

# Praxis-Identität & aktives Praxis-Marketing

## Frauenarztpraxis Dr. Ruth Pfau: Entwicklung einer unternehmerischen Identität & Website im Medizinbereich

Mit der Eröffnung ihrer Frauenarztpraxis übernahm Dr. Ruth Pfau die Arbeit einer in Preetz etablierten Ordination, konkurrierte aber von Beginn an mit einer ebenfalls erst kürzlich neu eröffneten Praxis für Frauenheilkunde. Aufgabe war es daher, auf die Praxis aufmerksam zu machen, über ihre Leistungen zu informieren und ihre Besonderheiten zu betonen. Entwickelt wurde ein vollständiges Corporate Design.

### Alleinstellungsmerkmal & Praxis-Marketing

Zunehmend lockert sich das ursprünglich rigide Werbeverbot für niedergelassene Ärzte und Praxen: Wie die Stiftung Gesundheit feststellt, wird die aktive Vermarktung von Arztpraxen zu einer notwendigen Bedingung für einen wirtschaftlich erfolgreichen Praxisbetrieb. Angesichts ihrer direkten Wettbewerbslage wollte Dr. Ruth Pfau diese Möglichkeiten – in Abstimmung mit der Kassenärztlichen Vereinigung – nutzen und ihre Praxis und ihr Leistungsangebot aktiv nach außen darstellen und vermarkten.

### Für das Praxis-Marketing waren zwei Ziele wesentlich:

- ① Die Praxis Pfau sollte ihr klares Alleinstellungsmerkmal kommunizieren und als freundliche und nahbare, in besonderer Weise serviceorientierte und kompetente Fachpraxis erscheinen.
- ② Die Praxis Pfau sollte aktiv vermarktet werden: Sowohl unter den Stammpatientinnen der übernommenen Praxis, wie auch gegenüber neuen Patientinnen sollte die Praxis in ihrer neuen, eigenständigen Persönlichkeit bekannt und dargestellt werden.

**Beide Ziele erfüllen das entwickelte Corporate Design und die serviceorientierte Vermarktungsstrategie von Beginn an.** Aktives Marketing im Medizinbereich ist kein Tabu mehr. Die Praxis Pfau nutzt die entstehenden Möglichkeiten erfolgreich zu ihrer Positionierung im Gesundheitsmarkt.

### Leistungsfakten

- Consulting & Konzeption (Corporate Identity, Website- & Contentstruktur)
- Logoentwicklung & Geschäftsausstattung (Visitenkarte, Briefpapier, Stempel, Flyer, Schilder, Rezeptblock, Terminzettel, Fragebogen „Qualitätssicherung“, ...)
- Text & Contentproduktion
- Screendesign
- Content-Management-System (Typo3) & Schulung
- Suchmaschinen-, Performance- & Usability-Optimierung der Webseite
- Presse- & Medienarbeit

### Corporate Design & Praxis-Persönlichkeit

Vorrangige Aufgabe für die Vermarktung der Praxis Pfau war es, der Praxis angesichts ihrer direkten Wettbewerbslage eine eigenständige Persönlichkeit zu geben und diese umfassend zu kommunizieren. Entwickelt und konzipiert wurden daher zunächst eine vollständige Corporate Identity sowie eine Praxis-Website.

Bereits das Logo sollte eine klare Abgrenzung und damit Aufmerksamkeit schaffen. Verwendet wurden warme und gedeckte Farben, die Atmosphäre schaffen und sich klar von den üblichen Blau- oder schwachen Pastelltönen des Praxis- und Medizinbereichs abheben. Der Pfau als Vogel symbolisiert das Thema Weiblichkeit und verweist auf die Lage der Praxis im ländlichen Raum.

Inhaltlich wurde die Praxis Pfau definiert als freundliche und nahbare, in besonderer Weise serviceorientierte und kompetente Fachpraxis. Um diese Ansprüche zu bedienen, wurden ein Servicekonzept sowie die zu dessen Umsetzung erforderlichen Materialien erarbeitet und erstellt.

Logo und Design wurden zur Grundlage für die Entwicklung der weiteren Geschäftsmaterialien sowie für die Website. Entworfen und produziert wurden Visitenkarten, Briefpapier, Briefumschläge und Postaufkleber, sowie Stempel, Rezeptblöcke und Terminzettel, zudem Schilder und Informationsflyer, etwa zur Ankündigung der „Mädchensprechstunde“ oder zum Thema „Verhütung“. Speziell angefertigt wurde eine Wandfolie für den Empfangsbereich, die das Logo zeigt.

Die Website ist vollständig ausgelegt auf die Informationsbedürfnisse der Patientinnen und stellt spezielle Services der Praxis online bereit.

