

Von der Zahnärztin zur Markengründerin: Dr. Katharina Broos entstammt einer Zahnarztfamilie – beide Eltern, Dr. Verena Broos und Prof. Dr. Bernhard Broos, waren zahnärztlich tätig – und sie ist Unternehmerin aus Leidenschaft. Dabei vertraut sie den elterlichen Vorbildern, ihrem Netzwerk, ihren Werten und der Überzeugung, dass so lange ein Higher Purpose im Mittelpunkt steht, jeder Erfolg möglich ist.

Es sollte nie ums Geld gehen!

Warum „nur" am Behandlungsstuhl stehen, wenn es auch vielfältiger geht? Die Münchner Zahnärztin und Praxisinhaberin Dr. Katharina Broos hat ihr zahnmedizinisches Fachwissen und ihren kompromisslosen Qualitätsanspruch aus dem klassischen Praxissetting in eine Oral Care Premium Brand einfließen lassen und verleiht so dem zahnärztlichen Unternehmertum eine ganze eigene Handschrift. Dabei hat sie die Prinzipien ihrer Praxisgründung und -führung auf ihre Dr K Dental Health & Esthetics GmbH übertragen – mit großem Erfolg!

Ein Beitrag von Marlene Hartinger

Frau Dr. Broos, welche Learnings aus der Praxisführung haben Sie auf Ihre Brand-Entwicklung übertragen?
Als ich vor fünf Jahren die Praxis meiner Eltern übernahm, stand für mich von Anfang an fest: Ich outsource, was geht. Von Abrechnung über Factoring und Bohrschablonen für Implantate bis hin zur Buchhaltung und Telefonie. Outsourcen war die beste Entscheidung! So konnte ich mich sofort auf die Patientenversorgung, das Teambuilding und die Praxisführung konzentrieren. Noch dazu arbeite ich eng mit einer fantastischen Coachin zusammen und habe ein unglaublich fähiges und wahnsinnig treues Team im Rücken. Der Mix aus genau abgesteckter Expertise, Kompetenz und Input meinerseits und die Auslagerung von Aufgaben andererseits funktioniert perfekt. Daher sind wir, mein Mann und ich, bei der Gründung unserer GmbH und der Produktentwicklung und -umsetzung genauso verfahren: Wir haben uns die Besten aus jedem Bereich gesucht, von Hersteller, Entwicklung, Design, Fulfillment, sogar unsere Verpackung ist vom Tegernsee Gmund Papier. Mein Anspruch war, ein High-End-Produkt made in Germany auf den Markt zu bringen. Das haben wir geschafft und sind sehr stolz darauf. Das Wichtigste aber sind die eigenen Werte, ob in der Praxis oder als Unternehmerin: Ich behandele in der Praxis meine Patient/-innen so wie ich behandelt werden möchte. Ich entwickle eine Zahnpasta, die ich natürlich auch selbst jeden Tag benutze. Eigenverantwortung, Fairness und Qualität sind Werte, die ich in meiner Praxis und mit meiner Brand jeden Tag lebe.

Sie sind auch als Content Creator und Influencerin tätig. Welche Messages transportieren Sie über Ihre Inhalte?
Meine Accounts @dr.katharinabroos und @dr.katharinabroosdental sind für mich vor allem verlängerte Aufklärungsräume. Meine Key Messages via Social Media sind zum einen meine Zahnarztpraxis in München mit Fokus auf meine Behandlungen im Bereich Ästhetik und Implantologie, mein Herzensthema Longevity und alle wissenschaftlichen Treatments und Routinen, die damit verbunden sind. Zum

„Für mich beginnt unternehmerisches Denken mit einem Higher Purpose und medizinischer Substanz. Es sollte nie ums Geld gehen! Mein Higher Purpose ist die Gesundheit meiner Patient/-innen und Familie. Die medizinische Substanz zeigt sich in der zahnmedizinischen Expertise und einem kompromisslosen Qualitätsanspruch."

Dr. Katharina Broos

anderen zeige ich hier unsere Mundpflege-Brand „Dr. Katharina Broos" und spreche über Mundmikrobiom, gute Zahnpasta und tägliche Mundpflegeroutinen.

Meine zentrale Botschaft dahinter ist sehr klar: Gesundheit beginnt im Mund, und schöne Zähne sind idealerweise das Ergebnis guter Mundgesundheit. Durch meine Sichtbarkeit und Reichweite bin ich in diesem Jahr sehr viel als Speakerin für Longevity und Mundgesundheit unterwegs, spreche in Podcast über die Themen, die mir wichtig sind und werde auch in Magazinen für Interviews angefragt. All das macht mich sehr glücklich und erweitert meinen beruflichen Rahmen um ein Vielfaches.

Wie wichtig ist aus Ihrer Sicht unternehmerisches Denken für die moderne Zahnmedizin?
Unternehmerisches Denken wird für moderne Zahnarztpraxen immer wichtiger, weil Patient/-innen heute ganzheitlicher betreut werden wollen als früher. Es reicht nicht mehr, nur fachlich gut zu behandeln: Man muss auch Prozesse, Kommunikation, QM, Prävention, Markenvertrauen und Patientenerlebnis stets bedenken und das eigene ethische, werteorientierte Leadership hinterfragen und schärfen. Außerdem glaube ich: Spezialisierung is everything! Das Thema Longevity und ganzheitliche Gesundheit ist mir persönlich unglaublich wichtig und ich bin überzeugt, dass diese Themen die Zukunft bestimmen werden. Wir sind nicht nur Handwerker, sondern auch Heiler! Für mich liegt die Zukunft in einer hochwertigen, wissenschaftlich fundierten, unternehmerisch erfolgreichen und zugleich herzlichen familiären Zahnmedizin, die eng mit der Allgemeingesundheit verknüpft ist.

Weitere Infos auf
www.drkatharinabroos.de.



Qualität aus Überzeugung

„Ich wollte nicht nur in meiner Praxis behandeln und heilen, sondern auch ein Produkt entwickeln, hinter dem ich fachlich und persönlich stehen kann. Als ich vor vier Jahren mit meiner Recherche begann, wurde mir bewusst, dass es keine Zahnpasta gab, die meinen Anspruch an Wirksamkeit, Sanftheit und Ästhetik konsequent vereint. Ein Schlüsselelement war dabei das Whitening.
In meiner Zahnpasta kommen die pflanzlichen Enzyme Bromelain und Papain zum Einsatz, die die Zähne sanft aufhellen können.
Nach zahlreichen Learnings, schlaflosen Nächten und langen Wochenenden gemeinsam mit unserem deutschen Entwicklungslabor und Hersteller haben wir im vergangenen Jahr schließlich die Whitening Wonder Zahnpasta gelauncht. MADE IN GERMANY.
Der Erfolg war überwältigend: 10.000 Stück waren innerhalb der ersten drei Monaten ausverkauft.
Darüber haben wir uns natürlich sehr gefreut – und für mich ist das ein starkes Zeichen dafür, wie sehr das Produkt den Nerv der Zeit trifft. Eine moderne, ästhetische Mundpflege, die Gesundheit, Schönheit und Qualität endlich zusammenbringt.

Mein Leitsatz lautet: **HEALTH = BEAUTY**."