

INTERVIEW

Wissenswertes zur Extrusionstherapie: Wie funktioniert sie? – ein Gespräch mit Dr. Stefan Wuketich.

Seite **2**



MARKETING

Wie finde ich Personal für meine Zahnarztpraxis – klassisch, über Social Media oder die eigene Homepage?

Seite **9**



KULTUR

Die Natur als Vorbild! Das Technische Museum in Wien zeigt eine überaus interessante Sonderausstellung.

Seite **15**



Zahn.Medizin.Technik

ZMT ■ Monatsmagazin für Praxis, Labor & Dentalmarkt ■ www.zmt.co.at ■ 12/2022



Österreichischer Kongress für Zahnmedizin 2023

Ort:
Salzburg – „Salzburg Congress“
5020 Salzburg, Auerspergstraße 6

Termin:
28.–30. September 2023

Veranstalter:
ÖGZMK Salzburg
Dr. Wolfgang Tautschnig
Präsident der ÖGZMK Salzburg
Rochusgasse 4, 5020 Salzburg
E-Mail: office@zahnmedizin2023.at

Information:
ÄRZTEZENTRALE MED.INFO
c/o Iris Bobal
Helferstorferstraße 4, 1011 Wien
Tel.: (+43/1) 531 16-48,
Fax: (+43/1) 531 16-61
e-mail: azmedinfo@media.co.at

Anmeldung unter:
www.zahnmedizin2023.at

Fachausstellung, Insertion,
Sponsoring: MAW – Medizinische
Ausstellungs- und Werbegesellschaft
Frau Iris Bobal
T.: (+43/1) 536 63-48, -23
F: (+43/1) 535 60 - 16
H: www.maw.co.at
E: zahn@media.co.at



*Wir wünschen
allen unseren
Leserinnen
und Lesern
ein gesegnetes
Weihnachtsfest
und alles Gute
im neuen Jahr!*

*Ihr Redaktionsteam
der ZMT*

Namensänderung und Digitalisierung um 10 Millionen Euro

Der Mutter-Kind-Pass wird zum Eltern-Kind-Pass

► Seit 50 Jahren gibt es ihn, nun endlich werden für 2024 umfassende Erweiterungen der Beratungen und Untersuchungen angekündigt. Ob sich auch die Honorare zeitgemäß anpassen lassen, werden die Verhandlungen mit der Ärztekammer zeigen. Die Zahnärzte sind, wie es aussieht, wieder einmal nicht dabei, obwohl die Forderung nach verpflichtender Beratung und Kontrolle ab dem ersten Zahn schon lange besteht. Der Mutter-Kind-Pass wird zum elektronischen Eltern-Kind-Pass, dafür werden 10 Millionen Euro in die Hand genommen. In einer Pressaus-sendung des Gesundheitsministeriums heißt es:

„Das Vorsorgeprogramm für Schwangere und junge Eltern und deren Kinder wird digitalisiert, die Leistungen deutlich erweitert. Teil des Programms werden unter anderem psychosoziale Beratung sowie ein weiteres Hebammengespräch, eine zusätzliche Ultraschall-Untersuchung und ein zusätzliches Hörscreening für Neugeborene. Auch das Angebot einer Elternberatung sowie einer Ernährungs- und Gesundheitsberatung werden aufgenommen.“ Der Mutter-Kind-Pass werde nun in Eltern-Kind-Pass umbenannt, digitalisiert und deutlich aufgewertet. „Auch eine Ernährungs- und Gesundheitsberatung für Schwan-

gere, Stillende oder junge Eltern wird künftig Teil des Angebots werden. Dazu wird das Pilotprojekt GEVAN – Gesund von Anfang an – flächendeckend ausgerollt. Werdenden und frischgebackenen Eltern wird beim ersten Kind künftig auch eine Elternberatung angeboten, beispielsweise zur Vereinbarkeit von Erwerbstätigkeit und Kinderbetreuung, zur Aufteilung der Elternzeit oder zu den Auswirkungen von Teilzeit auf die Pension.“ Das Jahresbudget für die Leistungen des Passes liegt bisher bei rund 62 Millionen Euro. Der Ministerratsbeschluss sieht vor, dass die SV dazu Verhandlungen mit der Ärztekammer führt.“

Jetzt abonnieren!

