Employer-Branding: Der Weg in die Zukunft

Es war einmal ein Dentalkönig in seinem Praxisschloss. Er war umgeben von Bediensteten, die für sein Wohl sorgten. Da sie immer mehr Arbeiten erledigen mussten, wurden sie unzufrieden. Weil der König hinter verschlossenen Türen regierte, merkte er das nicht. Also fielen sie in Ungnade und verliessen den Zahnarztkönig.

Wie geht es Ihren Untertanen, genannt Mitarbeitende? Wenn Sie heute als Chefin noch wie früher regieren, dann werden Sie mit aufständischen Mitarbeitenden eines Besseren belehrt. Denn etwas hat sich gravierend verändert: Früher waren Eltern, Lehrer, Pfarrer, Ärzte und Chefs noch Autoritätspersonen, denen man sich untergeordnet hat. Heute nicht mehr.

In der heutigen Gesellschaft ist Augenhöhe gefragt. Eine Chefrolle allein verschafft noch keine Autorität. So sinkt auch der Einfluss von Vorgesetzten ihren Mitarbeitenden gegenüber, sofern sie es nicht schaffen, sich bedürfnisorientiert an den Angestellten zu orientieren. Merke: Nicht die Angestellten orientieren sich mehr an den Vorgesetzten. Richtig gehört. Umgekehrt. Die Vorgesetzten müssen sich zunehmend an den Mitarbeitenden orientieren. Ich höre Ihren Aufschrei: «Aber als ChefIn habe ich hier das Sagen!» Theoretisch ja, praktisch – leider – immer weniger.

Weshalb? Weil sich aufgrund der demografischen Entwicklung der Arbeitgebermarkt zunehmend zum Arbeitsnehmermarkt wandelt. Stichwort Fachkräftemangel und Stichwort Generation Z. Das führt so weit, dass Praxen lieber Mitarbeitende mit ungenügender Leistung behalten, anstatt ihnen zu kündigen. Und das nur, weil sie keinen Ersatz finden. Wenn dann der Chef noch meint, er könne nach alter Manier hinter verschlossenen Dentaltüren führen, dann irrt er sich. Die Zukunft hat längst begonnen und die Arbeitnehmenden gewinnen an Einfluss.

So lassen Sie uns einen Blick in die Zukunft werfen. Um als Dental-Chief Ihres Dental-Spaces zu überleben, brauchen Sie eine Crew, die motiviert und zufrieden ist. Denn ohne diese Crew riskieren Sie eine Bruchlandung.

Science Fiction?

Es gibt auf dem Dentalplaneten nur noch wenige gut qualifizierte Crewmitglieder, der Wettbewerb um diese Talente ist gross. Andere Dental-Spaces kämpfen mit denselben Problemen. Doch es gibt einen, der es besser kann: Dental-Space Futuradental hat es geschafft. Seine Crew arbeitet begeistert und offene Stellen können rasch wieder besetzt werden.

Wodurch unterscheidet sich Futuradental? Durch Employer-Branding. Dieses Dental-Space unterscheidet sich auf zwei Ebenen: Nach Aussen wie nach Innen. Nach Aussen glänzt es professionell auf verschiedenen Kanälen: Angefangen bei der Website, mit Videobotschaften, mit den laufenden Berichten auf Social Media, mit Auftritten der Crewmitglieder an Kongressen, mit Events. Dieses Dental-Space hat eine zusätzliche Spezialistin für Marketing und Personalmanagement, welche sich nur um Personal und Marktpositionierung kümmert. So wird Futuradental in der breiten Öffentlichkeit als attraktiver Arbeitgeber wahrgenommen.

Die zweite Ebene geht nach Innen: Denn zufriedene Mitarbeitende arbeiten besser, bleiben länger und sind die beste Marketingmassnahme. Mitarbeiterpflege, -entwicklung und -retention sind bei Futuradental Alltag. Der Dental-Chief hat open doors und regelmässige Gespräche mit der Crew, fragt nach deren Bedürfnissen, übergibt ihnen nicht nur Aufgaben, sondern auch Verantwortung und lässt sie auf Augenhöhe zu Wort kommen. Der Dental-Chief hat investiert: In Marktauftritt und Personalmanagement. Er hat sein Verhalten der Zukunft angepasst: Er hat jetzt nicht nur regelmässige Patiententermine, sondern genauso regelmässige Mitarbeitertermine. Science Fiction wird durch Employer Branding zu real Life.

