

Vom Chemiker zum Gründer einer Online-Agentur für Arztpraxen

Abdo Kabbani Aldeiri hat einen ungewöhnlichen Weg hinter sich. Eigentlich ist der gebürtige Syrer Chemiker – doch heute ist er Inhaber der Marketing-Agentur Weboskopie, die Ärzten dabei hilft, online besser wahrgenommen zu werden und effizienter zu sein. Wie ihm seine Vergangenheit in der Naturwissenschaft dabei hilft.

Von Alexandra Dulinski

Das Telefon klingelt pausenlos, das Wartezimmer ist brenzvoll – nicht selten ist der Arbeitsalltag in einer Arztpraxis mit Stress verbunden. Genau hier setzt Abdo Kabbani Aldeiri an: Er will (Zahn)arztpraxen dabei helfen, ihre Belastung zu minimieren und die Abläufe effizienter zu gestalten.

Eigentlich kam der gebürtige Syrer im Jahr 2007 nach Deutschland, um hier seinen Master in Chemie zu machen. Eigentlich wollte er danach promovieren und nach Syrien zurückkehren. Doch er blieb, verwarf die Idee einer Promotion nach seinem Abschluss an der TU Dortmund – und baute sich stattdessen Schritt für Schritt eine eigene Agentur auf: die Weboskopie.

Seit März 2023 unterstützt er mit seiner Agentur Ärzte dabei, ihre Online-Präsenz aufzubauen. Er erstellt und optimiert Websites und Social-Media-Kanäle, damit potenzielle Patienten die Praxis online leichter finden. Auch bietet er Beratung und Coaching an, um die Arbeitsabläufe und die Kommunikation des Praxis-Teams zu verbessern.

Student, Pharmaberater und nun Agenturinhaber
Doch zurück zu den Anfängen. Wie wird ein Chemiker Agenturinhaber? „Ich war nie der Typ, der in einem Labor

sitzt“, erklärt der 41-Jährige heute. Stattdessen bedeutet für ihn Chemie, mit Menschen zu sprechen. „Chemie ist die Kommunikation des Lebens“, sagt er, dem Chemicelabore schlichtweg zu unkommunikativ waren.

„Ich sehe mich nicht als Webdesigner, sondern als Lösungsfinder.“

Abdo Kabbani Aldeiri, Inhaber

Da ist es recht naheliegend, dass er eine Zeit lang als Pharmaberater arbeitete, Ärzte bei Arzneimitteln beriet und bei ihnen für den Einsatz von neuen Medikamenten warb. „Das war ein Job, der Kommunikation und Chemie mischt“, weiß Kabbani Aldeiri. Und eine Schwierigkeit gleichermaßen, denn vieles fand am Telefon statt. Für einen Nicht-Muttersprachler gar nicht so einfach: „Auf Deutsch zu sprechen – am Telefon – und Ärzte, die eigentlich gar keine Zeit haben, von etwas zu überzeugen, das war eine große Herausforderung.“

So kam er zur Gründerschmiede Remscheid

Nebenher entwickelte er seine Fähigkeiten im Webdesign und Online-Marketing sowie im Sales-Bereich weiter, fand neuerlich als Selbstständiger an, Webseiten für Bekannte zu gestalten. Im Jahr 2022 ent-



Abdo Kabbani Aldeiri will Arztpraxen dabei helfen, ihre Belastung zu minimieren und Abläufe effizienter zu gestalten. Foto: Roland Keusch

schied sich der Vater einer siebenjährigen Tochter dafür, sich komplett selbstständig zu machen. „Das war für mich als Ausländer die Möglichkeit, mich selbst zu verwirklichen“, erklärt der 41-jährige. Bei der Suche nach einem Büro stieß er auf die Gründerschmiede Remscheid mit Sitz an der Hindenburgstraße, wo er auch heute noch seine Räume hat. Er wollte eine Nische finden in der Welt voller Marketing-Agenturen. Im Austausch mit anderen Gründern wurde die Idee geboren: Eine Online-Agentur für Arztpraxen.

Webdesign, Online-Marketing, Sales Management – für den Chemiker keine fremde Welt. Denn das dafür notwendige Können sei ihm quasi in die Wiege gelegt worden, berichtet Abdo Kabbani Aldeiri. Schon als Zehnjähriger habe er in den Sommerferien seinem Onkel im Laden in Syrien ausgeholfen. Heute blickt er immer mal wieder in die Vergangenheit zurück. „Dann wundere ich mich, wie mein Onkel es geschafft hat, Dinge an Menschen zu verkaufen, die vorher gar nicht interessiert waren“, berichtet er lachend.

