

# „Man sollte zu keinem Zeitpunkt das Gefühl haben müssen, alleine dazustehen“

**INTERVIEW >>>** Mit 26 Jahren die eigene Praxis gegründet und seit zwei Jahren erfolgreich praktizierende Zahnärztin in Niendorf an der Ostsee: Dr. Lilly Qualen spricht im letzten Teil des Interviews mit Maximilian Voigt, Ansprechpartner für Existenzgründer bei der DAMPSOFT GmbH, über Herausforderungen in Sachen Marketing, Personalsuche und Qualitätsmanagement.

**Text:** Maximilian Voigt

## **Dr. Qualen, nach welchen Kriterien haben Sie die Ausstattung Ihrer Praxis ausgewählt?**

Es gibt die drei Grundkriterien „Kosten, Design und Funktionalität“, die jeder Zahnarzt bei der Anschaffung abwägen muss. Zunächst habe ich mich bei der Zahnärztekammer über alle baulichen und hygienischen Anforderungen informiert. Da gibt es Grundsätzliches, das man braucht, wie die Instrumentenaufbereitung. Hier darf man nicht am falschen Ende sparen, weshalb Gebrauchtgeräte für mich nicht infrage kamen. Andere Gerätschaften, wie ein Anmischgerät, müssen für mich nicht nagelneu sein, die funktionieren viele Jahrzehnte einwandfrei. Bei den Behandlungseinheiten habe ich auf meine Erfahrung zurückgegriffen: In der Universität hatten wir tolle Behandlungsstühle, die ich dann auch für meine eigene Praxis angeschafft habe. Dabei standen für mich Funktionalität und Design über den Kosten, denn hier sitzen meine Patienten und ich den ganzen Tag.

## **Wo haben Sie sich bezüglich spezieller Gerätschaften noch informiert?**

Ich war auf einigen Messen, zum Beispiel auf der IDS in Köln. Dort habe ich mir viel angeschaut und mich beraten lassen. Auch im Depot konnte ich viele Informationen einholen und mir die Geräte anschauen. Einiges konnte ich natürlich aus Praxen, in denen ich gearbeitet hatte.

# EINE CHECKLISTE, VIELE TIPPS!

Gerade, wenn es um die Personalgewinnung geht, ist ein großes Argument der Wohlfühlfaktor. Der fängt beim Gründer selbst an: Was kann ich tun, damit meine Praxis ein attraktiver Arbeitsplatz wird? Auch für die Patientengewinnung ist Authentizität und persönliche Bindung ein wichtiger Aspekt. Neben Personalgewinnung und Marketing sind Praxis- und Qualitätsmanagement wichtige Eckpunkte. Aus Dr. Lilly Qualens Erfahrungen ist in Zusammenarbeit mit DAMPSOFT eine Checkliste für die Existenzgründung entstanden.



**Nutzen Sie die Checkliste für die eigene Gründung!**

Mehr erfahren unter: [www.dampsoft.de/startup](http://www.dampsoft.de/startup)



© Worawut – stock.adobe.com

## **Stichwort Mitarbeiter: Wie sind Sie die Personalsuche angegangen?**

Die Personalsuche war eine größere Herausforderung. Hier hat mir mein Netzwerk an Kollegen sehr geholfen. Ich weiß, dass ältere Kollegen früher Dutzende Bewerbungen bekamen und aussortieren konnten. Das ist heute nicht mehr so. Es muss definitiv daran gearbeitet werden, dass der Beruf der ZFA wieder attraktiver wird.

## **In Ihrer Praxis herrscht eine Du-Mentalität. Ist der freundschaftliche Umgang eine Stärke Ihres Teams?**

Die Stärke eines Teams entsteht nicht dadurch, ob man sich duzt oder siezt. Das hat keinen Einfluss, wenn man menschlich miteinander klarkommt. Für mich war das Du eine ganz klare Sache, weil meine Mitarbeiterinnen genauso alt sind wie ich. Da wäre es mir komisch vorgekommen, wenn wir uns siezen. Ich brauche das auch nicht für mein Ego, dass ich die „Frau Doktor“ bin. Viel wichtiger als die Anrede ist der Umgang miteinander. Mittlerweile bekomme ich Initiativbewerbungen, weil die Helferinnen natürlich auch ihr Netzwerk haben und ein guter Arbeitsplatz sich schnell herumspricht.

