

Das Facelift einer Dortmunder Zahnarztpraxis

„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 innovationsbereites, 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.

Nadja Alin Jung

01

Zukunftsvision

Die PRAXISKLINIK HOHENBUSCHEI ist längst ein fester Bestandteil des Stadtteils Brackel in Dortmund und soll es auch bleiben. Mit dem Marken-facelift 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 Reflexion der Onlinepräsenz und der Offline-Marketingstrategien sind für sie selbstverständlich.

© m2c – medical concepts & consulting

01



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 Behndlern 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

02

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

02

© Björn Giesbrecht



„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.“

– 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.

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 vermittelt. Die Zahnärzte Dres. Wagner legten 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 Praxisehepaars 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.

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 Websitestruktur 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.

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.

03
Helle, freundliche
Behandlungs-
räume mit
Top-Ausstattung
und Blick auf den
Dortmunder
Stadtteil Brackel.
Das Ehepaar
Wagner setzt
auf modernes
Praxisflair.



punkt, 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.

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.



04
Visitenkarten im
Corporate
Design der
PRAXISKLINIK
HOHENBUSCHEI.

Nadja Alin Jung

m2c | medical concepts & consulting

Wöhlerstraße 8-10

60323 Frankfurt am Main

info@m-2c.de

Infos zur Autorin



ZWP DESIGN PREIS

*Deutschlands
schönste
Zahnarztpraxis*

25



**Jetzt
bis zum
1.7.25
bewerben**



© yahya – stock.adobe.com