

Dr. Sophie Schmidt

... arbeitete zunächst als Dozentin und Zahnärztin an der Uniklinik Gießen, später in Praxiskliniken in München und Frankfurt. Ihr Schwerpunkt liegt auf der ästhetischen Zahnheilkunde, insbesondere auf minimalinvasiven Behandlungen, Veneers, Non-Prep Veneers sowie komplexen prothetischen Versorgungen, Zahnimplantaten und moderner Prothetik.

Mit Mut und Empathie

in die Selbstständigkeit

Ein Beitrag von Nadja Alin Jung

Eine eigene Praxis zu gründen, war für Dr. Sophie Schmidt zunächst nicht der offensichtliche Plan. „Ich habe sehr gerne angestellt gearbeitet, in großen Teams mit viel kollegialem Austausch. Lange dachte ich, das sei für mich auch dauerhaft eine gute Option“, erinnert sie sich. Doch mit zunehmender Berufserfahrung reifte der Wunsch, eigene Werte in der Patientenbehandlung konsequenter umzusetzen – und die Freiheit zu gewinnen, selbst zu entscheiden. „Das Unternehmerische hat mich irgendwann genauso gereizt wie die Zahnmedizin. Und ich finde es spannend, als Frau diesen Weg zu gehen.“

Die Gründung erfolgte mitten in der Frankfurter Innenstadt – von Beginn an ein ambitioniertes Projekt. Die Praxis entstand in einem Rohbau, jede Entscheidung musste getroffen werden: vom Gesamtkonzept über das Interior bis hin zu Details wie der Platzierung von Lichtschaltern. Was für Außenstehende nach Stress klingt, beschreibt Dr. Sophie Schmidt als Privileg. Denn die Vision nahm Form an – und die ersten Rückmeldungen der Patienten nach Eröffnung bestätigten den eingeschlagenen Weg: modern, innovativ und gleichzeitig wohltuend anders.

Herausforderungen und Wettbewerb

Natürlich verlief nicht alles reibungslos. Verzögerungen, Lieferengpässe, Unsicherheiten – all das kennt jeder Gründer. Doch Dr. Schmidt betont, dass sich Lösungen oft aus der Situation ergeben und manche Hindernisse im Rückblick sogar Vorteile bringen. Besonders Frauen, sagt sie, neigen dazu, alles allein stemmen zu wollen. „Für mich war es ein Lernprozess, Hilfe von außen anzunehmen. Das macht einen stärker, nicht schwächer."

Frankfurt am Main gilt als hart umkämpfter Markt. Doch Konkurrenz sieht sie nicht als Bedrohung, sondern als Motor für Qualität. „Das ist für Patienten ein Gewinn. Es gibt genug Platz für viele Praxen – entscheidend ist, dass Zahnarzt und Patient zueinander passen. Ich vergleiche das gern mit guten Restaurants: Wenn man Qualität bietet, findet man immer seine Gäste bzw. als Zahnarzt seine Patienten." Patienten profitieren davon, dass mehrere Praxen um sie werben – und Zahnärzte, weil sie dadurch gefordert sind, ihr Angebot zu schärfen.

Atmosphäre, Team und Führungsstil

Schon beim Betreten soll spürbar sein: Hier geht es nicht nur um Zähne, sondern um Menschen. „Ich möchte, dass Patienten runterkommen können – ein Kaffee im Wartezimmer, eine ruhige Stimmung. Gerade Angstpatienten öffnen sich eher, wenn sie sich wohlfühlen." Wer sich entspannen kann, öffnet sich eher und ermöglicht eine vertrauensvolle Behandlung. Dieses Verständnis prägt auch ihr Team. „Ohne Mitarbeiter ist ein Zahnarzt nichts. Mir ist wichtig, dass sie sich in der Praxis wertgeschätzt fühlen. Ein gutes Teamklima ist genauso entscheidend wie moderne Technik." Auch ihr Führungsstil spiegelt diese Haltung. „Viele Frauen denken, sie müssten dominant und mit harter Hand führen, um respektiert zu werden. Ich glaube, Wertschätzung und Interesse an Menschen und ihren individuellen Bedürfnissen sind der Schlüssel." Dass ihre Praxis aktuell ausschließlich aus Frauen besteht, ist Zufall – doch die Rückmeldung der Mitarbeiter ist eindeutig: „Es ist ein anderes Arbeiten als bei männlichen Chefs, die Kolleginnen zuvor erlebt haben."

Marketing und Vision

Zum Gründen gehört nicht nur medizinische Exzellenz, sondern auch Sichtbarkeit. „Als Zahnärztin reicht es nicht, nur hochwertige Arbeit zu leisten. Patienten müssen wissen, dass es die Praxis gibt und wofür sie steht. Das Studium bereitet uns darauf nicht vor." Deshalb entschied sie sich, Marketing von Beginn an professionell aufzustellen – nicht als Werbefassade, sondern als Spiegel der eigenen Werte. Gemeinsam mit einer spezialisierten Agentur entwickelte sie die Corporate Identity, die Website und den gesamten Außenauftritt. Für sie bedeutet das Sicherheit: zu wissen, dass Profis die moderne Handschrift ihrer Praxis nach außen tragen.

Ihre Vision für die kommenden Jahre ist klar: ein kontinuierlicher Aufbau, langfristig ergänzt durch weitere Behandler. „Ich möchte nicht allein arbeiten, sondern Austausch im Team leben. Und ich wünsche mir, dass moderne Zahnmedizin und Wohlfühlatmosphäre noch selbstverständlicher zusammengehören." Besonders wichtig ist ihr auch soziale Verantwortung: „Hochwertige Zahnmedizin darf kein Privileg sein. Deshalb biete ich flexible Modelle wie Ratenzahlung an, damit sich jeder eine moderne Behandlung leisten kann."

> *„VIELE FRAUEN DENKEN, SIE MÜSSTEN DOMINANT UND MIT HARTER HAND FÜHREN, UM RESPEKTIERT ZU WERDEN. ICH GLAUBE, WERTSCHÄTZUNG UND INTERESSE AN MENSCHEN UND IHREN INDIVIDUELLEN BEDÜRFNISSEN SIND DER SCHLÜSSEL."*
>
> **(Dr. Sophie Schmidt)**

Fazit

Am Ende ist es die Kombination aus Mut, Empathie und unternehmerischer Klarheit, die ihren Weg prägt. „Ich möchte andere Frauen ermutigen, den Schritt zu gehen. Man wächst mit den Aufgaben – und man darf sich auch Unterstützung holen. Mut wird belohnt." Ihr Beispiel zeigt: Die eigene Handschrift, eine klare Haltung und die Bereitschaft, Verantwortung zu übernehmen, können auch in einem umkämpften Markt erfolgreich machen.

Infos zur Autorin