Mitarbeiter halten und neue finden:

Ein praktischer Leitfaden für Dentallabore

Ein Beitrag von Thorsten Huhn

PERSONAL /// In Zeiten, in denen gut ausgebildete, hoch motivierte und im Teamplay erfahrene Fachkräfte seltener sind als die Frage nach Zahnersatz aus Gold, stehen Personalverantwortliche im Dentallabor vor zwei zentralen Fragen: Wie halte ich mein bestehendes Team bei Laune? Und: Wie finde ich neue Leute, die wirklich ins Team passen – und auch bleiben? In diesem Artikel geht es um praktische Tipps, wie jedes Dentallabor Mitarbeiterbindung und Personalgewinnung selbst gestalten kann – einfach umsetzbar, digital (weiter-)gedacht und mit Herz.



Neue Besen kehren gut?

Fachkräftemangel ist real. Laut einer Studie des Instituts der deutschen Wirtschaft fehlen allein im Handwerk über 250.000 Fachkräfte (Quelle: IW Köln, 2023). Und: Einen neuen Mitarbeiter zu finden und einzuarbeiten, kostet gut und gerne 20.000 Euro – und mehr *(Quelle: Statista, 2022)*. Deshalb gilt: Erstmal die Crew sichern, die schon an Bord ist und gute Arbeit leistet.

Fünf Hebel für mehr Mitarbeiterbindung

#1 Offenes Ohr statt verschlossener Tür

Regelmäßige kurze Gespräche mit jedem Teammitglied sind Gold wert. Spontane Feedbacks beim Blick über die Schulter sind genauso wertvoll wie terminierte Mitarbeitergespräche. Die müssen gar nicht lang sein, aber klarmachen, was gut läuft und was eben nicht. Das zeigt Wertschätzung, verhindert Frust und unangenehme Überraschungen. Studien zeigen übrigens: Mitarbeiter verlassen nicht den Job, sondern ihre Führungskraft!

#2 Weiterbildung? Ja, bitte!

Investitionen in Mitarbeiter, gerne auch über den Tellerrand hinaus, schaffen Vertrauen, steigern die Motivation und auch die Qualität der Arbeit. „Wer sich weiterentwickeln kann, bleibt lieber." – sagt nicht nur jeder zweite Mitarbeiter, sondern auch Gallup (Engagement Index 2023). Die Bandbreite der Weiterbildungen reichen von Zahntechnik-Updates in der Gruppe bis hin zur Steigerung persönlicher Kompetenzen im Einzelcoaching – übrigens nicht nur während der Arbeitszeit.

#3 Mehr als nur Gehalt: Benefits im Labor

Vor Jahren tauchte an dieser Stelle der berühmte Obstkorb auf. Der alleine wird 2025 keine ausreichende Bindung zum Einzelnen aufbauen, aber z. B. in Kombination mit

- flexiblen Arbeitszeiten (z. B. Gleitzeit, 4-Tage-Woche),
- Tankgutscheinen, Jobrad, Gesundheitsbonus und/oder dem
- gemeinsamen Frühstück am Freitag

kann jedem Mitarbeiter ein individuelles Angebot gemacht werden. Die Kosten sind überschaubar, die Benefits bringen aber viel.

#4 Digitalisierung = Arbeitserleichterung
Es geht nicht primär um teure Geräte oder komplizierte Software. Es geht um die Erleichterung im Arbeitsalltag, z. B. durch die Abschaffung der Zettelwirtschaft und die Einführung klar dokumentierter Arbeitsabläufe. Natürlich hat moderne Technik (z. B. in Form von Scannern, CAD/CAM und 3D-Druck) auch ihren Platz – das sind Werkzeuge der neuen Generation Zahntechnik. Und die will damit arbeiten. Wer digital ausgestattet ist, wirkt modern, professionell und außerdem attraktiv für Bewerber.

