

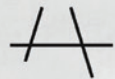
Land

Praxis

Stadt

WEINGUT? LACHBESSER!

So lacht die Pfalz.



YVES . ANKE
IHR ZAHNARZT IM TRAMINERWEG

Rhodt unter Rietburg

Rheinland-Pfalz





Mehr Design braucht das Land

Ein Beitrag von Marlene Hartinger

INTERVIEW /// In unserem neuen Beitrag in der ZWP-Reihe zur LandZahnWirtschaft zeigt sich, wie man aus dem Bekenntnis zu einer Randregion eine echte Tugend machen kann: Dr. Yves Anke eröffnete 2016 eine Praxis in Rhodt unter Rietburg, einem Ort mit weniger als 1.200 Einwohnern. Dabei kreierte er von Anfang an und mithilfe seiner Agentur eine selbstbewusste Marke, die in Großbuchstaben regionale Bezüge herstellt und für Identifikation sorgt. Ein unschlagbarer Mix, der einmal mehr beweist, welches Potenzial in Landpraxen steckt.

Herr Dr. Anke, Sie haben Ihre Praxis nicht in einer Metropole wie so viele, sondern idyllisch gelegen und etwas salopp gesagt – ab vom Schuss – in Rhodt unter Rietburg gegründet. Was hat Sie zu diesem Standort geführt? Vor meiner Praxisneugründung war ich während meiner Assistenzzeit und der darauffolgenden zwei Jahre in einer klassischen Stadt-Praxis in Mannheim angestellt und konnte so einen Einblick gewinnen, wie es ist, im städtischen Bereich zu arbeiten und auch zu wohnen. Die Arzt-Patienten-Beziehung läuft hier deutlich anonym ab. Da ich mich zu großen Teilen auch aufgrund der Arbeit mit Menschen für den Beruf des Zahnarztes entschieden habe, haben mir dort immer ein Stück weit der persönliche Bezug und die Verbindlichkeit gefehlt. Da ich selbst in der Pfalz aufgewachsen bin und mich somit als „waschechten“ Pfälzer sehe, kommt mir die offene Art der Südpfalz und der Weinstraße sehr entgegen. Es macht mir einfach unglaublich Spaß, mit den Menschen in Kontakt zu treten und auch mal ein paar mehr Worte zu wechseln, als nur die

ANZEIGE

3D Druck, der einfach funktioniert

Phrozen Sonic XL 4K 2022

Kompakter LCD-Tischdrucker mit 52 µm Druckpräzision dank 4K-Display und hoher Lichtintensität für kurze Bauzeiten. Hochwertig verarbeitetes Vollmetallgehäuse, großer Bauraum und einfaches Wannenhandling machen die Dreve-Version des Sonic XL 4K 2022 zum userfreundlichen 3D Drucker für alle dentalen Anwendungen.

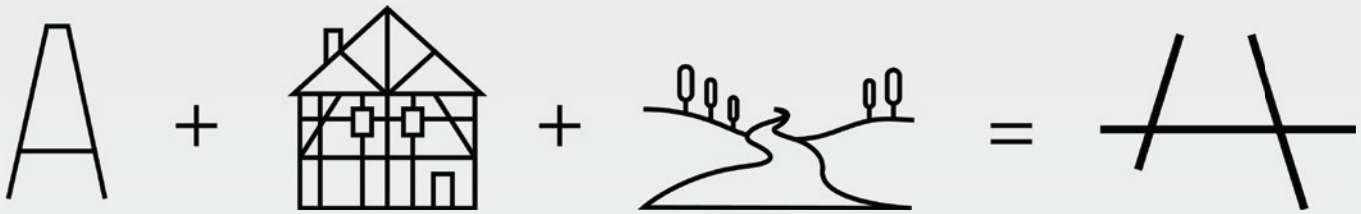


Qualified by Dreve

- Bauplattform mit optimalen Haftungseigenschaften
- Angepasste Software mit präzise eingestellten Druckprofilen
- Umfassender Service und Support von unseren Experten

dreve.com/phrozen





Drei-Strich-Praxislogo: In drei Strichen alles erfasst

Dr. Yves Anke wollte eine cleane und doch individuelle Wort-Bild-Marke erschaffen. Dafür kreierte die Agentur ein bis auf das Wesentliche reduziertes Bildzeichen und schaffte so nicht „nur“ etwas Schönes, sondern etwas Kreativ-Schönes mit Konzept, das zeitlos, klassisch und das Gegenteil von langweilig ist.

