



Marlene Hartinger

Alle Referenten auf einen Blick: V.l.n.r.: Lothar Schoebel, Carsten Schlüter, Selma Zeni-Menzl, Uwe Schäfer, Tobias Reuleke, Stephan Tafferner.

© Christian Schlüter

Praxisrelaunch: Warten war gestern!

VERANSTALTUNG Am 17. November lud das Dentalunternehmen Pluradent interessierte Zahnärzte zu einer Exklusivveranstaltung in das Münchner 5-Sterne-Hotel Sofitel ein. Die Veranstaltung war das sechste Event einer deutschlandweiten Reihe zum Thema Praxisrelaunch, die erstmals 2017 ins Leben gerufen wurde und, aufgrund großer Resonanz, 2018 fortgeführt wird. Insgesamt konnten sich bisher ca. 150 Zahnärzte in einem besonderen Ambiente – einer Mischung aus Seminar und exklusiver Abendveranstaltung – über zentrale Aspekte rund um das Vorhaben Praxisrelaunch informieren und dabei ganz konkret für sich prüfen, ob diese Art der Veränderung den eigenen Kompetenzen und Zielsetzungen entspricht.

Nach einer kurzen Einleitung durch Stephan Tafferner (Vertriebsleiter Süd Pluradent) zu den Leistungen und Hilfestellungen, die Pluradent als Allround-Partner potenziellen Praxisrelaunchern bietet, erörterte Carsten Schlüter (Geschäftsführer m:consult) die ganz individuellen Beweggründe eines Praxisrelaunches. Dabei können die Motivationslagen, warum sich ein Praxisinhaber für einen Relaunch entscheidet, höchst vielfältig sein. Ob es darum geht, sich zu vergrößern und zu expandieren, sich zu spezialisieren, eine Gemeinschaftspraxis zu gründen oder sich über einen neuen Standort zu modernisieren – unterm Strich verlangt ein Praxisrelaunch neben einer ausführlichen Vorbereitung in Zusammenarbeit mit Partnern wie der Pluradent die eigene, feste Überzeugung, trotz Herausforderungen, Verzögerungen, Last-Minute-Änderungen, das Richtige zu tun. Denn, wenn es vollbracht ist, wird der Praxisinhaber reichlich belohnt! Wie es im Testimonial von Tobias Reuleke, einem Praxisrelauncher aus Hannover, heißt: „Es ist einfach unglaublich. Ich würde es immer wieder tun, auch mit allen Problemen, die es zwischenzeitlich zu überwinden galt.“

Wichtig ist zudem, so betont Carsten Schlüter, einen Praxisrelaunch von vornherein als das zu verstehen, was es ist: das Wachsen und Optimieren einer etablierten und gut funktionierenden Praxis und nicht die Lösung eines Problems. Denn wenn es im Kleinen nicht aufging, die finanziellen Grundstrukturen hier schon wackelten, funktioniert es in größeren Dimensionen noch weniger und ist, mit großer Wahrscheinlichkeit, zum Scheitern verurteilt.

Teppich und Gardinen raus, modernes Design rein

Wie ein erfolgreicher Praxisrelaunch im Resultat aussehen kann, das zeigte anhand von Vorher-Nachher-Aufnahmen von Beispielpraxen die erfahrene Diplom-Ingenieurin für Innenarchitektur Selma Zeni-Menzl (Pluradent). Bis die Räumlichkeiten einer Praxis zur Inbetriebnahme fertig sind und sich die Magie des Neuen entfalten kann, gilt es einen komplexen Prozess zu durchlaufen, der unter anderem die Teilschritte Bestandsaufnahme, Bedarfsanalyse, genaueste Planung der Räumlichkeiten, Abklärung von Gesetzen und Richt-

linien einschließt. Hierbei werden Praxisinhaber durch regional zur Verfügung stehende Spezialisten für Fachplanung und Innenarchitektur der Pluradent, wie Frau Zeni-Menzl, professionell, kompetent und tatkräftig unterstützt. Die Aufnahmen, die in München gezeigt wurden, verdeutlichen einmal mehr, wie oftmals überfällig die durchgeführten Veränderungen waren – Teppich und gelbliche Gardinen stehen hier beispielhaft für alte Standards – und wie selbstverständlich das erachtet, ja erwartet wird, was heutzutage als zeitgemäß gilt.

