

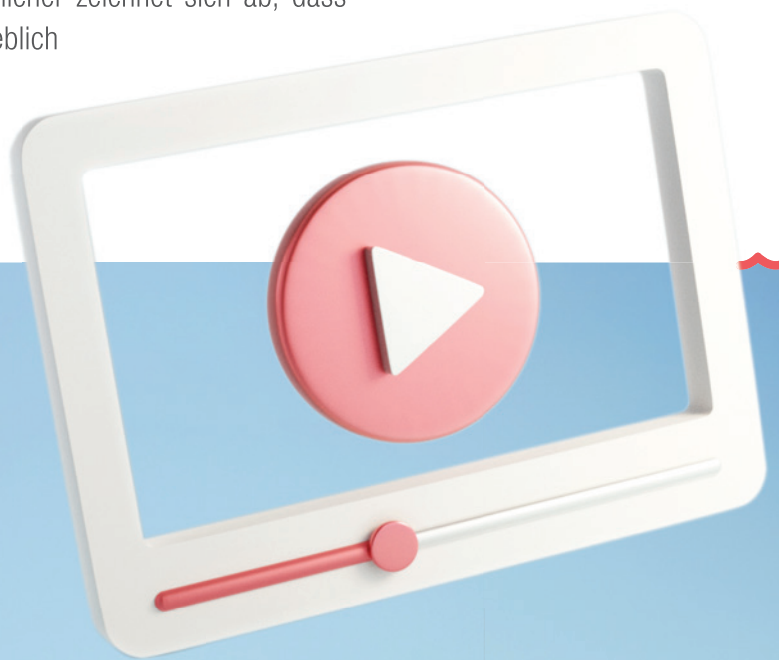
Mit gekonntem **Video-Storytelling** aus der Masse hervorstechen

Ein Beitrag von Nadja Alin Jung

Infos zur Autorin



PRAXISMARKETING /// Zählte vor einiger Zeit hauptsächlich die Expertise eines Zahnarztes, hat sich das heute geändert. Kompetenz allein reicht nicht mehr aus, um zu überzeugen und Neupatienten zu gewinnen. Immer deutlicher zeichnet sich ab, dass eine gute Aufstellung im World Wide Web maßgeblich daran beteiligt ist, wer seinen Weg in die Zahnarztpraxis findet – denn wie beim Buchen eines Hotels, verlassen sich auch bei der Arztsuche viele auf Bewertungen und Empfehlungen anderer sowie auf eine professionell gestaltete Praxiswebsite. Wie wichtig es gerade an Standorten mit hoher Wettbewerbsrate ist, sich von der Masse abzuheben und etwas ganz Besonderes zu kreieren, war auch der Kinderzahnarztpraxis Zahnpiraten in Hamburg klar, als sie den Neustart für die Praxiswebsite wagten.



Angelique Otto, die Praxisleiterin der Zahnpiraten, erinnert sich noch genau an den Aufbau der neuen Praxishomepage. „Wir haben uns gesagt, dass man durch Worte und Bilder auf einer Website nie die Herzlichkeit und Empathie der Praxis abbilden kann. Deshalb wollten wir nicht einfach nur Porträtfotos des Teams, sondern unsere Crew in Aktion darstellen, um die ganze Herzlichkeit zu transportieren und auch Patienten anzusprechen, die nur gucken und nicht lange Texte lesen möchten“, erklärt Angelique Otto. Schnell war die Idee geboren, zusammen mit ihrer Agentur, die sich um den Aufbau der neuen Website kümmerte, ein Video zu drehen, das die Homepage besonders machen sollte.



Ein gutes Storyboard ist alles

Doch bevor es mit dem Dreh des Videos losgehen konnte, musste erst einmal die passende Story her. Hier wurden den Zahnpiraten drei Konzepte vorgestellt:

1. Das Zahnärzte-/Team- oder Patienteninterview
2. Das Imagevideo mit Drehort Praxis
3. Eine völlig anders gestaltete Geschichte, gedreht an einem Ort außerhalb der Praxis, um Dynamik zu transportieren.

Aufgrund des Namings Zahnpiraten legte man sich schnell auf die dritte Option fest und entwickelte eine Story rund um und unterstreichend zum Praxisnamen. Gedanken, die auch bei der Namensfindung eine wichtige Rolle spielten, wurden auch jetzt wieder einbezogen. Naming und Video sollten Mädchen und Jungen gleichermaßen ansprechen und die Nähe zum Hamburger Hafen aufgreifen. So fiel die Wahl auf eine Piratenstory, bei der die Kids ganz im Mittelpunkt des Geschehens stehen. Verpackt in ein Entern des Schiffs der Zahnpiraten-Crew, über eine Schatzsuche anhand einer von den Kindern erbeuteten Schatzkarte bis hin zum gemeinsamen Feiern mit der Schiffsbesatzung nach dem Schatzfund war das Storyboard gut durchdacht und die Abläufe darin vorab bereits festgelegt.



