

Employer Branding

Die Bedeutung und Vorteile einer Arbeitgebermarke – auch in der Zahnarztpraxis

In der heutigen wettbewerbsintensiven Welt geht es nicht nur darum, Kunden zu gewinnen, sondern auch darum, talentierte Mitarbeitende zu gewinnen und langfristig zu binden. Insbesondere im Gesundheitswesen, in denen der Mensch im Mittelpunkt steht, ist ein gut durchdachtes Employer Branding von entscheidender Bedeutung. Dies gilt auch für Zahnarztpraxen, die auf der Suche nach qualifizierten und engagierten Fachkräften sind. In diesem Artikel werden wir darauf eingehen, was Employer Branding ist – nämlich kein Hexenwerk und auch nichts Neues. Eine professionelle Arbeitgebermarke aufzubauen ist Teil des Praxismarketings und bedient sich der vorhandenen Instrumente guter Führung, Teambuilding und Kommunikation. Denn Employer Branding bedeutet, dass es im Innen stimmt und diese positiven Effekte nach außen kommuniziert werden. Professionelles Employer Branding erzeugt eine Magnetwirkung.

Ana Pereira

Was ist Employer Branding?

Employer Branding bezieht sich auf die Entwicklung einer starken Arbeitgebermarke, die die Identität, Werte und Kultur eines Unternehmens widerspiegelt. Es geht darum, sich als attraktiver Arbeitgeber zu positionieren, der nicht nur auf qualifizierte Bewerber, sondern auch auf bestehende Mitarbeitende eine starke Anziehungskraft ausübt. Employer Branding zielt darauf ab, eine positive Wahrnehmung des Unternehmens als Arbeitgeber zu schaffen und somit das Personalmanagement zu optimieren.

Warum ist Employer Branding auch im Marketing für Zahnarztpraxen wichtig?

In der Gesundheitsbranche, insbesondere in Zahnarztpraxen, spielen zwischenmenschliche Beziehungen und Vertrauen eine entscheidende Rolle. Patienten suchen nicht nur nach kompetenter zahnärztlicher Versorgung, sondern auch nach einer angenehmen, vertrauensvollen Umgebung. Ein starkes Employer Branding hilft dabei, hochqualifizierte Fachkräfte anzuziehen, die nicht nur fachliche Kompetenz, sondern auch Einfühlungsvermögen und Kommunikationsfähigkeiten besitzen. Dies kann die Patientenzufriedenheit steigern und langfristige Beziehungen aufbauen. Damit ist Employer Branding eine Win-win-win-Situation.

Was macht Employer Branding aus?

Eine erfolgreiche Arbeitgebermarke zeichnet sich durch mehrere Faktoren aus. Diese beziehen sich aufeinander und bauen teils aufeinander auf:

Klare Unternehmenswerte und -kultur: Definieren Sie die Werte Ihrer Zahnarztpraxis und legen Sie damit einen Grundstein für die Kultur, die sich daraus entwickelt. Unsere Handlungsweisen und unser Verhalten orientieren sich immer an Werten. Wer mit seinem Team authentische Werte definiert, an die sich jeder aus Überzeugung hält, schafft Verbindung zwischen Menschen. Zeigen Sie, dass Sie ein Team sind und wofür Sie stehen.

Attraktives Arbeitsumfeld: Schaffen Sie eine positive Arbeitsumgebung, die Mitarbeitende motiviert und unterstützt. Modern ausgestattete Behandlungsräume, regelmäßige Schulungen und ein angenehmes Arbeitsklima können dazu beitragen. Denken Sie dabei auch an Sozialräume und die Möglichkeit sich in Pausen zurückziehen zu können, um Kraft zu tanken für den verbleibenden Arbeitstag. Zum Arbeitsumfeld möchte ich auch die Arbeitsatmosphäre ergänzen: Schaffen Sie eine Atmosphäre von Wohlwollen, Offenheit und Respekt (die eben auf den Werten beruht). Eine gute Feedback- und Fehlerkultur, die Wachstum als Ziel haben, sind dafür eine gute Grundlage.

Mitarbeiterentwicklung: Bieten Sie Weiterbildungs- und Karriereöglichkeiten an. Zeigen Sie, dass Sie in die berufliche Entwicklung Ihrer Mitarbeitenden investieren. Erkundigen Sie sich nach den Wünschen und Zielen Ihrer Mitarbeitenden, um diese auf ihrem Weg zu unterstützen und gleichzeitig für Ihre Praxis vom Nutzen profitieren zu können. Strukturieren Sie das Vorgehen mit Mitarbeiter-Entwicklungsgesprächen im Jahresturnus.

Authentizität: Ihre Arbeitgebermarke sollte authentisch sein und das widerspiegeln, was Ihre Zahnarztpraxis tatsächlich ausmacht. Kommunizieren Sie im Außen also nur, was im Innen tatsächlich stattfindet.



„Eine gut etablierte Arbeitgebermarke ist für Zahnarztpraxen von unschätzbarem Wert. Sie zieht nicht nur talentierte Mitarbeitende an, sondern fördert auch die Patientenzufriedenheit und damit den Erfolg der Praxis.“

Wie baut man ein professionelles Employer Branding in einer Zahnarztpraxis auf?

Analyse und Positionierung: Analysieren Sie Ihre Praxis, um Ihre Stärken und Alleinstellungsmerkmale zu erkennen. Positionieren Sie sich als Experte für Ihren USP (Unique Selling Point), basierend auf den oben erwähnten Werten. Definieren Sie nicht nur was Patienten erwarten können, sondern auch was neue Mitarbeitende erwarten können – zeigen Sie, dass Sie ein hervorragender Arbeitgeber sind und warum.

