Christin Bunn

Zum 25. Jubiläum ein MVZ

PRAXISMANAGEMENT Erfahrung trifft Moderne: So könnte man „Dentarra Zahnmedizin“ mit nur wenigen Worten beschreiben – ein neues zahnmedizinisches Versorgungszentrum in Heilbronner Bestlage, das Anfang Februar seine Türen öffnete. Die Bündelung von Kompetenzen zur bestmöglichen Leistungsstärke, dafür steht ein MVZ. Auf diese Kompetenzbündelung setzte der Gründer bei allen Partnern, die ihn auf dem Weg bis zur Eröffnung begleiteten.

Abbildungen: Seit Februar dieses Jahres dürfen sich Heilbronner Patienten über ein internationales Expertenteam rund um Gründer und Inhaber Dr. Bora Tuncer (Mitte) freuen (Abb. oben). Das neu erbaute Marrahaus bietet großzügige Räume in exklusiver Lage (Abb. unten).

Dr. Bora Tuncer kann sich seit Februar dieses Jahres als Inhaber von gleich zwei zahnmedizinischen Einrichtungen bezeichnen. In Heilbronn-Sontheim steht seine Erstpraxis, die er vor 25 Jahren gründete. In der Heilbronner Kaiserstraße, direkt am Neckar gelegen, das MVZ mit dem Namen Dentarra Zahnmedizin, das seit wenigen Wochen geöffnet hat und ein ganzheitliches Behandlungsspektrum von der Implantologie über die Ästhetische Zahnheilkunde bis hin zur Oralchirurgie und Prophylaxe bietet.

Den Impuls, sich nach 25-jähriger Berufstätigkeit noch einmal gänzlich neu aufzustellen, gab dabei eine Dentalmesse: „Auf einer der Herbstmessen habe ich gesehen, was sich in den letzten Jahren medizinisch so alles getan hat, von den neuen Geräten und Möglichkeiten war ich begeistert“, weiß Dr. Tuncer zu berichten. „Also entschloss ich mich, meine langjährige Erfahrung in ein gänzlich neues Projekt zu stecken und in Ergänzung zu meiner bisherigen Praxis ein neues Objekt zu gründen – sozusagen ein Geschenk an mich selbst zum 25. Jubiläum“, fährt er fort. Die Räumlichkeiten waren schnell gefunden, denn in Heilbronn entstand ein Neuobjekt, das sogenannte Marrahaus. Für Tuncer stand dabei fest, dass es ein großes Projekt werden sollte, denn er hatte viele Ideen, die er umsetzen wollte – methodisch wie auch fachlich. Aus diesem Grund fiel die Entscheidung auf die Gründungsform MVZ, weil diese ideale Gestaltungsfreiheiten zulässt. Entstanden ist ein Versorgungszentrum auf mehr als 340 Quadratmetern Fläche und mit aktuell fünf Behandlern um Dr. Bora Tuncer – ein internationales Expertenteam mit gezielten Spezialisierungen.

Abbildungen: Ein zahnärztliches Versorgungszentrum wird zur Marke – bei der Geschäftsausstattung und Patientenkommunikation legt Dr. Tuncer großen Wert auf Einheitlichkeit samt Wiedererkennungswert.

Sechs Monate bis zur Eröffnung

Die Idee des MVZ war geboren, nun war es Aufgabe von Dr. Bora Tuncer, ein entsprechendes Konzept zu verabschieden: Dentarra Zahnmedizin soll zu einer Marke in Heilbronn werden. Von diesem Moment an holte er Nadja Alin Jung hinzu, welche sich auf die Beratung von zahnmedizinischen Praxen spezialisiert hat. Das Logo und die CI waren zu diesem Zeitpunkt bereits verabschiedet, sodass nun mit der weitläufigen Kommunikationsarbeit begonnen werden konnte. Die kommunikative Hürde war dabei zu transportieren, dass es sich um eine ergänzende Praxis handelt, die Bestandspraxis in Sontheim weiterhin vorhanden bleibt und kein Patient sich Sorgen machen muss, den Zahnarzt dort nicht mehr anzutreffen. Folglich war eine geradlinige, intensive kommunikative Ausrichtung gefragt, um sowohl auf das neue Objekt aufmerksam zu machen als auch ganz klar die Abgrenzung zur Erstpraxis herauszustellen. Ein Marketing musste zügig auf die Beine gestellt werden und dabei großflächig wahrnehmbar sein, sodass das MVZ mit seiner entsprechenden Größe von Anfang an auf Erfolg setzen konnte.
„Für Dentarra entwickelten wir Basics des Praxismarketings wie die Geschäftsausstattung, Patienteninformationsblätter und die Praxisbeschilderung. Zudem arbeiteten wir bereits vor der Eröffnung mit großflächiger Bewerbung, um das neue Objekt anzukündigen“, berichtet Jung. „Für ein funktionierendes Google-Marketing setzten wir bereits im Herbst letzten Jahres erste Maßnahmen um, die alle optischen wie inhaltlichen Merkmale der Marke Dentarra aufgriffen. So konnten wir frühzeitig eine gute Positionierung bei Google sichern – ein wichtiger Schritt bei einer Neugründung, denn besonders ein strukturiertes Online-Marketing ist in der heutigen Zeit elementar“, ergänzt sie.

