



EDITORIAL

Nadja Alin Jung

Dipl.-Betriebswirtin
Vorstand BdZA, Generalsekretärin
m2c, Geschäftsführerin

Wer sich auf das spannende Abenteuer Selbstständigkeit einlässt, tanzt auf vielen Hochzeiten: Neben der eigentlichen Rolle als Zahnärztin bzw. Zahnarzt seid ihr auch Unternehmerin bzw. Unternehmer mit all den betriebswirtschaftlichen Freuden und Herausforderungen. Ihr seid Führungskraft und Vorbild für eure Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, Aushängeschild für eure Praxis und die Person, mit der Patientinnen und Patienten eure Praxis identifizieren.

Nicht jedem liegen diese Rollenspiele gleich gut und das müssen sie auch nicht. Aber Basiskompetenzen in all den Bereichen, die auf den ersten Blick nicht direkt mit eurer Behandlungstätigkeit zu tun haben, solltet ihr euch so früh wie möglich aneignen.

Denn eins steht fest: In eine Praxis mit schlechtem Betriebsklima, wenig ansprechendem Ambiente und 08/15-Anzeigenwerbung kommen Patienten auch dann nicht gerne, wenn ihr gute Zahnärztinnen bzw. Zahnärzte seid. Das allein reicht bei dem großen und gut aufgestellten Wettbewerb heute einfach nicht mehr aus. Auf das Gesamtpaket kommt es an, wenn ihr vorhandene Patientinnen und Patienten von euch überzeugen und halten und/oder neue Patientinnen und Patienten dazugewinnen möchtet.

Die gute Nachricht: Ein ganzheitliches Marketingkonzept, gute Personalführung und Betriebswirtschaft sind kein Hexenwerk. Generell gilt für alle Veränderungsprojekte und Weiterentwicklungen der Dreiklang „Ist-Situation analysieren, Ziel definieren, Schritt für Schritt das Soll entwickeln“. Wenn ihr diese Grundregel beherzigt, werdet ihr auf jeden Fall Geld, Nerven und Zeit sparen, die ihr entweder für produktive und wertschöpfende Arbeit in eurer Praxis einsetzen könnt – oder schlicht und ergreifend für euch habt.

Mit einer Handvoll erprobter Tools, Projektplänen und einer soliden Grundstruktur habe ich in meiner Tätigkeit

als Beraterin für Zahnarztpraxen schon viele Existenzgründerinnen und Existenzgründer am Anfang ihres Weges begleitet, die zunächst von einem Berg von kleinen und großen Aufgaben erdrückt zu werden drohten. Persönlich freut mich immer am meisten, wie schnell und konkret sich zum Beispiel die Erfolge eines guten Marketingplans erkennen und messen lassen. Oder wie viel positives Feedback Teams zu klaren internen Strukturen geben und wie sehr das die Arbeit für alle Beteiligten erleichtert – und damit mittelfristig den Praxiserfolg vergrößert.

Da setzt auch **[dentalSUCCESS]** an: Das E-Paper soll euch bei der individuellen Planung eures beruflichen Werdegangs unterstützen. Fachleute aller relevanten Disziplinen geben euch zum Beispiel Tipps zu Themen wie Praxismarketing, rechtliche Absicherung und Mitarbeiterführung. Wir hoffen, dass wir auch in dieser Ausgabe die für euch interessanten und nützlichen Themen abgebildet haben. Der BdZA freut sich außerdem immer über neue Themenvorschläge, über die ihr mehr erfahren wollt. Diese könnt ihr jederzeit per E-Mail an mail@bdza.de senden.

Zum Schluss noch ein Plädoyer für das weniger rational Planbare: Hört auch mal auf euer Bauchgefühl.

Herzliche Grüße

Nadja Alin Jung
Dipl.-Betriebswirtin
Vorstand BdZA, Generalsekretärin
m2c, Geschäftsführerin