

Innovatives UI/UX-Design in Kombination mit echten Patiententestimonials:
So wird das Versprechen der Praxis „Die Zukunft der Zahnmedizin ist digital – und wir sind ganz vorne mit dabei!“ im Bereich moderner Zahnmedizin wie in Bezug auf die Markenkommunikation vollends eingelöst.



NOT

just another dentist

Ein Beitrag von Marlene Hartinger

[PRAXISMARKETING] Die Metropole München braucht eigentlich keine weitere Zahnarztpraxis. Deshalb stand die Gründung von Dr. Paul Schuh auch unter einem klaren Motto: Not just another dentist. In einem Umfeld, das Patienten eine übergroße Auswahl zahnärztlicher Angebote bietet, muss man sich auch über die Maße unterscheiden. Und genau das tut der gelernte Zahntechniker und Zahnarzt mit seiner Dental Clinic in München-Schwabing.

Herr Dr. Schuh, Sie haben 2021 Ihre Praxis artedent eröffnet. Wie wollten Sie sich von anderen Zahnarztpraxen im Umfeld abheben?

Unsere Vision war es, den Zahnarztbesuch zu einem Zahnarztterlebnis zu machen, bei dem es immer um weitaus mehr als nur um Zähne geht. Wir möchten unseren Patienten ein Lebensgefühl ermöglichen, das sie bisher nicht kannten. Dabei stehen die Themen Prävention (Longevity) und Ganzheitlichkeit an oberster Stelle. Im Design sollte dies über eine Loft-Atmosphäre mit viel Grün und spielerischen Elementen umgesetzt werden, auch um mögliche Ängste bei den Patienten abzubauen und den Mitarbeitern ein inspirierendes Ambiente für ihre Arbeit zu schaffen.



Dr. Paul Schuh – Infos zur Person

Ein Claim Ihrer Praxis ist „The new art of dentistry“, was meinen Sie damit?

Wir praktizieren konsequent die Gegenwart der Zahnmedizin, kurz: State of the Art. Das ist für uns im besten Sinne Alltag und einfach Standard. Konkret heißt das: Wir arbeiten komplett digital (keine Abformungen), wir nutzen KI für Befundungen, Matching etc. und werden so immer schneller und besser. Wir planen souveräner und passgenauer, das bedeutet, wir sparen Zeit, haben weniger Sitzungen und schaffen echten Mehrwert durch innovative Technologien. Außerdem schafft der Einsatz von Smile Design für den Patienten ungeahnte Transparenz und bietet ihm eine perfekte Entscheidungsgrundlage für ein neues Lebensgefühl.

Im Zuge seiner Niederlassung hat Dr. Paul Schuh mit der Agentur WHITEVISION zusammengearbeitet. Welchen Part dabei die Agentur genau übernahm, erfahren wir im folgenden Beitrag.

Welche Bereiche waren Teil Ihrer Zusammenarbeit mit Paul Schuh?

Wir waren nicht für das Interior und Corporate Design verantwortlich, sondern haben die bestehende Basis weiterentwickelt. Kernaufgabe war es, ein sehr individuelles Corporate Wording, die Website und das dazu passende Social-Media-Konzept zu entwickeln. Das Corporate Wording spiegelt die Identität der Dental Clinic wider: modern, selbstbewusst und eigenständig. Prägnante Quotes, Fragen und Anglizismen schaffen eine Tonalität, die ganz dem Zeitgeist einer urbanen Praxis im Herzen von München entspricht. Der Text geht über rein medizinische Aspekte hinaus und verknüpft Zahnmedizin geschickt mit Konzepten wie Lifestyle, Kreativität und Anspruch. Bei aller Lockerheit verlieren die Texte jedoch nie den roten Faden und die Message aus dem Blick. Nahbar und konkret transportieren sie die Vision des Praxisinhabers und den eigens für die Marke entwickelten Claim „The new art of dentistry“. Mal lauter und mal leiser – aber nie ohne Bedeutung!

Gab es besondere Herausforderungen bei der Positionierung der Praxis?

Eine Herausforderung bestand im Standort München. Hier gibt es viel Wettbewerb und einen hart umkämpften Markt. Wer online sichtbar sein und von den gewünschten Patientenzielgruppen gefunden werden möchte, benötigt mehr als gutes Design und eine fancy Website. Es braucht von Anfang an ein starkes Konzept zur umfassenden Suchmaschinenoptimierung und Suchmaschinenwerbung. Umgesetzt wurde dies in perfekter Zusammenarbeit unserer SEO-Profis und bestehenden Dienstleistern von Paul Schuh – so macht agenturübergreifendes Teamwork Spaß und führt zum Ziel. ■



WHITEVISION – Infos zur Agentur

Sie kommen aus der Zahntechnik und haben in Ihrer Praxis auch ein Labor integriert, welche Benefits ergeben sich für Sie aus Ihrer handwerklichen Kompetenz?

Von meiner Ausbildung und Praxiszeit in der Zahntechnik profitiere ich wirklich jeden einzelnen Tag. Natürlich handwerklich, vor allem aber auch in Bezug auf das Verständnis und die Kommunikation mit unseren tollen Technikern. Wir haben eine gemeinsame Ebene, um über unsere Arbeit zu sprechen und ein beidseitiges Verständnis davon, was machbar ist. Zudem ich schätze den engen Austausch zu digitalen Neuerungen mit unserem Technikteam und die damit einhergehende stetige Optimierung unserer Workflows. Wirklich exzellente „State-of-the-Art“-Ergebnisse sind immer Teamplay und das funktioniert bei uns ganz wunderbar. ■

Porträt: © Dr. Paul Schuh



Dr. Paul
Schuh

ANZEIGE

SPEIKO

#mithydroxylapatit

SPEIKO MTA Zement mit Hydroxylapatit:

- Endodontischer Reparaturzement
- Wiederverschleißbar, mit Löffel dosierbar und dadurch so ökonomisch
- Aus Reinstchemikalien
- Biologisch verträglich, schwermetallfrei
- Hervorragende Abdichtung

SPEIKO MTA Zement
SPEIKO MTA Cement
SPEIKO MTA Ciment

Pulver hellgrau
Powder light-grey
Poudre gris clair

Neue Rezeptur
Mit Hydroxylapatit

300000
1000000
e 2 g