Und nun die Frage: Wo befinden Sie sich mit Ihrer Praxis? Vergangenheit oder Zukunft oder irgendwo dazwischen? Auch wenn der Begriff Employer Branding sehr theoretisch klingt, in der Praxiszukunft kommen Sie nicht um ihn herum.

Kontakt

BB SELFMANAGEMENT
Barbara Brezovar

BB SELFMANAGEMENT
Barbara Brezovar Capobianco
CH-9512 Rossrüti (Wil SG)

Tel. +41 79 633 98 75
info@bb-selfmanagement.ch
www.bb-selfmanagement.ch

Einweihung im exklusiven Kreis

KaVo weiht neuen Showroom in Kloten ein

KaVo Dental, mit den Geschäftsbereichen Behandlungseinheiten und Instrumente, ist seit Anfang 2022 Teil der finnischen Planmeca Gruppe. Im November wurde der neue Standort von KaVo Schweiz in Kloten offiziell eröffnet und der neue Showroom der Öffentlichkeit vorgestellt.

Weitere Bilder finden Sie in der Bildergalerie unter www.zahnzeitung.ch

Ein Blick in den Showroom in der Flughafenstrasse 90.

Hana Zech und Daniel Gräßle heissen die Gäste willkommen.

Neben verschiedenen Vertretern der Presse konnte **Daniel Gräßle**, Verkaufsleiter Schweiz, geschätzte Geschäftspartner von abc dental, Curaden, dema dent und Kaladent in der Flughafenstrasse 90 begrüs-sen.

Commercial Manager **Hana Zech** stellte ihre anwesenden Kolleginnen und Kollegen vor: Ansprechpersonen im Vertriebsinnendienst sind Michael Hengstberger und Emilia Chaidee. Als Servicetechniker sorgen Ralph Lauchenauer und René Altherr dafür, dass bei technischen Fragestellungen rasch geholfen wird. Das sechsköpfige Team von KaVo Schweiz kann sich jederzeit auf die tatkräftige Unterstützung aus dem Headquarter aus Deutschland verlassen. Mitglieder der Geschäftsleitung vom Hauptsitz in Biberach an der Riss waren ebenfalls nach Kloten gekommen, um sich den modern gestalteten Showroom anzuschauen, sich auszutauschen und den Abend zu geniessen.

Das KaVo Schweiz-Team von links: Daniel Gräßle, Ralph Lauchenauer, René Altherr, Hana Zech, Michael Hengstberger und Emilia Chaidee.

Das neue Objekt liegt unweit vom alten Showroom, der gemeinsam mit Nobel Biocare und Kerr in Balsberg betrieben wurde. Ein Umzug war nötig geworden, nachdem KaVo seit diesem Jahr zur Planmeca Group gehört. Die neuen Räumlichkeiten sind ebenfalls in Kloten – noch näher am Zürcher Flughafen gelegen, in einem Bürokomplex wenige 100 Meter vom Flughafen entfernt.

Bei der Suche nach neuen Räumlichkeiten wurde laut Daniel Gräßle besonderer Wert daraufgelegt, dass der Showroom offen ist, um die hochwertigen Exponate bestmöglich zu präsentieren und den Premium-Charakter der Produkte zu transportieren. Rund um den Showroom sind auch gleich die Büros der Mitarbeiter angeordnet.

Das Konzept vom KaVo-Showroom

Das Design ist in allen Showrooms von KaVo in der DACH-Region ähnlich. Vorbild für die Zürcher Ausstellung waren die ansprechenden Räumlichkeiten in Biberach. Von dort wurden Designelemente, wie das Mobiliar, Beleuchtung, Lamellenwände übernommen, damit eine Wiedererkennung vorhanden ist.

Es ist in der Tat gelungen, eine angenehme Atmosphäre zu schaffen, die einem sofort beim Betreten der Ausstellung einen Rundumblick gewährt und zum Wohlfühlen einlädt. Vier voll ausgestattete Behandlungseinheiten stehen frei im Raum, die Instrumente sind nicht in einer Vitrine hinter Glas zu finden, sondern können demonstriert und angefasst werden.

Nachdem die Champagnerkorken geknallt und feierlich angestossen wurde, gab es leckere Häppchen und Unterhaltung durch die charmante und leidenschaftliche Sängerin und DJane Natalia Wohler.

www.kavo.ch

Text und Fotos: Carmen Bornfleth

Kontakt:
KaVo Dental AG
Office Center 1
Flughafenstr. 90
8302 Kloten