

Zukunftsvision

Die PRAXISKLINIK HOHENBUSCHEI ist längst ein fester Bestandteil des Stadtteils Brackel in Dortmund und soll es auch bleiben. Mit dem Markenfacelift wurde sie als moderne, zukunftsorientierte Praxis neu positioniert – für mehr Patienten- und Mitarbeiterfreundlichkeit. Doch für das Ehepaar Wagner ist die Modernisierung nicht abgeschlossen, vielmehr ist sie ein laufender Prozess – „Stillstand ist keine Option“. Dres. Sandra und Rouven Wagner sind überzeugt, dass sich die Bedürfnisse der Patienten, des Teams und der Praxis stetig weiterentwickeln werden. Regelmäßige Checks und die Neu-reflexion der Onlinepräsenz und der Offline-Marketing-strategien sind für sie selbstverständlich.



Das Facelift einer Dortmunder Zahnarztpraxis

Ein Beitrag von Nadja Alin Jung

[PRAXISMARKETING] „Stillstand ist Rückschritt“ – unter dieses Motto stellte das Zahnarzt-Ehepaar Dres. Sandra und Rouven Wagner die Modernisierung ihrer Dortmunder Praxis. Einige Jahre nach Gründung der PRAXISKLINIK HOHENBUSCHEI hatten die beiden Behandler den Wunsch, ihre Praxis mit einem Facelift auf ein neues Level zu heben – ihr innovationsberechtigtes, patientenzentriertes Konzept dabei stets im Sinn. Mit einem gezielten Marken-Update und verschiedenen Marketingmaßnahmen konnten die Zahnärzte ihre Praxis optimal auf die Bedürfnisse ihrer Patienten ausrichten.

Die familiengeführte Praxis von Dres. Sandra und Rouven Wagner besteht seit acht Jahren im Dortmunder Stadtteil Brackel. Für die etablierte Zahnarztpraxis war stetiges Wachstum und Weiterentwicklung unabdingbar: Aus zwei Behandlern wurden über die Jahre fünf, die technische Ausstattung wurde kontinuierlich modernisiert und Weiterbildung stand für das Ehepaar Wagner stets im Fokus ihrer Arbeit. Der Anspruch, Patienten in einer zeitgemäßen Praxis zu empfangen und ihnen die bestmögliche Behandlung auf Basis des aktuellen wissenschaftlichen Kenntnisstandes zu bieten, besteht seit jeher. Im Sommer 2023 war es für PRAXISKLINIK HOHENBUSCHEI an der Zeit, auch ihren Außenauftritt den heutigen Erwartungen anzupassen – sowohl offline als auch online. Dres. Sandra und Rouven Wagner sahen gerade im Onlinemarketing Optimierungspotenzial. Schließlich ist gerade in Großstädten eine professionelle und benutzerfreundliche Onlinepräsenz unverzichtbar. Der perfekte Anlass, um die Dortmunder Zahnarztpraxis einem gründlichen Refresh zu unterziehen.



© Björn Giesbrecht

Der Fokus von Dres. Sandra und Rouven Wagner: die eigene Dortmunder Zahnarztpraxis stets up to date halten.

Einheitliches Design – vom Wartezimmer bis ins WWW

Die Modernisierung einer Praxismarke beginnt bei der Entwicklung eines Look and Feel, dem visuellen und emotionalen Gesamteindruck. Die Praxisphilosophie und die Identität der Behandler sollen zum Ausdruck gebracht werden. Gleichzeitig wird reflektiert, welche Wirkung ein neues Design auf die Patienten hat, ob es etwa Professionalität, Vertrauen und Modernität

ANZEIGE

 **ceramill workflow**


AMANNGIRSBACH

You Scan - We Can!

