

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 kannte 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



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 Mundzu-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.

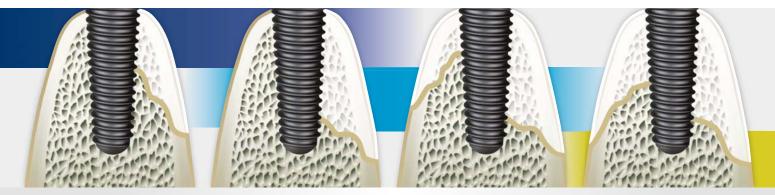
Haben Sie zum Abschluss einen ganz allgemeinen Tipp für Existenzgründer?

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 **B**one **R**egeneration

kleine Knochendefekte

Stabilized **B**one **R**egeneration

kleinere komplexe Knochendefekte

Customized Bone Regeneration

größere komplexe Knochendefekte

EMPFOHLENE MATERIALIEN







* 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 -