Trial and Error war keine Option

Warum Dr. Bora Tuncer beim Praxismarketing auf professionelle Unterstützung setzte, lässt sich einfach erklären: „Wenn man Vollzeit berufstätig ist, muss man abgeben und vertrauen können. Und wenn man ein Projekt solch einer Größe initiiert, erst recht, denn bei einem MVZ gibt es kein Trial and Error, das muss funktionieren – schließlich habe ich viel vor und auch die Kollegen waren schon unter Vertrag.“ Den Gesamtüberblick behalten und an den richtigen Stellschrauben drehen – Grund genug für den Heilbronner Zahnarzt, auf professionelle Unterstützung zu setzen.
Auch der Wandel der Zeit war ausschlaggebend, die Kommunikationsarbeit abzugeben, weiß der MVZ-Gründer zu berichten: „Vor 25 Jahren brauchte ich kein Marketing, um meine Erstpraxis erfolgreich zu etablieren. Heute muss man ganz einfach mitziehen, um wahrgenommen zu werden

Abb. unten: Von der Implantologie über die Prophylaxe bis hin zur Endodontie – Dentarra Zahnmedizin bietet ein ganzheitliches Leistungsspektrum und ist vollständig digitalisiert.

und Informationen zu transportieren. Die Wettbewerberdichte ist eine ganz andere als damals und um auf sich aufmerksam zu machen, geht es heute nicht ohne ein konzeptionelles Marketing. Auch was es heute alles an Kanälen gibt – daran war vor 25 Jahren nicht zu denken, und diese wollen schließlich alle bedient und bestückt werden."
Praxiswebsite, Bildsprache durch gute Praxisfotos, Empfehlungsmarketing, Pressearbeit, ein Tag der offenen Tür: All dies wurde ab Dezember des letzten Jahres gemeinsam verabschiedet und Stück für Stück umgesetzt. Dabei ist besonders eine Praxiswebsite heute wichtige Plattform, denn das Internet ist das Medium mit dem größten Informationsgehalt, gerade wenn es um die Ansprache von Neupatienten geht. Und darum ging es bei Dentarra, schließlich sollte kein Patient der Erstpraxis fernbleiben. Auch die Pressearbeit durch Anzeigenschaltungen und redaktionelle Beiträge waren wichtige Punkte, zum einen, um imageseitig zu informieren, zum anderen, um auch den wirtschaftlich erfolgreichen Weg des MVZ mit seinen sechs Behandlern von Anfang an zu ebnen. „Für die Praxiswebsite und all unsere Werbemittel hatten wir ein Fotoshooting, ein toller Tag für das gesamte Team. Aber mein besonderes Highlight war ganz klar unser Tag der offenen Tür Mitte Februar. Wir durften mehr als 150 Gäste begrüßen, und auch viele Terminvereinbarungen konnten wir bereits in diesem Rahmen verbuchen", resümiert Tuncer die ersten Wochen seit der MVZ-Eröffnung.

Ausblick

Zahnmedizin in exklusiver Lage direkt am Neckar: Die Liaison von Erfahrung und Moderne hat funktioniert und Dr. Bora Tuncer blickt auf zufriedene erste Wochen von Dentarra Zahnmedizin zurück. Nun heißt es dranbleiben, denn gerade beim Praxismarketing ist Kontinuität wichtig, damit die Aufmerksamkeitsspanne erhalten bleibt. Dr. Bora Tuncer hat Feuer gefangen und Freude an der Disziplin Marketing gefunden. So wurde auch die lokale Schülerzeitung seiner Tochter kurzum zur Marketingplattform, denn Kommunikation braucht viele Kanäle und auch Schüler sind potenzielle Patienten. Maßnahmen, die einen guten Marketingmix ausmachen und entscheidend für den Erfolg der Kommunikationsarbeit sind.

INFORMATION

m2c | medical concepts & consulting
Mainzer Landstraße 164
60327 Frankfurt am Main
Tel.: 069 460937-20
info@m-2c.de
www.m-2c.de

Infos zur Autorin

ANZEIGE

goDentis DKV
Ihr Partner für Zahngesundheit und Kieferorthopädie

Unser Ziel: Qualität auf höchstem Niveau

Starke Partner gesucht!
0221 578-44 92

godentis.de