

AUF'S NÄCHSTE LEVEL FÜHREN

FÜNFTÄGIGE INTENSIVFORTBILDUNG SCHÄRFT PRAXIS-
INHABER*INNEN DEN UNTERNEHMERISCHEN BLICK



Wodurch wird eine Gruppe von Mitarbeitenden zu einem erfolgreichen Praxisteam, das langfristig motiviert und effizient zusammenarbeitet? Wie gelingt gute Teamführung im Praxisalltag? Was gehört zu einem zeiteffektiven Controlling in einer Zahnarztpraxis? Welche Vorteile bietet HKP-Telefonie? Wie sieht eine zeitgemäße Praxis-Website aus, die im Internet von potenziellen Patient*innen auch wirklich gefunden wird? Welche Strategien des digitalen Praxismarketings unterstützen dabei, gezielt Patient*innen zu gewinnen?

Das sind nur einige der Fragen, denen sich anlässlich der fünftägigen Business Booster-Intensivfortbildung im Oktober 2022 am Schliersee bei München acht Coaches und Expert*innen aus den Bereichen Personal, Finanzen, Marketing und Recht widmeten. Im engen Austausch mit 18 hochmotivierten jungen Praxisinhaber*innen gaben sie ihr Know-how weiter und zeigten Wege auf, individuelle Herausforderungen im unternehmerischen Praxisalltag zu meistern.

Wie die Rückmeldungen zur ersten Ausgabe des Business Booster 2022 sind, welche Tipps und Tricks der Profis gleich in der Zahnarztpraxis umgesetzt werden konnten und welche Themen im Nachgang des Events mit den Coaches vertieft werden, führen einige der Teilnehmer*innen für CAMPUS aus.

Intensive Workshops mit begeisternden Experten, ein intensiver kollegialer Austausch fernab des Routinetrubels, praxisnahe Impulse für das eigene Unternehmen Zahnarztpraxis und eine inspirierende Atmosphäre: Das erwartete die „Business Booster“-Teilnehmenden, die an vier Tagen mit E-Bikes rund 850 Meter hoch zur Tagungsstätte „Basislager Schliersee“ fuhren und bei einzigartigem Blick über den Schliersee und in die bayerischen Voralpen bereit waren, sich unternehmerisches Know-how anzueignen, um ihre eigene Praxis weiterzuentwickeln und zu stärken.

DIE RICHTIGEN STELSCHRAUBEN KENNEN

„Nach den Seminartagen will man am liebsten alle guten Tipps der Experten umsetzen und mit jedem der Coaches einen individuellen Termin vereinbaren“, fasst Dr. Jana Alexandra Michel im Gespräch mit der Autorin begeistert zusammen. Die Zahnärztin, die seit 2018 in München niedergelassen ist, führt aus: „Die Pandemie hat vieles in den Hintergrund gerückt. Nun ist es Zeit, die Praxis auf das nächste Level zu bringen.“ Sie sei mit dem Wunsch an den Schliersee gekommen, „direkt etwas in die Praxis mitzunehmen und möglichst zeitnah umzusetzen. Finanzen, Marketing, Personalführung – jedes Thema für sich habe sie angesprochen und „hat Lust auf mehr gemacht“.

Dr. Konrad Leonhardt, der in eigener Praxis in Leipzig niedergelassen ist, berichtet, wie er gleich zu Beginn seiner Selbstständigkeit die Erfahrung gemacht hat, dass „Themen wie Betriebswirtschaft und Personal unheimlich wichtig sind, was ich in den ersten Monaten der Selbstständigkeit deutlich unterschätzt hatte.“ So sei viel Arbeit und Energie verpufft. Für Leonhardt war das Seminar Anlass und Möglichkeit, zum einen den Referenten Sascha Maynert, mit dem der Zahnarzt bereits im Zuge seines Praxismarketings zusammenarbeitet, persönlich zu treffen und zum anderen „Tipps und Tricks“ vom Profi zu bekommen, um proaktiv zum Beispiel bei wirtschaftlichen Herausforderungen gegenzusteuern und die richtigen Stellschrauben für ein gutes Betriebsklima zu kennen“.

In diesem Zusammenhang hat Dr. Leonhardt gleich zwei sehr starke Impulse aus dem Business Booster-Seminar mitgenommen und in seiner Praxis umgesetzt: „Alle Angestellten sollten für ihre ‚Kerntätigkeiten‘ nur zu 80 Prozent verplant werden; die verbliebenen 20 Prozent dienen dazu, Aufgaben zu erledigen, die sonst liegen bleiben, aber fürs Weiterkommen der Praxis mitentscheidend sind“, führt Dr. Leonhardt einen Hinweis der professionellen Beraterin und Expertin Gudrun Mentel (Booster-Workshop „Personal“) aus.