Behandlung durchzuziehen. Ich glaube, das ist auch tatsächlich eines der Erfolgsrezepte der Praxis. Gerade bei ängstlichen Patienten macht es enorm viel aus, wenn eine persönliche Verbindung und ein herzliches Miteinander bestehen. Abgesehen davon haben meine Frau und ich festgestellt, dass uns das ländliche Leben und Wohnen mehr vom Alltagsstress Abstand nehmen lässt. Und für unsere zwei Kinder können wir uns keine schönere Umgebung zum Aufwachsen vorstellen, als hier in der Südpfalz.

Entgegen so mancher Annahme, dass ländlich gleich provinziell bedeutet, kommen Sie und Ihre Praxis ausgesprochen urban und selbstbestimmt daher. Was wollten Sie mit Ihrer Marke für sich erreichen und gleichzeitig Ihren Patienten und Ihrem Praxisteam vermitteln? Oft verbinden die Menschen mit einer Landpraxis eher eine alteingesessene, eingestaubte und unmoderne Praxis, die eine gewisse Standardmedizin anbietet, ohne auf



Noch nicht satt gesehen? Hier gibt's mehr Bilder!

dem neuesten Stand der Technik bzw. Wissenschaft zu sein. Ich wollte mit meiner neu gegründeten Praxis bewusst einen Gegenentwurf dazu entwickeln – eine Praxis mit urbanem Charakter im ländlichen Bereich. Mein moderner Markenauftritt und unser Claim sollen den Patienten zeigen, dass alle herzlich willkommen sind und keiner in die Großstadt fahren muss, um Zahnmedizin der neuesten Generation zu bekommen. Die illustrierten Charakterköpfe, die man auf unserer Website und Praxiswerbung sieht, kommen sehr gut an und bieten ein hohes Maß an Wiedererkennung und Identifikation. Nach sechs Jahren Praxiserfahrung kann ich sagen: Wir haben uns für ein mutiges Konzept entschieden und damit alles richtig gemacht.

Ihr Praxislogo ist mitreißend – *So lacht die Pfalz*. Wie sind Sie darauf gekommen und was sagen Ihre Patienten dazu?

Mit unserem Claim *So lacht die Pfalz* positionieren wir uns ganz klar in der Region und möchten Jung wie Alt mit einem kleinen Augenzwinkern ansprechen. Das funktioniert sehr gut und wir werden relativ häufig von Patienten und sogar von Kollegen aus der Umgebung darauf angesprochen. „Ach ihr seid das mit *So lacht die Pfalz*?!“, habe ich schon einige Male auf regionalen Fortbildungen gehört. Das macht natürlich stolz und bestätigt uns, dass das Konzept funktioniert. Vereinzelt kamen auch schon Anfragen über Instagram, ob die *So lacht die Pfalz*-Hoodies bzw. T-Shirts auch bei uns zu bekommen sind. Das planen wir für die Zukunft und haben mit unserer Agentur bereits einige richtig gute Ideen entwickelt, die wir dann endlich coronabedingt verspätet zum nächsten Weinstraßentag, einem besonderen regionalen Event, auf die Straße bringen werden.

Sie decken nahezu das gesamte Spektrum der modernen Zahnmedizin ab – Warum haben Sie sich für eine solche Spannbreite entschieden?

Wir bieten tatsächlich viele Disziplinen der Zahnmedizin an. Eigentlich hört es bei uns nur bei sehr großen chirurgischen Therapien auf. Hier werden die Patienten dann zum Spezialisten überwiesen. Im ländlichen Bereich wollen viele Patienten eigentlich nicht in die Stadt fahren



müssen, um von einem anderen Kollegen behandelt zu werden, wenn sie Vertrauen zu mir aufgebaut haben. Nicht selten höre ich den Satz „Können Sie das nicht doch selbst machen?“. Von daher decken wir sehr viel ab und ich habe mich bewusst in vielen Disziplinen weitergebildet.