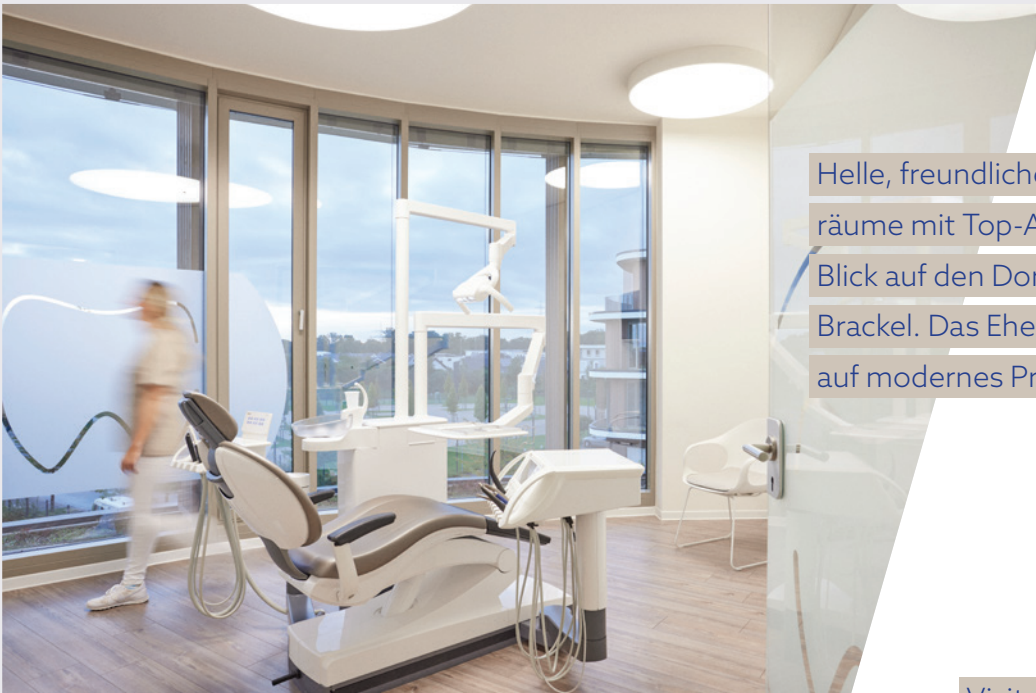
Eine Software. Alle Möglichkeiten. Perfekter Zahnersatz.
Einfache und automatisierte Anbindung Ihres Intraoralscanners.



Das Ceramill Software-Upgrade 4.8 schafft nahtlose Konnektivität zu Ihrem bestehenden Intraoralscanner – mit automatisiertem Datentransfer und direktem Zugang zum kompletten Ceramill-Workflow inklusive aller Fräseinheiten. Mehr Infos unter: bit.ly/ceramillworkflow

vermittelt. Die Zahnärzte Dres. Wagner legen besonderen Wert auf ein unverwechselbares Corporate Branding, das zeitlos ist im Design und doch die moderne, fortschrittliche Ausrichtung der Praxis widerspiegelt. Der klassische „Zahnarzt-Look“ wurde bewusst vermieden. Das neu gestaltete Praxislogo, ein Signet mit doppeltem „W“, symbolisiert die persönliche Note der Praxis und unterstreicht die Identität des Praxishepaares als Praxisleitung. Diese Designlinie zieht sich konsequent durch alle Marketingmaßnahmen: vom klaren Layout der Website über den Social-Media-Auftritt bis zum Wartezimmer-TV und verschiedenen Printmaterialien. Schließlich ist der Wiedererkennungswert der Kernpunkt einer Markenentwicklung. So sorgen das Corporate Design, eine gut lesbare Schrift, eine charakteristische Leitfarbe und das markante Logo für durchgängige Erkennbarkeit in allen Medien der Praxis.

© Björn Giesbrecht



Helle, freundliche Behandlungsräume mit Top-Ausstattung und Blick auf den Dortmunder Stadtteil Brackel. Das Ehepaar Wagner setzt auf modernes Praxisflair.

Patientenorientierte Neugestaltung – Komfort und Digitalisierung vereint

Welche Anforderungen bringt die Digitalisierung für eine Zahnarztpraxis mit sich? Effiziente, computergestützte Abläufe sollten sich durch alle Bereiche der Praxis ziehen – ob im Patientenservice mit Online-Terminvereinbarung, einem digitalen Anamnesebogen oder in der Diagnostik und Behandlung mit integrierter Bildgebung, digitalen Röntgensystemen und CAD/CAM. Neben diesen unverzichtbaren digitalen Workflows im Praxisalltag ist ein starker Onlineauftritt unerlässlich, um online weiterhin gut auffindbar zu sein. Eine logische Website-Struktur und individuelle Texterstellung unter Einbeziehung suchrelevanter Keywords war ein wichtiger Schritt, um die Website userfreundlich zu gestalten und ein hohes Google-Ranking zu erzielen. Für Dres. Wagner stand zudem die mobile Zugänglichkeit im Vordergrund. Gemeinsam mit ihrer Marketingagentur entwickelten sie eine neue Website, die den Anforderungen mobiler Endgeräte entspricht und gleichzeitig die Kommunikation zwischen Praxis und Patienten vereinfacht. Die oben bereits erwähnte digitale Anamnese und die benutzerfreundliche Online-Terminvergabe sparen Zeit und Aufwand und sorgen so für positive Resonanz bei Praxisteam und Patienten.

