

Personalrecruiting mit Social Media

Das Interview führte Volker Heitkamp, KZVLB

Dr. med. Dr. med. dent Bela Matthias Lieb nutzt gezielt Social Media, um seine MKG-Praxis, die er 2019 in Perleberg gegründet hat, voranzubringen. Bei der Personalsuche hat ihm das sehr geholfen.



Dr. Bela Matthias Lieb wird unterstützt von seiner Frau Csenge Lieb (links im Bild) und Praxismitarbeiterin Juliane Kuhnert



Die Praxisräume befinden sich im modernen Arzthaus im Stadtzentrum nahe dem Krankenhaus

Herr Lieb, Sie haben in Perleberg Ihre Praxis mit Social Media vorgebracht. Wie kam es dazu?

Die normale Personalsuche über Personalberatungen und Headhunter habe ich über zwei Jahre vergeblich versucht. Insgesamt fünf bis sechs Kollegen, die meisten im fortgeschrittenen Alter, wurden mir vermittelt, von denen nur einer passte. Und es läuft nur über Geld. Das wollte ich nicht. Die ländliche Region hier erzeugt viele Patienten, die wir fast gar nicht mehr alle behandeln können. Der Verdienst ist entsprechend. Und wir haben einen Versorgungsauftrag. Wir sind keine private Praxis, sondern versuchen mit exzellentem Material die Bevölkerung bodenständig zu versorgen.

Welchen Charakter hat Ihre Praxis? Wir sind eine volldigitalisierte

Praxis und haben viel investiert. Die Telematik schreckt mich nicht so sehr. Digitalisierung hat Vor- und Nachteile, aber man kommt nicht daran vorbei.

Mit Hilfe einer Agentur haben wir eine gute, für die Google-Suche optimierte Homepage aufgebaut. Hinzu kamen Facebook und Filme über die Praxis und das Behandlungsspektrum. Die Pflege dieser Internetauftritte kostet Zeit, Mühe und auch Geld.

So gesehen betreiben wir Multi-Touch-Marketing für die Personalsuche. Auch auf dem Indeed-Jobportal sind wir vertreten und werden dadurch nach und nach bekannt. Das Bespielen von Instagram gehen wir langsam an. Und TikTok ist noch in der Ausbauphase. Die Reichweite der Beiträge lässt sich ja einstellen.

Zahnmedizinische Fachangestellte suchen wir im Umkreis von 50 Kilometern. Oralchirurgische Kollegen haben wir deutschlandweit gesucht.

Hinsichtlich des Bekanntheitsgrads der Homepage muss man unterscheiden zwischen organischem Wachstum und gekauftem Reichweite. Organisches Wachstum entsteht durch das Liken und positive Kommentare. Das dauert natürlich sehr lange. Mit Hilfe bezahlter Einträge lässt sich der Imagefilm verstärken. Werbung für die Akquise von Mitarbeitern ist Ärzten nicht verboten. Zudem sind wir technikaffin, was wir auch kommunizieren. Es geht um Aufmerksamkeit für die Praxis, damit stellen wir den Erstkontakt her und fordern Interessenten auf: „Bewerben Sie sich hier. Hinterlassen Sie Ihre Telefonnummer“.

Nach dem Erstkontakt kommen dann die Bewerbungsmappen und die Einladung zum Gespräch. Insgesamt haben wir dafür ungefähr 10.000 € in die Hand genommen.

Arbeiten Sie mit jemandem zusammen?

Meine Frau arbeitet in der Praxis mit und ab Januar haben wir einen oralchirurgischen Kollegen und eine weitere Zahnmedizinische Fachangestellte gewonnen. Ich bin Kassen-MKGLer und versorge in einer ländlichen Region einfache Leute. Das kommt gut an. Wir machen eine sehr konservative Therapie und vertreten schulmedizinisches Vorgehen.

Wie haben Sie sich Ihre Internet-Partner ausgesucht und welche Erfahrungen haben Sie gemacht?