**WIE SICH ZAHNÄRZT*INNEN
UND PRAXISINHABER*INNEN
SICHER IM SPANNUNGSFELD
VON RENTABILITÄT UND
GUTER (ZAHN)MEDIZIN
AUFSTELLEN, BELEUCHTETE
FINANZEXPERTE UWE
SCHÄFER, M:COMPANY,
ANLÄSSLICH DER
BUSINESS BOOSTER-
INTENSIVFORTBILDUNG.**



„In diesem Zuge werden wir noch eine Mitarbeiterin einstellen müssen und das hoffentlich auch bald tun können.“ Der zweite für den Zahnarzt aus Leipzig wichtige Impuls betrifft den Finanzbereich: „Ich habe ein professionelles Controlling System eingeführt, wie es der Finanzexperte Uwe Schäfer empfohlen hat.“ Steuerberater böten zumeist lediglich eine „Betriebswirtschaftliche Auswertung“ (BWA) an, die „für Nicht-Steuerberater schwer zu lesen und zu interpretieren ist“, so Leonhardt. Außerdem „bietet die BWA eine rein retrospektive Darstellung der Wirtschaftszahlen. Gerade in Krisenzeiten sollte man aber vorausschauend planen können.“



INDIVIDUELLES COACHING IM NACHGANG DES EVENTS

Dr. Romina Viola Holler arbeitet seit mehr als sieben Jahren und aktuell noch als angestellte Zahnärztin in leitender Position in einer Zahnarztpraxis in Korbach/Hessen, in der sie in die Mitarbeiterführung und Weiterentwicklung der Praxis integriert ist. Vor diesem Hintergrund hat sie bereits Einblick in den Alltag eines Praxisinhabers erlangt und ist nun auch mit Blick auf eine mögliche Praxispartnerschaft „mit Zahlen und Fakten beschäftigt. Daher war ich unter anderem sehr gespannt auf Uwe Schäfers Vortrag“. Das Finanzthema will die Zahnärztin nun weiter vertiefen und nimmt das besondere Angebot der Straumann Group an, im Nachgang zum „Business Booster“-Seminar einen individuellen Coachingtag mit bis zu zwei Expert*innen der Fortbildung vereinbaren zu können. Um gemeinsam mit einem Profi „die Praxiszahlen zu analysieren“, hat sich die Zahnärztin für einen Coachingtag mit dem Finanzexperten entschieden. Auf diese Weise sollen die Teilnehmer*innen maximal von dem Erlernten profitieren können und die Theorie in einem persönlichen Coaching in den Praxisalltag integrieren.

WEITERE TERMINE IN 2023 FINDEN SIE UNTER:
www.straumanngroup.de/businessbooster



UM STRATEGIEN, KANÄLE UND INSTRUMENTE FÜR EIN ERFOLGREICHES DIGITALES PRAXISMARKETING GING ES SASCHA MAYNERT, DER SEIN KNOW-HOW AUS 20 JAHREN ERFAHRUNG IM ONLINE-MARKETING MIT DEN SEMINAR-TEILNEHMENDEN WEITERGAB.

Worauf der Fokus liegt und „was für die eigene Praxis Priorität Nummer 1 hat, hängt von den persönlichen Zielen ab“, verdeutlicht die Münchner Zahnärztin Dr. Michel und ergänzt:

„Ich fokussiere mich darauf, meine bestehenden Praxisressourcen zu verbessern. Mein Ziel ist, die Praxisstruktur, die grundsätzlich schon ganz gut ist, weiter zu optimieren, so dass eine Steigerung in Hinblick auf Qualität und Quantität

DIE QUALITÄT DER MITARBEITERFÜHRUNG IST LÄNGST ZU EINEM WETTBEWERBSFAKTOR GEWORDEN. ZIELGERICHTETE FÜHRUNGSINSTRUMENTE ERMÖGLICHEN ES, EINE PRAXISKULTUR ZU SCHAFFEN, MIT DER SICH ALLE WOHLFÜHLEN UND ERLEICHTERN DAS MITEINANDER IM TEAM, WEISS PERSONALEXPERTIN GUDRUN MENTEL.



gelingt.“ So hat sich die engagierte Zahnärztin und Praxisinhaberin während der Fortbildung eine To-do-Liste angelegt, um kleine und große Impulse gleich in ihrer Praxis umzusetzen:

„Das von Jan Arbter von *bettercare* vorgestellte System, mit dem Patienten automatisiert und personalisiert mit behandlungsspezifischen Informationen versorgt werden, habe ich mir nach der Fortbildung noch einmal vorstellen lassen. Ich finde dieses Follow-up für Patienten sehr sinnvoll. Damit ist die Betreuung auf einem sehr hohen Niveau und auch die Terminsteuerung finde ich super.“ Mit dem Team von *BFS health finance* habe sie für Anfang 2023 einen Termin verabredet, um die Praxisabrechnung zu prüfen und gegebenenfalls nachzusteuern. „Ich möchte erfahren, wie ich mich selbst verbessern kann und welche Schulungen zur Abrechnung für meine Mitarbeiter sinnvoll sind.“ Darüber hinaus habe sie die Team-Meetings nun alle 14 Tage angesetzt und werde mit dem Team aktiv das neu angeschaffte White Board nutzen. So greift sie

einen der vielen Tipps der Personalexpertin Gudrun Mentel auf, die in ihrem Workshop zum Thema Personal nicht müde wird zu betonen, dass eine Praxiskultur und Werte, auf die sich ein Praxisteam im Alltag beziehen kann und die eine Richtschnur bilden, das Miteinander erleichtern. Die beiden Werte „Wertschätzung“ und „Klarheit“ würden dabei eine zentrale Rolle

spielen, da sie zentrale Motivatoren für alle Beteiligten seien. Zum Beispiel bedeute Klarheit bei der Mitarbeiterkommunikation vor allem, dass die Praxisleitung aufzeigt, welches Verhalten sie konkret erwartet.

Sollen Patient*innen ins Behandlungszimmer begleitet werden? Hier helfen konkrete Formulierungen und exakte Beschreibungen des gewünschten Verhaltens. Team-Besprechungen sollten protokolliert werden, empfiehlt Mentel, und Regeln, Zuständigkeiten und Vereinbarungen gehörten unbedingt in Schriftform festgehalten, so dass die Beteiligten jederzeit darauf zugreifen können.

MITARBEITER*INNEN GEWINNEN, MITARBEITER*INNEN HALTEN

Im Gespräch mit verschiedenen Teilnehmer*innen wird schnell klar, dass das Thema Personal, Mitarbeiterführung und Kommunikation mit Praxismitarbeitenden einen sehr hohen Stellenwert hat. „Das Thema ‚Personalstruktur‘ ist der Bereich, der für uns aktuell von besonderer Bedeutung ist“, verdeutlicht Zahnärztin Stephanie Flatten, die gemeinsam mit ihrer Schwester Jana Flatten, ebenso Zahnärztin, in Meckenheim bei Bonn die Praxis des Vaters weiterführt. „Wir haben schon viele Vorträge gehört, aber bisher nie eine richtige Idee entwickelt, wie wir unsere Personalstruktur verbessern können. Themen wie Urlaubsplanung haben wir bewusst auf die Zeit nach der Fortbildung geschoben.“



DAS BUSINESS BOOSTER-SEMINAR IST GENAU RICHTIG, WENN...

„...du Spaß am Beruf hast, gerne als Unternehmerin und Unternehmer tätig bist und außerdem bereit für neue Impulse bist, um dich und das Team auf ein höheres Level zu bringen“, vervollständigt Dr. Jana Alexandra Michel.

„...man in den ersten fünf Jahren der Selbstständigkeit vor neuen Herausforderungen steht und man durch alle unternehmerischen Themen geführt werden möchte. Darüber hinaus ist es richtig, wenn man sich offen mit Kolleginnen und Kollegen austauschen möchte und man bereit ist, neue Ideen, Impressionen und Strukturen anzunehmen“, sagen die Praxisinhaberinnen Stephanie und Jana Flatten.

„...ich selbstständiger Zahnarzt bin und in der Phase kurz nach einer Neugründung oder Praxisübernahme bin. Da ist es wichtig, im interkollegialen Austausch zu bleiben“, fasst Dr. Matthias Richard Kramer zusammen.

„...man bereits erste Erfahrungen in der eigenen Selbstständigkeit gesammelt hat und nach Inspiration und konkreten Tipps sucht, um sein eigenes Unternehmen Zahnarztpraxis auf das ‚next level‘, das nächste Level, zu bringen“, ist Dr. Leonhardt überzeugt.

Vom individuellen Personalcoaching mit der professionellen Beraterin Gudrun Mentel erhoffen sich die Praxisinhaberinnen individuelle Tipps und Handlungsempfehlungen für die eigene Praxis, um klare Strukturen bei der Personalführung umzusetzen.