Visitenkarten im Corporate Design der PRAXISKLINIK HOHENBUSCHEI.



Social Media als Ergänzung zur Website

Um auch über die Website hinaus präsent zu sein, nutzt die Praxis Social Media als dynamisches Medium, das die statische Website optimal ergänzt. Social-Media-Kanäle bieten der Praxis zusätzlich Raum für nützliche Tipps und Einblicke, die über den Zahnarztbesuch hinausgehen – der optimale Anknüpfungspunkt, um mit Patienten auch außerhalb der Praxisräume eine Verbindung aufzubauen. Ein Bildschirm im Wartezimmer zeigt darüber hinaus weitergehende Informationen zur Praxis, wie Untersuchungs- und Behandlungsmöglichkeiten oder offene Stellen, um auch Patienten, die keine sozialen Netzwerke nutzen, über die Praxis up to date zu halten.

PRAXISKLINIK HOHENBUSCHEI als Arbeitgebermarke

Ein Facelift der Praxisbrand kann sich nicht nur positiv auf die Außenwahrnehmung und die Patientenbindung auswirken, sondern auch die Praxis als Arbeitgebermarke stärken. Der neue Look schafft eine einheitliche und ansprechende Identität, die es dem Team nun noch leichter macht, sich mit der PRAXISKLINIK HOHENBUSCHEI zu identifizieren und sich im Praxisalltag neu auf die Werte der Praxis auszurichten. Mitarbeiterkleidung in den Farben der Corporate Identity, kleine Give-aways und digitale Kommunikationsmittel in einem einheitlichen Stil vermitteln das Gefühl, Teil von etwas Größerem zu sein. Dies kann den Teamzusammenhalt stärken und zu einem positiven Arbeitsklima beitragen, das auch für Patienten spürbar ist. Darüber hinaus bietet eine starke Arbeitgeberbrand Vorteile im Wettbewerb um Fachpersonal. Ein professioneller, moderner Außenauftritt weckt auch das Interesse potenzieller Mitarbeiter und kann so die besten Talente anziehen und binden. Deshalb wurde zusammen mit der Marketingagentur zusätzlich eine Karriere-Website entwickelt, die die Karrierechancen in der Praxis, die Mitarbeiter-Benefits und Möglichkeiten zur persönlichen und beruflichen Weiterentwicklung herausstellt und so die PRAXISKLINIK HOHENBUSCHEI als attraktiven, zukunftsorientierten Arbeitsplatz positioniert.



Infos zur Autorin

Fazit

Die umfassende Modernisierung der Brand hat der Zahnarztpraxis in Dortmund deutliche Vorteile gebracht: eine gesteigerte Effizienz, ein verbessertes Patientenerlebnis und zufriedene Mitarbeiter. Die einheitliche Markenidentität stärkt den Wiedererkennungswert und das Vertrauen der Patienten. Dank der Implementierung digitaler Workflows bietet die Praxis moderne, patientenorientierte Prozesse und eine einfache interne Kommunikation. Die erweiterte Onlinepräsenz, ergänzt durch Social Media, stellt einen echten Mehrwert für die Patienten dar und eröffnet der Praxis neue Plattformen. Für Dres. Rouven und Sandra Wagner bleibt vor allem eines immer bestehen: der Blick in die Zukunft.

Mehr zur Praxis von Dres. Wagner auf: www.praxisklinik-hohenbuschei.de.



Infos zur Autorin

ANZEIGE



SAFEDENTAL

–HYGIENEKONZEPT–

Wasserqualität, die sich auszahlt!

-  Reparaturkosten & Betriebsausfälle minimieren
-  reibungslosere Praxisabläufe & optimierte Betriebskosten
-  Laufzeitmodelle mit Preissicherheit

Jetzt Einsparkalkulator nutzen!

Fordern Sie Ihre individuelle Kostenanalyse an & entdecken Sie, wie viel Sie einsparen können.

SCAN ME



TWE



H₂O



BLUE SAFETY

Hygienetechnologie



Jede Praxis ist anders.

Wir beraten Sie gerne:

 0251 92 77 85 4 - 0

 0171 991 00 18

www.bluesafety.com

IDS

2025

Besuchen Sie uns auf der IDS

Halle 11.1 | Stand H 80 + J 81