Die Winterausgabe „Milchzahn“ ist erschienen

► Wollen Sie Ihren kleinen Patienten eine Freude machen? Wollen Sie sie an Ihre Praxis binden und mit einem kleinen Geschenk verwöhnen? Dann abonnieren Sie doch den MILCHZAHN, Ihre kleinen Patienten werden begeistert sein. Schicken Sie ihnen doch ihr persönliches Exemplar nach Hause, denn Post von ihrem Zahnarzt, ihrer Zahnärztin freut sie bestimmt ganz beson-

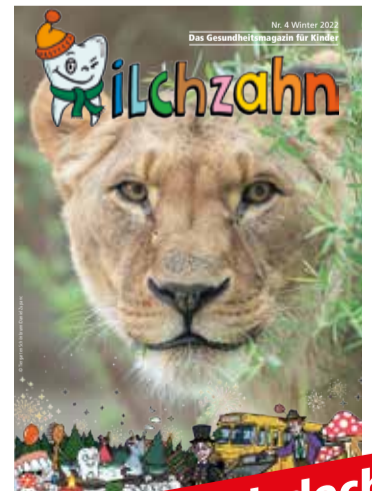
ders. Das Abo läuft jeweils ein Jahr und ist danach jederzeit kündbar. Auch die bestellte Stückanzahl kann jederzeit angepasst werden. Sie wollen sich noch nicht fix binden? Kein Problem, bestellen Sie einfach nur einmalig die gewünschte Anzahl und testen Sie, wie Ihre Patienten darauf reagieren.

Wir freuen uns schon auf Ihre Testbestellung!

Faxbestellung:
0043-1-478 74 54

E-Mail:
office@milchzahn.co.at
www.milchzahn.co.at

**Lieferung: Österreich,
Deutschland, Schweiz**



„Bestell mich doch!“

Klassisch oder unkonventionell:

Wie finde ich Personal für meine Zahnarztpraxis?

Kennen Sie das Gefühl? Ein anstrengender, kraftraubender Ordi-Tag liegt hinter Ihnen. Ihre Assistentin überfällt Sie nach Ordinationsschluss mit der Hiobsbotschaft, zu kündigen. Na toll! Wieder eine wichtige Arbeitskraft im perfekt eingespielten Team verloren. Wieder zusätzlich Zeit aufwenden, um eine neue Mitarbeiterin zu finden. Eine, die auch wieder verlässlich ist und die Routinen schnell im Griff hat.

► Dieses Szenario ist leider ein großer Trend der heutigen Zeit geworden. Arbeitskräfte sind mit den Bedingungen nicht mehr zufrieden. Zu wenig Geld, zu wenig Zeit, nicht genug Anerkennung etc. Und weg sind sie. Das können Sie leider nicht stoppen. Aber Sie können präventiv vorsorgen!

Seien wir uns ehrlich! Sie sind doch Zahnärztin oder Zahnarzt geworden, weil Sie am liebsten von früh bis spät in der Praxis stehen und für Ihre Patienten da sind, um diese bestmöglich behandeln zu können. Und nicht, um kontinuierlich neue Mitarbeiter zu finden.

Drei Möglichkeiten, neue Mitarbeiter zu finden

1. Klassisch über AMS und diverse Jobportale
2. Über Social-Media-Netzwerke (Social Recruiting)
3. Job-Seite auf der eigenen Website (Employer Branding)

Auch wenn die klassische Methode am meisten genutzt wird, weil großteils reagiert und nicht agiert wird: Wir wollen uns hier auf die Möglichkeiten der eigenen Website und der Social-Media-Netzwerke konzentrieren.

Was bei der Recherche diverser Zahnarzt-Websites aufgefallen ist: dass vielen das Potenzial der eigenen Website nicht bewusst ist. Besonders im ländlichen Bereich, wo es nicht so großen Mitbewerb gibt wie in Großstädten. Nahezu keine Website hat eine informative Job-Seite, auf der ein interessierter Kandidat sieht, was er hier zu erwarten hat, wie die Ordi aussieht, wie die Kolleginnen sind, etc.

Auch in Social-Media-Netzwerken findet man zwar einige Zahnärzte. Erstens sind diese aber vorrangig aus dem städtischen Bereich. Zweitens wird dort hauptsächlich gezeigt, was man nicht alles leistet. Nur ganz wenige Ausnahmen zeigen „auf humorvolle Weise“, was hinter den Kulissen geschieht. Es wird somit der Eindruck erweckt, dass die Mitarbeiter auch Spaß bei der Arbeit haben.