Die technische Umsetzung der Website erfolgte durch das kostenfreie Content-Management-System Typo3. Sämtliche Inhalte der Website sowie die Texte aller Flyer, Formulare und der Presse- und Medientexte wurden durch die Agentur formuliert.

## Service-Konzept und -Medien

Besonderheit bei der Entwicklung der Praxis-Identität für die Ordination von Dr. Ruth Pfau war die Erarbeitung eines Servicekonzepts und die Pro-

### Die Frauenarztpraxis Dr. Ruth Pfau

- Geschäftsfeld: niedergelassene Arztpraxis für Frauenheilkunde
- Mitarbeiter: 3
- Patientinnenstamm: über 1.200

Die Frauenarztpraxis Pfau ist angesiedelt im neuen Ärztehaus an der Klinik Preetz und betreut einen Stamm von über 1.200 Patientinnen. Besonderheit der Praxis ist der konsequente Blick auf einen weitreichenden Service: Angeboten werden eine Mädchen- und eine Abendprechstunde, diverse Flyer informieren über spezielle Leistungen der Praxis. Durch einen Fragebogen zur Qualitätssicherung haben die Patientinnen die Möglichkeit zu weitergehendem Feedback.

duktion der dazu erforderlichen Materialien. Zunächst wurden dabei die Stammpatientinnen der übernommenen Praxis angeschrieben, um Frau Dr. Pfau und ihre neue Praxis vorzustellen. Um den Bedürfnissen neuer Patientinnen zu begegnen, wurde ein Qualitätsfragebogen entwickelt. Durch Formulare, mit denen Patientinnen sich beispielsweise für die Online-Rezeptbestellung anmelden oder Ihre E-Mail-Adresse freigeben können, unterstreicht die Praxis ihre Serviceorientierung.

Startseite der Praxis Pfau mit Online-Visitenkarte & Teaser der Mädchensprechstunde

Briefumschlag, Visitenkarte, Terminzettel & Flyertitel

## Ergebnisse & Potentiale

Ansatz für die Entwicklung einer Corporate Identity für die Frauenarztpraxis Pfau war es, die Praxis und ihre Leistungen bekannt zu machen und in ihrer Besonderheit darzustellen. Diese Ansprüche befriedigen die entwickelten Materialien, die Website sowie die erfolgreiche Medienarbeit von Beginn an: Stammpatientinnen der übernommenen Praxis zeigen sich beeindruckt davon, dass Frau Dr. Pfau sich ihnen persönlich vorgestellt hat. Neue Patientinnen loben die Professionalität der Praxis und geben ausgesprochen positives Feedback.

Ausbaumöglichkeiten des Praxis-Marketings liegen in einer regelmäßigen Anzeigenschaltung zu den Leistungen der Praxis, in weiteren Instrumenten zur Patientenbindung, etwa durch Weihnachtskarten, im Onlinemarketing, sowie in der noch stärkeren Verzahnung zwischen der Website und den vielfältigen Informationsmaterialien der Praxis.

### Der Anbieter: G16 Agentur für Design/Werbung/Internet

Die G16 steht für Design, Kommunikation und Internetdienstleistungen und bietet ihren Kunden Full-Service sowohl in den klassischen Bereichen des Marketings, als auch bei der Entwicklung von neuen Medien und Kommunikationswegen.

Das Leistungsspektrum von G16 umfasst: Grafische Gestaltung, Kommunikationsdesign, Logoentwicklung, Corporate Design, Broschüren und Geschäftsberichte, klassische Printmedien und Kampagnen, Textilien und Werbeartikel, Webdesign, Webconcepts, Redaktionssysteme (CMS) sowie Produktionsplanung und -abwicklung für Print- und Webtechnik.

### Ansprechpartner

#### Frauenarztpraxis Dr. Ruth Pfau

Dr. Ruth Pfau  
Am Krankenhaus 5 · 24211 Preetz  
Tel.: 04342.29.30  
Mail: kontakt@praxis-pfau.de

#### G16 Media GmbH: Agentur für Design/Werbung/Internet

Dr. Markus Wienen  
Holtenauer Str. 98 · 24105 Kiel  
Tel.: 0431.570.26.0  
Mail: m.wienen@g16.net

### Weblinks

Adresse der Frauenarztpraxis Dr. Ruth Pfau: [www.praxis-pfau.de](http://www.praxis-pfau.de)

Download dieses Handouts: [www.g16.net/downloads/praxispfau-info.pdf](http://www.g16.net/downloads/praxispfau-info.pdf)

Fragebogen zur Qualitätssicherung & Formular „Freigabe der E-Mail-Kommunikation“