#5 Sichtbare Anerkennung
Ein einfaches, aber regelmäßiges „Danke" bewirkt oft mehr als die gelegentliche Sachzuwendung. Auch kleine Überraschungen zum Geburtstag oder Jubiläum zeigen: Hier zählt der Mensch. Selbst der frühe Gang durch das Labor und ein lächelndes „Guten Morgen" erfüllen ihren Zweck.



THEMA	AUFWAND	WIRKUNG	BEISPIEL
Mitarbeitergespräch	niedrig	hoch	15-Minuten-Check-in jeden Monat
Weiterbildungen	mittel	hoch	Die Führungskraft als Coach
Social Recruiting	hoch	sehr hoch	Reels mit Mitarbeitern
Benefits	niedrig	mittel	Jobrad, flexible Arbeitszeiten
Digitale Kurzbewerbung	niedrig	hoch	Bewerben in 60 Sekunden

Wenn die Suche sein muss: Social Recruiting

Klassische Stellenanzeigen bringen meist nur Bewerbungen von Leuten, die sowieso unzufrieden sind. Die Guten sind nicht aktiv auf Jobsuche. Deshalb braucht es neue Wege der Personalgewinnung, z. B. über Social Recruiting – die neue Art der Mundpropaganda in den sozialen Netzwerken. Drei Vorschläge zur Gewinnung von Personal:

#1 Sichtbar werden, wo die Zielgruppe ist
Die neue Zahntechnikergeneration ist digital aufgewachsen. Wenn das Dentallabor dort nicht sichtbar ist, existiert es für die „digital Natives" schlicht nicht.

So gehts:
- Das Team steht im Mittelpunkt, nicht nur Produkte (auch, wenn es schwerfällt)
- Postings von Alltagsmomenten machen das Rennen: Teamarbeit, Fortbildungen, Geburtstagskuchen, neue Technik
- Kurze Reels oder TikToks mit Humor werden gerne angesehen, z. B. „Wenn der Azubi schneller designt als der Chef …"

TIPP:
Mitarbeitende mit einbeziehen – gemeinsam Inhalte erstellen macht Spaß und stärkt das Teamgefühl!

#2 Bewerben ohne Lebenslauf
Erste Regel: Hürden abschaffen. Bewerber melden sich per WhatsApp oder mit wenigen Klicks über ein kurzes Webformular. Der Lebenslauf kann nach einem ersten Kennenlernen folgen. Diese „60-Sekunden-Bewerbung" ersetzt nicht die Informationen über das Dentallabor (Warum sollte der Bewerber hier arbeiten wollen?) oder gar den Input zur ausgeschriebenen Stelle, die sauber aufbereitet und leicht lesbar auf der Karriereseite des Labors zu finden sind.

#3 Ads statt Anzeigen
Mit gezielter Facebook- oder Instagram-Werbung können genau die Leute erreicht werden, die im Labor fehlen – z. B. Zahntechniker im Bereich Kombitechnik in einem Umkreis von 30 km. Dann folgen die Vorqualifizierung über einen „mobile Funnel" und schließlich die unterschiedlichen Kontaktmöglichkeiten zum Labor. Wichtig bei Ads: Die Anzeige muss „knallen" – bildlich und inhaltlich!

Der Mix machts!

Wirklich erfolgreiche Dentallabore kombinieren kontinuierliche Mitarbeiterbindung und smarte Gewinnung. Sie denken nicht nur ans Heute, sondern auch an die Zukunft.

Was außerdem hilft – drei Tipps zum Nachmachen

Die Begeisterung junger Menschen am Ende ihrer Schulzeit für den Job als Zahntechniker, das Nutzen der Netzwerke von zufriedenen Mitarbeitenden oder das Halten von Kontakt zu Ehemaligen sind weitere Möglichkeiten, um sich gegen den Fachkräftemangel richtig aufzustellen. Und: Im Vergleich zum Social Recruiting liegen die Investitionen im Bereich des persönlichen Engagements und belasten den Geldbeutel weniger.