Heute versteht er die Psychologie hinter Marketing-Strategien.

Wie ihm sein Chemie-Wissen hilft

Sein naturwissenschaftliches Wissen hilft ihm bei seinem Job. Denn Abdo Kabbani Aldeiri ist vor allem Experte im Bereich der Technischen Chemie. Hier spielt die Optimierung von Reaktionen eine Rolle. Und genau das überträgt er auf Arztpraxen: Statt um chemische Reaktionen geht es um Prozesse und Abläufe. „Meine Leidenschaft ist es, Lösungen

zu finden“, erklärt er. Er kennt das Problem der Medizin-Branche: Personalmangel, wie vielerorts. Er belastet die Praxen. „Ich will sie durch Marketing entlasten. Wie? Dafür brauche ich eine Skopie“, sagt er. Skopie bedeutet Untersuchung und erklärt damit auch den Namen seiner Agentur: Weboskopie.

Dafür setzt er sich einen Tag lang in die Praxis und untersucht, wie die Abläufe in der Praxis sind, wie die Rollen im Team verteilt sind, wie das Marketing der Praxis bereits aussieht und wie mit den Pa-

tienten kommuniziert wird. „Ich mache eine Ist-Analyse wie in der Chemie“, sagt er.

Doch warum das Ganze überhaupt? Marketing findet bei Ärzten oft durch Mundpropaganda statt, durch Empfehlungen – oder durch Google-Bewertungen. „Die Leute bewerten aber meist nicht den Arzt, sondern die Belastung der Praxis“, weiß Kabbani Aldeiri. Also zum Beispiel die Wartezeit. Wird die Praxis also entlastet, steigen die Google-Bewertungen.

Die Mentalität der Ärzte verstehen

Mittlerweile hat sich Kabbani Aldeiris Zielgruppe herauskristallisiert: Nicht einfach nur (Zahn)ärzte, sondern vor allem Ärzte mit Migrationshintergrund spricht er an. „Ich verstehe ihre Mentalität und ihre Herausforderungen“, sagt er. Denn viele würden bestehende Praxen deutscher Ärzte übernehmen, die in den Ruhestand gehen. Dann müssen die Patienten erst mal Vertrauen zu ihnen aufbauen. „Es hilft zum Beispiel schon, wenn man als Nachfolger ein Foto mit dem bisherigen Arzt auf seiner Website platziert. Das vermittelt Vertrauen des alten Arztes in den neuen“, weiß Kabbani Aldeiri. Seine Kunden kommen mittlerweile aus ganz Deutschland.

Und sein ursprünglicher Plan, irgendwann nach Syrien zurückzukehren? Inzwischen ist Abdo Kabbani Aldeiri in Deutschland eingebürgert. Doch mit dem Fall des Assad-Regimes könnte er sich vorstellen, hybrid zu arbeiten – und Ärzten in Syrien dabei helfen, ihre Online-Präsenz zu stärken. „Ich sehe mich nicht als Webdesigner, sondern als Lösungsfinder“, sagt er. Und Lösungen werden eben auch in Syrien gebraucht.

www.weboskopie.de

Die dritte Generation mit Herz, Kompetenz und Zukunftsvision

Tradition trifft auf Moderne – so lässt sich der Generationswechsel im Autohaus Festl beschreiben. Seit mittlerweile 75 Jahren bieten die Festls Service rund ums Auto. Mit dem Einstieg der dritten Generation wird diese Erfolgsgeschichte nur fortgeführt – mit klaren Zielen und einem starken Familienzusammenhalt.

Von Alexandra Dulinski

Es begann mit einer Tankstelle am Hosten, die Walter Festl 1950 an der Hostenstraße eröffnete. Heute blicken sein Sohn Peter Festl und dessen Kinder auf 75 Jahre Familienbetrieb zurück: Das Autohaus Festl feiert in diesem Jahr Jubiläum. Und damit kann die Familie gleich doppelt feiern. Denn erst im April wurde eine neue Halle auf dem Gelände an der Borner Straße errichtet.