## **Was unternehmen Sie konkret, um Ihr Personal weiterzuentwickeln? Bieten Sie Fortbildungen an?**

Es gibt Standardfortbildungen, die jeder absolvieren muss, wie zu den Themen Hygiene oder Strahlenschutz. Mir ist es aber auch wichtig, über den Tellerrand zu schauen. Wir haben beispielsweise alle zusammen eine Fortbildung zur Herstellung von Provisorien gemacht. Es gibt Inhalte, für die ich selber nicht die Zeit habe, sie in Gänze zu vermitteln. Da investiere ich lieber in eine effektive Fortbildung für alle. Wer sich weiterentwickeln möchte, dem ermögliche ich es. Es bringt Mehrwerte für die ganze Praxis, wenn das neue Wissen sinnvoll umgesetzt wird.

## **Sie sind auf Instagram sehr präsent. Hatten Sie von Anfang an ein Marketingkonzept?**

Nein, gar nicht. Wir haben uns eher auf Mund-zu-Mund-Werbung verlassen.

## **Das ist unterm Strich auch das Erfolgreichste, oder?**

Das stimmt. Aber es kamen auch im zweiten Jahr noch neue Patienten, die sagten: „Ich wusste gar nicht, dass hier eine Praxis ist. Wenn ich das vorher gewusst hätte!“ Wir haben uns unseren



Stand erarbeitet. Es gibt einen guten Internetauftritt, was wichtig ist, um gefunden zu werden. Dafür gibt es Experten, die sich um so etwas kümmern. Eine gute Website mit ansprechenden Bildern ist die halbe Miete, um in der Region gefunden zu werden.

**Dann aber entschieden Sie sich, Social-Media-Kanäle zu nutzen. Warum?**

Hier kann man besonders die jüngeren Generationen erreichen oder auch internetaffine Menschen. Man hat hier die Möglichkeit, einen persönlichen Eindruck der Praxis zu vermitteln, was sowohl für die Patienten- als auch für die Mitarbeitergewinnung von Vorteil ist. Auch für die Patientenbindung. Facebook sehe ich eher als informativen Kanal, auf dem ich zum Beispiel über Öffnungszeiten, neue Materialien oder Behandlungsspektren berichte. Instagram bietet Raum für Emotionales oder den Zahnarztalltag. Hier sehen die Patienten auch die persönliche Seite des Behandlers oder der Mitarbeiter. Aber auch ganz einfache Dinge: Wie sieht die Praxis aus? Wie ist die Stimmung dort? Man kann über Social Media viele Informationen transportieren, was zum Beispiel für Angstpatienten sehr hilfreich sein kann, denn sie haben die Möglichkeit, schon im Vorfeld einen Eindruck zu gewinnen. Auch wichtig finde ich den Input über Zahnmedizin, den wir über Social Media für Studierende oder Assistenzärzte weitergeben können. Kanäle wie Instagram sind ja auch keine Einbahnstraßen. Hier bilden sich Communities und es findet ein Austausch statt.