Unkenrufe meinen, dass die Einzelpraxis kaum noch eine Chance hat, langfristig zu bestehen. Der Trend geht hin zu größeren Strukturen und ZMVZs – Was ist Ihr Standpunkt in diesem Kontext?

Ich denke nicht, dass größere Praxisstrukturen die Einzelpraxen verdrängen werden. Ein nicht unerheblicher Teil der Neupatienten kommt gerade wegen unserer überschaubaren Praxisgröße zu uns und nimmt Abstand von größeren Einrichtungen mit mehreren und oftmals wechselnden Behandlern. In Bezug auf die Entstehung immer neuer ZMVZs und der damit einhergehenden Diskussion bin ich daher persönlich tiefenentspannt. Meiner Meinung nach wird das ZMVZ-Konzept, zumindest für die ländliche Region, nicht überall funktionieren bzw. wird die Einzelpraxis dadurch nicht aussterben. Am Ende des Tages entscheidet immer eine ordentliche, gewissenhafte und ehrliche Zahnmedizin darüber, für welche Art von Praxis sich die Patienten entscheiden.

Fotos: © WHITEVISION, Illustrationen: © P. Fontagnier für WHITEVISION



Rabea Hahn – Infos zur Person

DAS SAGT DIE AGENTUR ...

Ziel der Zusammenarbeit mit Dr. Anke war es, ein Stück urbanes Lebensgefühl harmonisch in ein gewachsenes und ländliches Umfeld zu integrieren.

Offen, ehrlich, bodenständig auf eine moderne Weise und gleichzeitig clean und puristisch wollte und will sich Dr. Yves Anke mit seinem Team präsentieren. Daher lag die Latte für die Entwicklung eines klugen und charman-ten Corporate-Design-Konzepts hoch. Schnell entstand

aus einer Idee ein Claim, der den Schlüssel zu allem bildet: *So lacht die Pfalz*. Diese einfache und zugleich aussagekräftige Botschaft zieht sich durch alle Praxisbereiche und gibt die Richtung vor. Angelehnt an den Claim des Tourismusverbands *Zum Wohl, die Pfalz*, den in der Region jeder kennt, hat der Praxislogan von Anfang an und ganz automatisch große Akzeptanz und Sympathie hervorgerufen. Die Message ist klar: Wer lacht, dem geht es gut. Mit der Pfalz werden Offenheit, Lebens- und Genussfreude verbunden, all diese Attribute vereint der Claim. Die Illustrationen tragen das Konzept in die visuelle Ebene und sind sehr individuell, mit Ecken und Kanten – aufmerksamkeitstark, ohne „laut“ zu sein. Diese Form der Darstellung ist sympathisch, bietet Wiedererkennungswert und schafft Identifikation bei Team und Patienten.

Auch nach sechs Jahren ist die Markenwelt noch immer sehr modern mit einer lebenslustigen und absolut zeitlosen Message. Es lohnt sich, in ein gutes Konzept zu investieren, wenn es darum geht, eine nachhaltige, sympathische und authentische Marke zu entwickeln. Ein roter Faden, an dem sich leicht und vor allem ganzheitlich alles ausrichten lässt – von der Gestaltung über das Wording bis hin zur Philosophie und den Werten einer Praxis.

Die Prothese, die saugt!

FotoDent® denture

Jetzt Unterfüttern & Reparieren möglich!

Voll- und Teilprothesen einfach aus dem 3D Drucker: komplett schrumpffrei und damit immer passgenau.

FotoDent® denture zeichnet sich durch größtmögliche Dimensionsstabilität und Detailgenauigkeit aus. Es ist frei von MMA, biokompatibel und farbstabil.



FotoDent® denture 385 nm:
Ideal geeignet für den
Phrozen Sonic XL 4K 2022 –
Qualified by Dreve



dentamid.dreve.de

Dreve

Rabea Hahn, geschäftsführende Gesellschafterin
bei WHITEVISION und für die Bereiche Strategie und
Akademie verantwortlich.