheim nach außen hin darstellen?

Das Markenbild von Elena zeichnet sich durch eine klare Sprache, ein geradliniges Design und eine Portion Humor aus. Als Zahnärztin ist Elena die Hauptmarkenbotschafterin und sollte in der Außendarstellung auch das Gesicht ihrer Praxis sein. Sie ist vom Typ her sehr offen und herzlich – dies wollten wir auch im Branding zeigen. Deswegen haben wir eine schlichte Grundlinie und Schrift, dazu aber frisches und ungewöhnliches Farbkonzept eingesetzt, das sowohl im Print als auch in der Praxis immer wieder seinen Auftritt hat – wie ein freundliches Augenzwinkern oder eine kleine Abweichung von der Norm. Formulierungen sind bewusst so gewählt, dass sie Patienten ab und an zum Schmunzeln bringen und dabei die sympathische Art von Elena vermitteln.

Gab es eine besondere Herausforderung in der Betreuung der Praxis?

Die Herausforderung lag darin, aus einer Alterspraxis das Bestmögliche herauszuholen – und zwar mit kleinem Budget. Wir wollten im kleinen Rahmen einen großen Effekt erzielen, mit dem Plan, dann nach und nach immer weiter zu optimieren. Elena ist jetzt mittlerweile über zwei Jahre selbstständig und wir haben im Laufe dieser Zeit das ein oder andere Detail und Gimmick hinzugefügt. So wird das Brand ZAHNMEDIZIN by Elena Waldheim vervollständigt und bleibt gleichzeitig immer up to date.

Was man bei der Markenerarbeitung mit einer Agentur beachten sollte:

- Neun bis zwölf Monate vor dem geplanten Eröffnungstermin darf es losgehen. Je früher das Projekt platziert wird, um so entspannter läuft der ganze Prozess.
- Teil 1 des Budgets: für das einmalige Marken-Set-up einkalkulieren
- Teil 2 des Budgets: für laufende Werbekosten berücksichtigen
- Jährliches Marketing-Budget definieren und in die Planung einrechnen
- Workflows und Angebote verschiedener Agenturen vergleichen: Wie wird gearbeitet, was ist im Preis enthalten, was kommt noch on top dazu?

Patent ➤

Nachhaltig gesund mit Zahnimplantaten? Kein Problem.

Das Patent™ Implantatsystem

Längst ist bekannt, dass viele chronische Erkrankungen ihren Ursprung in der Mundhöhle haben. Dank seines **biomimetischen Designs** lässt sich um das Patent™ Implantat eine feste Weichgewebsanhaftung beobachten. Durch diesen **Soft Tissue Seal** wird dem Eindringen von pathogenen Bakterien ins Körperinnere vorgebeugt und das Risiko periimplantärer sowie systemischer Komplikationen reduziert.

Voraussetzung für eine nachhaltige Allgemeingesundheit.



Erfahren Sie mehr über den nachweislichen Langzeiterfolg des Patent™ Implantatsystems: www.mypatent.com