„Ich würde mich immer wieder für ein solches Video entscheiden und es auch weiterempfehlen ...“

Angelique Otto

◀ **Maritimes Flair mit weiblicher Crew** (v.l. n. r.): Inga Becker, Mareike Mollidor, Clara Gappa, Johanna Klinger, Marie-Luisa de Jonquieres, Dr. Anna Tyss und Helena Zöllner



3M™ Imprint™ 4 Vinyl Polysiloxan Abformmaterial

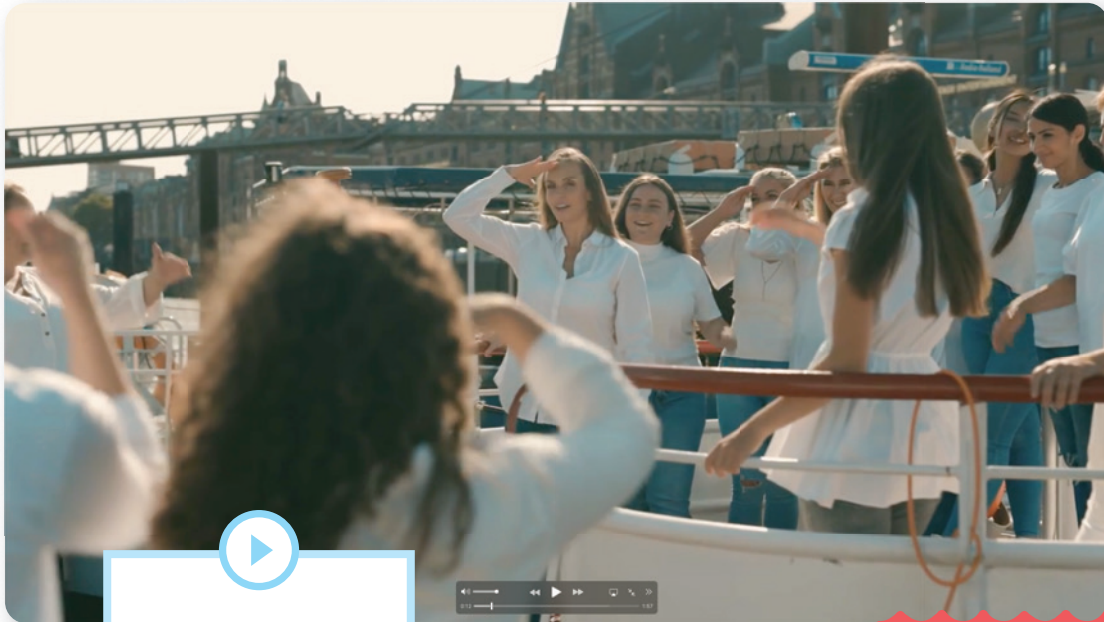
**Selbsterwärmend
und super schnell.**



Von der Theorie in die Praxis

Vom Papier brachte man das Konzept beim Dreh schließlich in die Praxis. Komparsen und Statisten waren bereits organisiert – viele Kinder stammten aus den eigenen Reihen, wieder andere wirkten schon bei der ersten Homepage mit und waren Patienten der Zahnpiraten. Auch diverse Genehmigungen wie beispielsweise die Drehgenehmigung oder die Bildrechte unterzeichnet von den Sorgeberechtigten der Kinder waren eingeholt, sodass dem Dreh nichts mehr im Wege stand.

Die Essenspakete für die Mitwirkenden waren ebenfalls schon gepackt, das Wetter spielte mit und die Statisten starteten gut gelaunt in diesen rund zehnstündigen Drehtag. Dieser war, wie Angelique Otto sich erinnert, zwar lang und auch etwas anstrengend, aber für alle ebenso ein tolles Event. Besonders für die Mitarbeiter der



Ahoi, ihr Landmäuse!
Hoch die
Augenklappen und
hergeschaut:

Hier geht's zum
Video.



▲ Zeigen und fühlen lassen:

Kinder werden am Besten für eine Behandlung vorbereitet, indem man sie „mitmachen“ lässt und so eventuelle Ängste abbaut.



Zahnpiraten war der Drehtag nicht nur mit Arbeit und dem Ziel einer neuen besonderen Homepage verbunden, sondern gleichzeitig auch eine tolle Teambuilding-Maßnahme. „Wir hatten viel Zeit, uns auszutauschen, haben dabei noch eine Hafensrundfahrt gemacht und das war für alle eine schöne Erfahrung“, so Angelique Otto. Auch die Kinder hätten super mitgemacht und viel Freude an dem Dreh gehabt – für alle ein gelungener Tag.

Und das Ergebnis?

Nicht nur auf dem Papier scheint das Konzept mit dem Imagevideo der Zahnpiraten voll aufgegangen zu sein. Die harte Arbeit habe sich laut Angelique Otto mehr als gelohnt, jeder, dem sie das Video und die neue Homepage zeige, sei begeistert vom Ergebnis. Besonders das Storyboard und die Hintergrundmusik kommen gut an. Auch der Zulauf an Neupatienten konnte so gesteigert werden, ebenso wie die Anzahl an online gebuchten Praxisterminen über die Homepage. Und nicht nur das, auch Angelique Otto ist hellauf begeistert. „Ich würde mich immer wieder für ein solches Video entscheiden und es auch weiterempfehlen. Ich schaue es mir immer noch sehr gerne an, finde es total schön und bekomme Gänsehaut“, verrät die Praxisleiterin der Zahnpiraten begeistert.

INFORMATION ///

m2c – medical concepts & consulting
Nadja Alin Jung
Tel.: +49 69 46093720
info@m2c.design • www.m2c.design



PLANMECA COMPACT™ i5

WEGWEISEND RICHTUNG ZUKUNFT

- Ergonomisches Arbeiten durch individuelle Einstellbarkeit
- Langfristig investieren durch zeitloses Design und hochwertige Verarbeitung
- Technische Fernwartungsmöglichkeit durch Vernetzung mit der Praxismanagementssoftware
- Entspanntere Patienten durch Ultra-Relax-Polster - eines der weltweit weichsten Polster



PLANMECA ist in Deutschland erhältlich bei: **Nordwest Dental GmbH & Co. KG**
Schuckertstraße 21, 48153 Münster, Tel.: 0251/7607-550, Freefax: 0800/78015-17, Einrichtung@nwd.de, nwd.de/Planmeca

CE 0598 MD Planmeca Compact i5

[f](#) [@](#) [t](#) [in](#) [v](#) [www.planmeca.de](#)

PLANMECA