Bauen Sie Ihre Arbeitgebermarke auf

Soziale Medien sind ein Mittel, um potenziellen Bewerbern Ihre Unternehmenskultur zu vermitteln und neue Mitarbeiter zu gewinnen. Sie können Ihre Social-Media-Kanäle

mit Ihrem Markenzeichen versehen, Fotos veröffentlichen und Videos einstellen. Patienten und Arbeitssuchende sollten ermutigt werden, sich an Diskussionen zu beteiligen, und die Mitarbeiter sollten umgehend auf Fragen und Kommentare eingehen. Über soziale Medien können potenzielle Bewerber ein Gefühl für die Zahnarztpraxis bekommen, bevor sie sich bewerben. Indem Sie potenzielle Bewerber ermutigen, die Zahnarztpraxis kennenzulernen, bevor sie eine Stelle annehmen, stellen Sie sicher, dass der Bewerber zu Ihrer Zahnarzt-Ordination passt.

Erreichen Sie passive Kandidaten

Viele Menschen, die derzeit „nicht“ auf der Suche nach einer Stelle sind, nutzen trotzdem soziale Netzwerke. Einige dieser Fachkräfte könnten jedoch hervorragend auf die von Ihnen zu besetzende Stelle passen und sich bewerben, wenn sie wüssten, dass Sie eine Stelle zu besetzen haben. Auch wenn viele dieser passiven Kandidaten derzeit kein Interesse haben, können Sie damit beginnen, Beziehungen aufzubauen, bevor sie sich für eine neue Stelle entscheiden. Durch den Einsatz sozialer Medien können Sie Ihren Talentpool erheblich erweitern, indem Sie Ihre Stellen bei passiven Bewerbern bekannt machen.

Erweitern Sie Ihr Mitarbeiterempfehlungsprogramm

Mitarbeiter-Empfehlungsprogramme sind ein praktisches Rekrutierungsinstrument. Sie können soziale Medien nutzen, um bestehende Mitarbeiter in den Rekrutierungspro-

zess einzubinden. Informieren Sie Ihre Mitarbeiter über die Nutzung sozialer Netzwerke zu beruflichen Zwecken und ermutigen Sie sie, sich daran zu beteiligen. Ihre Mitarbeiter können dann offene Stellenausschreibungen in ihren sozialen Netzwerken veröffentlichen. Sie können auch relevante Branchen-News posten, die potenzielle Kandidaten interessieren könnten.

Geringere Kosten für die Personalbeschaffung

Die Einrichtung von Konten bei Facebook und Instagram ist kostenlos. Ein Vorteil der sozialen Medien ist daher ihr Potenzial, die Kosten für die Personalbeschaffung zu senken. Die Veröffentlichung von Stellenangeboten in sozialen Netzwerken führt mit größerer Wahrscheinlichkeit zu Ergebnissen als eine einzelne Beschreibung in einer Stellenbörse. Viele Zahnarztpraxen haben durch die Nutzung sozialer Medien große Summen gespart, da sie so auf Personalvermittlungsagenturen und teure Stellenbörsen verzichten können.

Die Auswahl der Kommunikationskanäle – die großen Drei

Alle sozialen Netzwerke sind unterschiedlich und rechtfertigen unterschiedliche Ansätze. Entscheiden Sie zunächst, wen Sie ansprechen wollen, und richten Sie Ihre Strategie auf diese Zielgruppe aus. Vielleicht möchten Sie mit einer Social-Media-Seite beginnen, sich mit ihr vertraut machen und Ihre Präsenz nach und nach ausbauen.

Facebook:

Facebook hat die Art und Weise, wie

Arbeitssuchende mit den Marken, die sie interessant finden, interagieren, grundlegend verändert. Es umfasst jede Altersgruppe, jedes Geschlecht und jede ethnische Zugehörigkeit, sodass ein vielfältiges Engagement kein Problem darstellt. Mit einer so hohen Nutzerbindung ist es der perfekte Ort, um mit Arbeitssuchenden in Kontakt zu treten, Einblicke in die Branche zu geben und alle offenen Stellen zu veröffentlichen.