Zielgruppenansprache: Identifizieren Sie Ihre Zielgruppe – sowohl Patienten als auch potenzielle Mitarbeitende. Passen Sie Ihre Botschaften entsprechend an. Auch hier spielen die Werte wieder eine lenkende Rolle.

Attraktive Stellenanzeigen: Gestalten Sie Stellenanzeigen ansprechend und informativ. Betonen Sie nicht nur die fachlichen Anforderungen, sondern auch die Praxiswerte und -kultur. Zeigen Sie das authentische Leben und Arbeiten in Ihrer Praxis.

Lassen Sie vielleicht sogar eher die Mitarbeitenden mit deren Botschaften suchen, warum sie so gerne bei Ihnen arbeiten und welchen Mehrwert sie für sich mitnehmen können.

Online-Präsenz: Pflegen Sie eine professionelle Online-Präsenz, einschließlich Website und Social-Media-Profil. Teilen Sie Einblicke in den Praxisalltag und Mitarbeitendengeschichten. Das ist der Schlüssel für die Verbindung von innen nach außen.

Alles wunderbar – doch wie genau kann das Ganze nun umgesetzt werden, dass es authentisch wird. Und was müssen Sie als Chef dafür tun? Führung und wertschätzende Kommunikation sind zentrale Schlüssel.

Offene Kommunikation: Fördern Sie offene Kommunikation zwischen Mitarbeitenden und Führung. Nehmen Sie sich Zeit für regelmäßige Besprechungen und Feedback.

Anerkennung und Wertschätzung: Zeigen Sie Anerkennung für die Leistungen Ihrer Mitarbeitenden. Das heißt, erkennen Sie

Leistung an. Loben Sie auch mal öffentlich. Loben Sie jedoch nur, wenn Sie es so meinen und die Leistung für besonders halten oder Sie einen besonderen Nutzen für Ihre Praxis ziehen konnten. Wertschätzung hingegen bedeutet den Wert des Mitarbeitenden als Menschen zu schätzen. Diese sollte immer da sein und drückt sich in Respekt und Augenhöhe aus. Wertschätzung ist demnach in Ihrem Führungsverhalten auch vorhanden, wenn Sie kritisieren. Das entspricht dem Motto: hart zur Sache und weich zum Menschen.

Entwicklungsmöglichkeiten: Diesen Punkt haben wir weiter oben schon beleuchtet. Besprechen Sie die beruflichen Ziele Ihrer Mitarbeitenden und unterstützen Sie sie bei der Erreichung dieser Ziele. Das motiviert, bindet und macht Mitarbeitende zu Markenbotschaftern der Praxis.

Teambuilding: Organisieren Sie regelmäßig Teambuilding-Aktivitäten, um das Zusammengehörigkeitsgefühl zu stärken. Verbindung ist ein Grundbedürfnis von Menschen. Verbindung schafft Motivation, Engagement und schärft die gemeinsame Blickrichtung. Dafür braucht es Räume, um Verbindung entstehen zu lassen, die ein stressiger Praxisalltag auch mal rauben kann. Räume sind hier sowohl zeitlich wie räumlich zu verstehen. Eine gute Besprechungsstruktur ist der Grundstein. Gemeinsame Routinen für einen Kaffee zwischendurch oder auch mal gemeinsames Mittagessen oder Frühstück sind gute Inseln für Zeit. Das i-Tüpfelchen sind gemeinsame Aktivitäten außerhalb der Praxis.

Kurz: Die kraftvollste Komponente einer starken Arbeitgebermarke ist eine vertrauensvolle Atmosphäre. Diese ist geprägt von dem gemeinsamen Wille erfolgreich zu sein und etwas zu bewegen, Ziele zu verfolgen und dabei immer menschlich und respektvoll miteinander umzugehen. Das zu erreichen, braucht neben der Auswahl der richtigen Personen vor allem Strukturen, die dies fördern und Führungskompetenz, die die benannten Merkmale in ihrem Führungsverständnis innehat.

Eine gut etablierte Arbeitgebermarke ist für Zahnarztpraxen von unschätzbarem Wert. Sie zieht nicht nur talentierte Mitarbeitende an, sondern fördert auch die Patientenzufriedenheit und damit den Erfolg der Praxis. Durch die Schaffung einer positiven Arbeitsumgebung, klare Kommunikation und gezielte Mitarbeitendenentwicklung können Zahnarztpraxen eine starke Arbeitgebermarke aufbauen und langfristig erfolgreich sein. Bedenken Sie, dass Mitarbeitende, die sich wertgeschätzt fühlen, auch dazu neigen, diese Wertschätzung an Ihre Patienten weiterzugeben – und das ist der Schlüssel zu einer florierenden Zahnarztpraxis in der heutigen wettbewerbsintensiven Welt.

Viel Freude und Erfolg beim Aufbau Ihrer Arbeitgebermarke!



© deagreaz - stock.adobe.com

„Die kraftvollste Komponente einer starken Arbeitgebermarke ist eine vertrauensvolle Atmosphäre.“



Ana Pereira

apstairs | human marketing

Grafensteinstraße 39

96052 Bamberg

Tel.: +49 951 1856325

ap@apstairs.de

www.apstairs.de

Infos zur Autorin



fläsh.

Zahnaufhellung
mit Konzept.

Jetzt kostenlosen
Demo-Termin vereinbaren!

Hotline
**04644-
958 90 31**

Online
bluedenta.de



Professionelle Zahnaufhellung auch in Ihrer Praxis!

- **Schonende Behandlung**
mit perfekten Ergebnissen
- **Intuitive Bedienung**
durch neuartiges System
- **Modernstes System**
„Made in Germany“



 **bluedenta**

bluedenta GmbH
Eckernförder Str. 55
24398 Karby

T 04644 - 958 90 31
M info@bluedenta.de
W www.bluedenta.de