Erfolg ist immer individuell

Jenen Faktoren, die den wirtschaftlichen Erfolg einer Praxis wesentlich bedingen, widmete sich Uwe Schäfer (CFO Health AG). Neben Standort-, Marketing- und Organisationsfaktoren sind es vor allem persönliche Aspekte des Praxisinhabers und potenziellen Relaunchers, die einer Praxis zum Erfolg verhelfen. Denn nur all jene, die sich u.a. durch ein unternehmerisches Format auszeichnen, Freude am Beruf haben und zugleich auf Erfolg fokussiert sind, das eigene Leistungsvermögen reflek-



PRAXISRELAUNCH BY PLURADENT

tieren und eine hohe Schaffenskraft und Kooperationsbereitschaft haben, gehen gestärkt aus der Veränderung hervor. Zudem entscheidet gleichermaßen die Freude an Innovation und ein chancenorientiertes Denken. Für ein erfolgreiches Unternehmen wie das einer profitablen Zahnarztpraxis zählen somit neben den notwendigen finanziellen Größen, die es bis ins kleinste Detail und mit etwas Spielraum für Eventualitäten durchzurechnen gilt, in gleichem Maße die Skills und Eigenschaften des Entrepreneurs. Nur beides zusammen macht nachhaltigen Erfolg greifbar.

Überzeugte Praxisrelauncher

Den Bogen von der Theorie zur Praxis schlugen am späteren Freitagnachmittag dann die zwei Zahnärzte Lothar Schoebel und Tobias Reuleke aus Hannover, die von ihren ganz konkreten Erfahrungen und Erlebnissen des Praxisrelaunches berichteten. Mit dem Wunsch, ihren Behandlungsstandard und das Leistungsspektrum deutlich zu erweitern, hatten sich die Hannoveraner Zahnärzte 2015 zu einem Umzug und Neustart entschlossen. Natürlich liefen nicht alle Etappen glatt und es galt die eine oder andere Hürde mit Unternehmergeist gekonnt zu überwinden. Schlussendlich aber, so bestätigten beide Zahnärzte unisono, war der Schritt hin zu einer neuen, größeren und den eigenen Ansprüchen und Vorstellungen entsprechenden Praxis der einzig richtige Weg, von dem die Behandler, Mitarbeiter und Patienten gleichermaßen tagtäglich profitieren.

„You are not a tree!“

Zum Abschluss der gelungenen Veranstaltung übernahm Moderator Carsten Schlüter nochmals das Wort und zeigte wichtige Aspekte des Marketings im Zusammenhang mit einem Praxisrelaunch auf. So gelte es, im Vorfeld einer jeden Maßnahme, unmittelbare wie mittelbare Ziele genau zu formulieren. Dass das Internet als Marketinginstrument nach wie vor vielerorts vernachlässigt wird, mache stutzig, so Schlüter. Liegen doch die Vorteile, die eine professionelle In-



Abb. 2

© Christian Schlüter



Abb. 3

© Christian Schlüter

Abb. 2: Diplom-Ingenieurin für Innenarchitektur Selma Zeni-Menzl (Pluradent) erläuterte anhand ausgewählter Beispielprixen mögliche Gestaltungsvarianten, die sich mit einem Praxisrelaunch realisieren lassen. **Abb. 3:** Die Veranstaltung von Pluradent bot vielfache Hinweise und Anregungen für potenzielle Relauncher.

ternetpräsenz mit sich bringen, eindeutig auf der Hand! Gleichzeitig müsse die Regelkommunikation intensiviert werden. Dabei sollten verschiedene Kanäle, ob Print wie Online, genutzt werden. Denn nur wer nach außen hin in Erscheinung tritt und effektiv seine Kompetenzen und Stärken kommuniziert, kann gehört, gesehen, wahrgenommen werden. Das heißt zugleich, nur der, der etwas tut, der dem Entschluss die Tat folgen lässt, kann Ergebnisse einfahren. Denn wie es der amerikanische Unternehmer Jim Rohn treffend festhielt: „If you don't like it where you are, change it. You are not a tree.“ Nach den Schlussworten von Stephan Tafferner waren die Teilnehmer zum Ausklang der Veranstaltung in das hoteleigene Restaurant Schwarz & Weiß zu einem stimmungsvollen Dinner eingeladen.

INFORMATION

Pluradent AG & Co KG

Kaiserleistraße 3
63067 Offenbach am Main
Tel.: 069 82983-0
www.praxisrelaunch.de

Infos zum Unternehmen



Infos zur Autorin