Instagram:

Instagram ist eine sehr ansprechende Möglichkeit, Ihre Marke über Bilder, Videos und Bildunterschriften zu bewerben und gleichzeitig die junge Generation der Arbeitssuchenden anzusprechen. Nutzen Sie die Hashtag-Strategie, um Ihre Reichweite zu erhöhen, aber stellen Sie sicher, dass Sie einzigartige Inhalte für diesen Kanal erstellen, der persönlichere und stark stilisierte Inhalte bevorzugt. Mit Hashtags lassen sich Informationen auf Instagram filtern und finden.

YouTube:

Wussten Sie, dass Videos in sozialen Netzwerken häufiger geteilt werden als Text und Bilder zusammen? YouTube ermöglicht es Ihrer Zahnarztpraxis, den Wert der regelmäßigen Produktion von mitarbeiter- und kulturbezogenen Recruiting-Videos zu präsentieren. Zusätzlich zu den YouTube-Videos können Sie von Ihren Mitarbeitern selbst erstellte Videos in den sozialen Netzwerken Ihrer Zahnarztpraxis veröffentlichen. Wenn Sie nach mehr Auszubildenden suchen, sollten Sie TikTok und Snapchat auf dem Radar behalten. TikTok ist eine App, die es Nutzern ermöglicht, kurze Videoclips aufzunehmen und mit Effekten und Filtern zu bearbeiten. Die Videoclips sind immer nur maximal fünf Minuten lang. Auch Snapchat bietet die Möglichkeit, jüngere Menschen anzusprechen. Mit Videos, Bildern und Snaps kann potenziellen Bewerbern eine moderne und authentische Stellenausschreibung geboten werden – ganz einfach am Smartphone. Das gemeinsame Mittagessen oder coole Firmenevents mit dem passenden Filter aufgefrischt, überzeugen die junge Generation und helfen dabei, sich als spannender Arbeitgeber zu positionieren.

Barrieren für Bewerber erfolgreich abbauen

90% der Menschen, die Social Media nutzen, tun dies über ihr Smartphone. Wenn Sie Ihre Arbeitskräf-

te auf Social Media suchen und vor allem auch Fachkräfte erreichen möchten, die nicht unbedingt aktiv auf der Suche sind, ist es enorm wichtig, die Barrieren für eine Bewerbung zu senken. Das bedeutet: Machen Sie es potenziellen Bewerbern so einfach wie möglich, Kontakt mit Ihnen aufzunehmen.

Die Landingpage, auf die Ihre Werbeanzeigen auf den sozialen Plattformen verlinken, sollte für die optimale Darstellung auf Smartphones (Mobile Responsive) optimiert sein. Zudem sollten Nutzer in der Lage sein, Ihnen ihre Bewerberinformationen mit wenigen Klicks und in kurzer Zeit bereitzustellen – ohne sich durch ein Kontaktformular mit vielen Feldern klicken oder alle Dokumente hochladen zu müssen. Je einfacher es ist, Sie zu kontaktieren, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit, dass Sie Interessenten ansprechen und erreichen.

Fazit:

Am Zahn der Zeit bleiben

Das übergeordnete Ziel des Social Recruiting ist der Aufbau eines großen, hochwertigen Talentpools. Um sicherzustellen, dass Sie Ihre Ziele erreichen, muss Ihre Zahnarztpraxis zunächst Ziele festlegen, an denen Sie Ihren Erfolg messen können.

Wenn Sie auch im Jahr 2023 gezielt Fachkräfte für die eigene Zahnarztpraxis gewinnen möchten, sollten Sie die Trends berücksichtigen und am Zahn der Zeit bleiben. Nutzen Sie Social Recruiting und gestalten Sie den Bewerbungsprozess so einfach wie möglich. Auf diese Weise können Sie die besten Talente anziehen und sich von der Konkurrenz abheben.

Wenn Sie sich nicht selbst mit dem Thema Social Recruiting auseinandersetzen möchten oder auch zeitlich nicht können, dann sollten Sie auf Experten setzen. Besonders wenn der Personalmangel sehr akut ist und es schnell gehen muss, können Experten bereits in wenigen Wochen das Personalproblem mit Social Recruiting lösen. Dies beschert Ihnen eine schnelle Lösung Ihres Personalproblems und spart teure Fehler beim Selbstprobieren.

Manuel Schmöller
hello@wpcdental.com
https://wpcdental.com