650 Quadratmeter Nutzfläche umfasst die neue Halle, 400 davon entfallen auf das „Reifenhotel“. „Die Räder werden größer und schwerer, die Menschen werden älter“, erklärt Peter Festl (72) die immer weiter steigende Nachfrage daran, Sommer- und Winterreifen einzulagern, anstatt sie im heimischen Keller zu deponieren. Ein bundesweiter Trend, sagt er. Hier ist Platz für die Reifen von 600 Autos, sprich 2400 Rädern.

In der neuen Halle sind zudem vier Werkstattplätze untergebracht. „Wir standen vergangenes Jahr vor dem Problem, dass unsere Kunden vier Wochen Wartezeit hatten. Das mussten wir entweder hinnehmen oder erweitern“, erklärt Peter Festls Sohn Sebastian. Gesagt, getan, es folgte ein Fertigbau, der innerhalb weniger Wochen stand. Das Team besteht mittlerweile aus 22 Mitarbeitern, viele davon wurden selbst ausgebildet. So etwa Dino Conte, der bereits seit seiner Ausbildung der Firma treu ist und den Festls mit Rat und Tat zur Seite steht. „Er ist ein wichtiger Teil des Familienunternehmens und mitverantwortlich für die positive Entwicklung der letzten Jahre“, sagt Jasmin Festl.

Ein Berater der Familie

Schon 2007 hat Peter Festl das Geschäft in die Hände seiner Kinder übergeben. Seine Toch-

ter Jasmin fungiert seitdem als Geschäftsführerin und leitet mit Sebastian den Service.

Peter Festl sieht sich seitdem als Berater der Kinder, auf den mal mehr, mal weniger gehört wird. Die dritte Generation an Festls ist damit fest im Betrieb verankert, die vierte wächst schon heran. Ob sie alle in das Familiengeschäft einsteigen, wird sich zeigen.

Eine 75 Jahre währende Geschichte

75 Jahre ist eine lange Zeit, auf die die Festls zurückblicken. Die Tankstelle zog 1956 aus Platzgründen an die Ecke Hostenstraße / Königstraße. 1970 machte Peter Festl seine Ausbildung zum Kfz-Mechaniker, schloss 1980 die Meisterschule ab. 1981 macht er sich mit der Kfz-Werkstatt selbstständig. 1983 stiegen die Festls in den Autoverkauf ein. Und 1991 erfolgte der Wechsel an die Borner Straße in Lennep, wo sie auch heute noch zu fin-



Punkten auch mit einem starken Familienzusammenhalt (v. l.): Thomas Festl, Jasmin Festl, Peter Festl, Sebastian Festl und Miriam Festl. Foto: Doro Siewert

den sind. „2007 haben wir gesagt: „Back to the roots“, erklärt Peter Festl. Die Familie stellte den Autoverkauf ein und konzentrierte sich voll und ganz auf das Kerngeschäft, den Service – mittlerweile für Seat, Skoda und Cupra. Das Autohaus wurde zum Servicebetrieb.

Die dritte Generation

Jasmin Festl übernimmt als Geschäftsführerin die Leitung des Familienbetriebs. „Mit unternehmerischem Gespür, Führungskräfte und einem modernen Blick auf die Herausforderung der Automobilbranche stehe ich für eine zukunfts-

orientierte Weiterentwicklung des Unternehmens“, erklärt Jasmin Festl. Dabei sei es ihr besonders wichtig, den familiären Charakter des Autohauses zu bewahren. „Den Vertrauen und Nähe zu den Kunden sind und bleiben ein zentraler Wert des Hauses Festl“, sagt sie.

Mit großen Schritten in die Zukunft

Seitdem sind die Weichen auf Zukunft gerichtet. Der Betrieb ist CO₂-neutral, auf dem Dach sorgt eine 100.000-Kilowatt-Photovoltaikanlage für Strom. Das Waschwasser aus der Waschanlage wird recycelt, „damit wir kein Frischwasser brauchen, um die Kundenautos zu waschen“, erklären die Festls. Eine Wärmepumpe ist installiert, ebenso sechs Ladestationen, von denen vier öffentlich zugänglich sind.

Die Familie und ihre Mitarbeiter haben als Servicebetrieb alle Hände voll zu tun: „Wir sind ein Ort, an dem man sich gut aufgehoben fühlt“, sagt Peter Festl. Seit 75 Jahren, seit drei Generationen – und auch in Zukunft.

www.autohaus-festl.de