Dr. Matthias Richard Kramer, seit März 2021 Inhaber einer etablierten Praxis für Zahnheilkunde und Oralchirurgie in München, ist mit dem Wunsch, „das Unternehmen Zahnarztpraxis besser verstehen und lenken zu lernen“ an den Schliersee gekommen. Wie ein roter Faden habe sich durch fast alle Vorträge hindurchgezogen, dass es „primär wichtig ist, seine persönlichen Ziele und Vorstellungen klar zu definieren und zu fixieren“, so Dr. Kramer. „Es klingt so simpel, aber hierfür werde ich mehr Zeit aufwenden, da nur so Controlling, Personalmanagement und Marketing



ELISABETH VON HECKEL, FACHANWÄLTIN FÜR MEDI- ZINRECHT, GAB EINEN ÜBERBLICK ÜBER VERSCHIEDENE KOOPERATIONS-FORMEN, GRIFF MÖGLICHKEITEN DER PRAXISEXPANSION AUF UND STELLTE VOR- UND NACHTEILE DER KONZEPTE GEGENÜBER. DARÜBER HINAUS SCHÄRFTE SIE DEN BLICK DER SEMINAR- TEILNEHMENDEN FÜR DIE ARBEITSVERTRAGLICHE GESTALTUNG.

mit Uwe Schäfer („Betriebswirtschaft ist ab dem Moment der Selbstständigkeit das ‚tägliche Brot‘, BWL bekommt man im Studium aber nicht beigebracht“) zunächst für ein Personalcoaching entscheiden will. „Ich habe bisher hauptsächlich das Thema Kommunikation auf dem Schirm gehabt. Das bleibt weiterhin ein wesentlicher Baustein.

EINEN HEIL- UND KOSTENPLAN NICHT DURCHZUFÜHREN, BEDEUTET GELD ZU VERSCHENKEN. WIE EINE ERFOLGREICH ETABLIERTE HKP-TELEFONIE DAZU VERHELFFEN KANN, DIE QUOTE DER UMGESETZTEN HEIL- UND KOSTENPLÄNE UMZUSETZEN, ZEIGTEN DIE REFERENTEN JANINE SCHUBERT UND CHRISTOPH MÜLLER VON BFS HEALTH FINANCE. AUSSERDEM STELLTEN DIE EXPERTEN MÖGLICHKEITEN VOR, EINWÄNDE IM PATIENTENGESPRÄCH AUSZURÄUMEN UND GABEN ZUSÄTZLICH TIPPS FÜR DIE GESTALTUNG EINER POSITIVEN „PATIENT JOURNEY“ IN DER ZAHNARZTPRAXIS.



ordentlich aufgebaut werden können.“ Bei den Coaching-Themen im Nachgang der Intensivfortbildung werde er sich daher zwischen den Bereichen Betriebswirtschaft/Controlling/Finanzen und Personalführung entscheiden.

„In Zeiten akut drohenden Personalmanagements braucht es ein gewaltiges Umdenken in der Branche, wie man sein Team richtig führt“, merkt Dr. Leonhardt kritisch an, der sich neben einem Coaching

Aber klare Strukturen und Verhaltensregeln zu definieren, wie es Gudrun Mentel vorgestellt hat, war für mich neu. Hier möchte ich konstruktiv ansetzen und erhoffe mir professionelle Unterstützung.“ Auch Dr. Holler betont, dass Zahnärzte das Thema Mitarbeitergewinnung noch lange beschäftigen werde. „Selbst für uns als junge Praxisinhaber ist es eine Herausforderung, die Generation Z mit ihren Bedürfnissen an die Praxis zu binden.“

Die Zahnärztin sieht dabei auch in den Aspekten rund um das Thema „Praxismarke“, denen sich M:Company-Inhaber Carsten Schlüter in seinem Booster-Workshop „Marketing- und Markenmanagement“ widmete, eine Option, sowohl einen Mehrwert für Patient*innen als auch für potenzielle Mitarbeiter*innen zu schaffen. Marken geben Orientierung und eine Praxis könne davon profitieren, wenn sie ihre Einzigartigkeit kommuniziert und sich als Marke positioniert. Dr. Holler: „In dem Bereich gilt es, sich weiterzuentwickeln.“ Darüber hinaus lasse sie zusammen mit ihrem Praxiskollegen in Korbach prüfen, inwieweit die bestehende Praxiswebsite „sichtbar“ ist.

zu jedem Workshop-Thema aufgeführt hat, ist sie nach Hause zurückgekehrt und hat erste Handlungsempfehlungen zur Weiterentwicklung der Praxis umgesetzt.