#1 Azubis als Zukunft – richtig eingesetzt
Kooperationen mit Schulen, Schnuppertage für Schüler sowie Seiteneinsteiger oder die Möglichkeit für Praktika eröffnen die Welt der Zahntechnik für Interessierte. Wer einmal begeistert wurde, bleibt oft treu. Und: Die aktive Einbindung von Azubis schafft Vertrauen – mitreden, mitgestalten und mitwachsen ist für die Generation Z ein „Must-have".

#2 Die Boomer gehen – und die Jungen ticken anders
Apropos Generation Z: Sie legen mehr Wert auf Sinn, Teamgeist und Work-Life-Balance als auf dicke Autos. Dentallabore müssen die Frage beantworten können, warum Zahntechnik die ultimative Aufgabe für junge Leute ist, wie sie dazu vorgehen und was am Ende dabei rauskommt. Die Kommunikation läuft dann über digitale Kanäle, weil sich junge Menschen so informieren.

#3 Bewerberpool statt Einzelkampf
Nicht jeder Bewerber passt sofort. Aber warum, natürlich erst mit Einverständnis, nicht eine Liste mit potenziellen Kandidaten für später führen? Inklusive regelmäßigem Kontakt halten – ein kleiner Gruß per Mail oder WhatsApp hält die Verbindung warm – das gilt im Übrigen auch für „Ehemalige", die auch zurückkommen können.

„Personal" ist kein Zufall – es ist Strategie

Ob als kleines Dentallabor oder als mittelgroßer Betrieb mit zweistelligen Mitarbeiterzahlen: Wer in sein Team investiert, spart später dreifach – Geld, Zeit und Nerven. Der Fokus gehört der Mitarbeiterbindung – und wenn die Suche nach neuem Personal nötig wird, dann ist Social Recruiting sicher erfolgreicher als die klassischen Methoden der Personalgewinnung. Der Fachkräftemangel wird die Branche noch lange begleiten. Wer Mitarbeitergewinnung und -bindung als Strategie versteht und nicht als singuläre Ereignisse, die beim Auftauchen von Problemen angegangen werden müssen, hat die Nase vorn. Wer beim Lesen des Artikels bis zum Ende gekommen ist, der kann beim Betreten seines Labors morgen früh um 8 Uhr auch mal folgendes machen:

- Zwei Mitarbeiter fragen, was wir verbessern können
- Einen humorvollen Instagram-Post planen
- Die eigene Website checken, ob die Karriereseite noch aktuell ist

Ein „entlastendes" Schlusswort: Mitarbeiterbindung ist Chefsache, trotzdem muss die Umsetzung nicht allein am Chef hängen bleiben. Zum Beispiel im Bereich der „Benefits" können die Events (gemeinsames Frühstück etc.) von einem Event-Team geplant und umgesetzt werden. Oder die Einarbeitung in die Digitalisierungsthemen des Dentallabors (CAD-Einweisung) sollte von erfahrenen Kollegen übernommen werden. Delegation von Aufgaben (nicht von Verantwortung!) ist das Zauberwort.



> ***Wer in sein Team investiert,***
> *spart später dreifach –*
> ***Geld**, **Zeit** und **Nerven**.*

Alle Abbildungen: © Lustre Art Group– stock-adobe.com

INFORMATION ///

Thorsten Huhn
handlungsschärfer
www.thorstenhuhn.de

Infos zum Autor

DGSHAPE
A Roland DG Group Company

NEW

Gestalten Sie die dentale Zukunft

mit der neuen Generation von Nass- und Trockenfräsmaschinen



Ihre Wahl für maximale Flexibilität im Fräsprozess

Übernehmen Sie die volle Kontrolle mit der DWX-43W und der DWX-52Di Plus – der nächsten Generation von Nass- und Trockenfräsmaschinen vom weltweit führenden Anbieter DGSHAPE (ein Unternehmen der Roland DG-Gruppe).

Die in Japan entwickelten Maschinen heben Ihr Labor auf ein neues Niveau – mit herausragender Präzision, intuitiver Bedienung und absoluter Zuverlässigkeit.

Klingt interessant?
Dann sichern Sie sich jetzt Ihre persönliche Demo auf **dgshape.eu**!