**Sie füllen Instagram also mit Zahnarztleben ...**

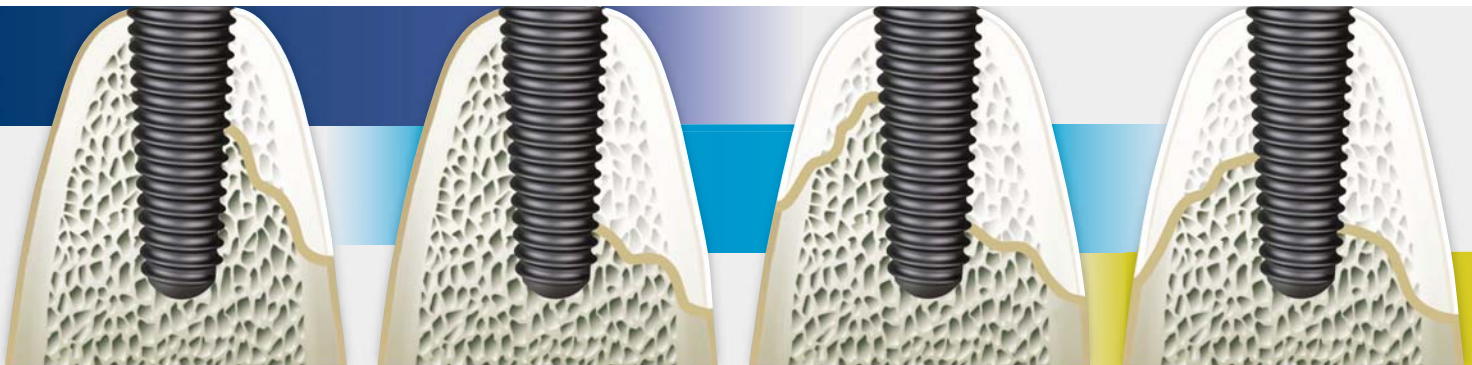
... Genau. Eine Homepage kann auch Räumlichkeiten und Gesichter abbilden. Über Social Media wird das Ganze lebendiger. Der Patient entscheidet auch vielfach auf emotionaler Ebene, weil er das Fachliche gar nicht vollumfänglich beurteilen kann und auch nicht muss. Da bekommt die menschliche Komponente bei der Wahl der Praxis ein besonderes Gewicht. Es muss authentisch sein, das ist uns wichtig. Außerdem ist es ganz nett, wenn Patienten Aufhänger für ein Gespräch haben, wie „Ich habe gesehen, Sie waren in Tansania, erzählen Sie doch mal!“ Es ist schön, einen persönlichen Draht zu den Patienten zu entwickeln.

**Haben Sie zum Abschluss einen ganz allgemeinen Tipp für Existenzgründer?**

Das Wichtigste bei der Praxisgründung ist: Man sollte zu keinem Zeitpunkt das Gefühl haben, mit allem alleine dazustehen. Man kann alleine gründen, aber man sollte sich immer auch auf ein Back-up in Form von Businesspartnern, Kollegen oder Familie berufen. Ganz allein wird es nicht klappen. Man braucht einfach Unterstützung bei allen möglichen fachlichen und persönlichen Themen. Das würde ich jedem Gründer raten. Wenn man zu zweit gründet, hat man einen direkten Ansprechpartner. Als Einzelgründer muss man sich seine Partner eben in Familie, Freunden, Kollegen oder Dienstleistern suchen. <<<



# Das defektorientierte Geistlich-Konzept



KLASSIFIKATION DER ALVEOLARKAMMDEFEKTE\*

## Guided Bone Regeneration

kleine Knochendefekte

## Stabilized Bone Regeneration

kleinere komplexe Knochendefekte

## Customized Bone Regeneration

größere komplexe Knochendefekte

### EMPFOHLENE MATERIALIEN

Geistlich Bio-Oss®

Geistlich Bio-Gide®

Geistlich Bio-Oss®

Geistlich Bio-Gide®

Geistlich Bio-Oss®

Geistlich Bio-Gide®



Titan-Pins



Schirmschrauben



Mikroschrauben



Titangitter

**Yxoss CBR®**  
hergestellt von ReOss®

\*modifiziert nach Terheyden H. (2010). DZZ 65:320-331

Bitte senden Sie mir folgende Broschüren zu:

- Informationsbroschüre | Das defektorientierte Geistlich-Konzept
- Therapiekonzepte | Kleinere Knochenaugmentationen
- Broschüre | Instrumente und Zubehör
- Yxoss CBR® Produktkatalog mit Therapiekonzepten

## Mehr Stabilität und Sicherheit

Geistlich Biomaterials Vertriebsgesellschaft mbH  
Schneidweg 5 | 76534 Baden-Baden  
Tel. 07223 9624-0 | Fax 07223 9624-10  
info@geistlich.de | www.geistlich.de