„WIR SIND NICHT ALLEIN“ – ERFAHRUNGSAUSTAUSCH VERBINDET UND MACHT STARK

Neben der professionellen Unterstützung durch einen Experten erhofften sich die Teilnehmer*innen einen konstruktiven interkollegialen Austausch während der Intensivfortbildung: „Ich habe mir einen guten Austausch unter



„Man legt als Praxisinhaber Wert auf Ästhetik und Information, aber über die technischen Dinge, die Sascha Maynert in seinem Workshop zum digitalen Marketing erläutert hat und die für Sichtbarkeit im Netz sorgen, wusste ich bisher wenig.“ Mit ihren persönlich gewählten „Top 3 To-Dos“, die die junge Zahnärztin

jungen Kollegen und Praxisinhabern gewünscht, deswegen bin ich an den Schliersee gekommen. Und das ist sehr gut gelungen“, findet Dr. Holler, die bereits ähnliche Fortbildungsformate für Existenzgründer*innen aus eigener Erfahrung kennt. Neben dem konstruktiven Austausch während der Workshops

und in den Pausen boten Restaurant- und Hüttenabende in entspannter Runde Gelegenheit, die persönlichen Gespräche zu vertiefen und einander kennen zu lernen. Besonders geschätzt habe sie die homogene und offene, aufgeschlossene Gruppe, die sie in ihrem Vorhaben, in die Praxis mit einzusteigen, bestärkt habe.

„Es gibt ja kein ehrlicheres Feedback und es gibt keine wertvolleren Tipps als die anderer junger Praxisgründerinnen und Praxisgründer“, ist Dr. Holler überzeugt. „Für mich war der Austausch sehr viel wert und die schöne Location am Schliersee ist ein netter Nebeneffekt eines solchen Formats.“

Auch die Zahnärztinnen Jana und Stephanie Flatten heben hervor, dass der Ort „wunderschön und gut gewählt“ gewesen sei und die kleine Gruppengröße zum persönlichen und offenen Austausch beigetragen habe. Wie sehr Erfahrungsaustausch verbindet und gleichzeitig stärkt, betont ebenso Dr. Leonhardt: „Nicht zu unterschätzen waren die vielen Impulse der Teilnehmer, die sich alle in ähnlichen Situationen wiederfinden. Es war gut zu hören, dass man mit seinen Schwierigkeiten nicht allein dasteht und die Kolleginnen und Kollegen mit den gleichen Problemen zu kämpfen haben.“



UM MARKETING- UND MARKEN-MANAGEMENT GING ES IM BOOSTER-WORKSHOP VON CARSTEN SCHLÜTER, GESCHÄFTSFÜHRER M:COMPANY. ER APPELLIERTE AN DIE PRAXISINHABER, SICH MIT EINEM KLAREN MARKETING-KONZEPT ZU POSITIONIEREN UND DIE EINZIGARTIGKEIT ZU KOMMUNIZIEREN, ZEIGTE WEGE ZU EINEM PROFESSIONELLEN CORPORATE DESIGN AUF UND VERDEUTLICHTE, DASS MARKEN ORIENTIERUNG GEBEN.

FAZIT FÜR DIE PRAXIS

Auf diese Weise hat das Intensivseminar am Schliersee allen Teilnehmenden ermöglicht, sich in kollegialer Atmosphäre mit Gleichgesinnten auszutauschen und aus der eigenen Routine herauszukommen; darüber hinaus ist es gelungen, einen umfassenden strukturierten Überblick über die unternehmerisch relevanten Themen zu bekommen, sich zu orientieren und mit neu Erlerntem den „Ist-Zustand der eigenen Praxis aus einer neuen Perspektive zu beleuchten“ (Dr. Jana Michel). Neben den ersten Erfahrungen mit dem Unternehmen Zahnarztpraxis und Herausforderungen als Selbstständige brachten alle Teilnehmenden eines mit: die innere Einstellung und Bereitschaft, hilfreiche Tipps und Tricks anzunehmen und in der Praxis umsetzen zu wollen. „Man sollte bereit sein zu sagen: Ich bin gut, aber ich will besser werden“, bringt es Dr. Michel auf den Punkt. „Diese Einstellung muss man mitbringen. Dann lässt sich sehr, sehr, sehr viel mitnehmen!“

Redaktion:

Dr. Aneta Pecanov-Schröder, Bonn