Ich habe mir junge Unternehmer außerhalb der Zahnmedizin angeguckt. Die Baulig-Brüder zum Beispiel, die vor allem über Youtube-Videos arbeiten, haben mich beeindruckt. Ich fragte mich, wie die jungen Leute das machen, habe sie angerufen und mich mit ihnen unterhalten. Als ich ihnen gegenüber, fühlte ich mich wie ein Dinosaurier. Doch ich realisierte auch: Wenn man nur auf die Klickzahlen schaut, denkt man leicht: „Ok, da muss ich noch mal nachlernen“. Dabei sind die imposanten Zahlen nicht gewachsen. Die Firma ist erst fünf Jahre alt und der älteste der Inhaber knapp unter 30. Bei aller Coolness existieren da noch Kinderkrankheiten. Als Zahnarzt jedoch muss man sich strikt an alle möglichen Richtlinien halten. Das habe ich mit meinem Rechtsanwalt geklärt und abgesichert.

Brauchen Zahnarztpraxen im Netz Beratung, wie in anderen Bereichen (z. B. Finanzen, Steuern, Abrechnung) auch?

Ich denke ja, weil es da natürlich auch Scharlatane gibt. Ich habe mein Lehrgeld bezahlt. Eine Liste mit bewährten Firmen oder eine Qualitätssicherung in dem Bereich würde sicher helfen. Vor allem im Datenschutzbereich kann man viele Fehler machen, für die man als Praxis haftet. Deshalb habe ich mich für eine Agentur mit viel Erfahrung in diesem Bereich entschieden. Man muss sich beraten lassen und die Gesetze beachten. Unsere Botschaften dienen hauptsächlich der Mitarbeitersuche. Auch der Kontakt mit Kollegen läuft viel über Social Media.

War es vorher schwierig, Mitarbeiterinnen in der Region zu gewinnen?

Ja, es gibt einen Mangel an Personal in der Region. Durch die Social-Media-Ansprache und die Homepage, Google und die Jameda-Bewertung machen wir auf unsere Praxis aufmerksam. Facebook haben wir nicht bespielt, denn das nutzt hauptsächlich die ältere Generation. Mit der Gesamtkombination hatten wir Erfolg. Alles muss auf jeden Fall professionell betreut werden und man braucht auch einen langen Atem, sonst verpuffen die Maßnahmen.

Was verbindet Sie mit der Region um Perleberg?

Marktanalyse. Ich wollte mit netten Kolleginnen und Kollegen in einer schönen Gegend arbeiten, wo es keine anderen MKGLer gibt. Die Mieten sind niedrig. Ich habe fünf Kinder. Wir befinden uns hier an der Grenze der alten und neuen Bundesländern in einer völlig unterschätzten schönen Region. Ein besonderer Vorteil und damit ein spezielles Geschäftsmodell für mich ist, dass niemand hierher will. Mein Anteil an Privatpatienten ist nahe Null.

Wie wichtig sind Ihnen der Webauftritt und das Internet für die Gewinnung von Neu-Patienten für Sie?

Um Patienten muss ich mir keine Sorge machen. Ich habe es aber auch einfach, denn ich bin eine Zuweisungs-Praxis.

Wo haben Sie studiert?

In Budapest, an der Semmelweis-Universität.

Wollten Sie schon immer Zahnarzt in eigener Praxis werden und warum haben Sie Zahnmedizin studiert?

Mich hat als kleiner Junge ein Kollege betreut, der sagte zu mir: „Das kann nur ein MKGLer machen“. Das habe ich dann meiner Mutter erzählt. Von da an wollte ich auch MKGLer werden. Aus einer Zahnarzt-Familie stamme ich aber nicht. Mein Vater ist Sprachwissenschaftler, meine Mutter war Krankenschwester.

Was sind Ihre weiteren Pläne für die Zukunft?

Der weitere Ausbau der Versorgung kassenzahnrätlicher Patienten in der Region – Implantate sollten eine medizinische Frage sein und keine finanzielle. Und endlich mal in den Urlaub fahren.

Herr Lieb, herzlichen Dank für das Interview und weiterhin viel Erfolg! ■