

Die Zeichen stehen auf Luxus

Die Gesellschaft, und damit auch das Gesundheitswesen, steht vor einem generellen Umbruch. Das Unternehmen Zahnarztpraxis wird sich darauf einstellen müssen. Im Mittelpunkt steht nicht mehr die Frage, was kann ich meinem Patienten an zusätzlichen privaten Leistungen verkaufen, sondern, was bekomme ich überhaupt verkauft, um meine Praxis am Leben zu erhalten. Ein Wert für den die Patienten, selbst in die Tasche zu greifen, ist ein strahlendes Lächeln. Schönheit wird zum Zukunftstrend, Cosmetic Dentistry zur Zahnheilkunde des 21. Jahrhunderts.

| Heike Geibel, Jürgen Isbaner

Die Lage scheint ausweglos – Arbeitslosigkeit, Nullwachstum, Abbau des Sozialstaates sind die täglichen Schlagzeilen. Das, was einst das Nachkriegsdeutschland ausmachte, nämlich Wohlstand für alle, scheint zunehmend nicht mehr realisierbar zu sein. Die Reichen werden immer reicher, die Armen immer är-

orientiert und somit relativ größer werden kann, ohne dass der Betroffene absolut gesehen wirklich stärker verarmt.

Nichtsdestotrotz, die Belastungen, die auf den Einzelnen in den nächsten Jahren im Zuge der anstehenden Reformen zukommen, werden nicht unerheblich sein. Aber bei allen Problemen, noch „leiden“ wir auf einem relativ hohen und sicheren Niveau. Für die Zukunft jedoch stehen radikale Veränderungen im gesamtgesellschaftlichen Rahmen an. Das Gesundheitswesen und damit das Unternehmen Zahnarztpraxis stehen vor einem generellen Umbruch. Veränderte Rahmenbedingungen werden ein radikal verändertes Denken und Handeln erfordern. Ein Punkt dieser Veränderungen ist die Wandlung vom Zuzahlerpatienten zum Selbstzahlerpatienten. Es steht nicht mehr die Frage, was kann ich meinem Patienten an zusätzlichen privaten Leistungen verkaufen, sondern, was bekomme ich überhaupt verkauft, um meine Praxis am Leben zu erhalten. Und hier liegt der entscheidende Ansatz für das erforderliche Umdenken. Jedem Praxisinhaber muss klar sein, die eigentliche Konkurrenz für sein Leistungsangebot ist nicht hausgemacht, es ist nicht der Kollege um die Ecke oder in derselben Straße, nein, es sind ganz andere Angebote – es sind Reisen in die Karibik, der Sportwagen oder die teure Villa. Dies lässt sich herunterbrechen auf Otto Normalverbraucher. Egal auf welcher Ebene, der Zahnarzt tritt immer gegen die gleichen Wettbewerber an – statt Karibik – Mallorca, statt Porsche – Golf und statt Traum-



*Cosmetic Dentistry sollte als High-End-Zahnmedizin in einem adäquaten Umfeld angeboten werden.
(Foto: pd raum plan GmbH, Köln)*

mer. Millionen Menschen in unserem Land können am unbestritten vorhandenen Wohlstand nicht mehr teilhaben. Insbesondere Alleinerziehende, Rentner, Arbeitslose oder Bezieher kleiner Einkommen werden tendenziell eher weiter verarmen. Wobei Armut sich natürlich immer am Reichtum