

## Die Balanced Scorecard (BSC) – Teil 6

# Zufriedenheit der Patienten steigern

*Eine hohe Patientenzufriedenheit ist der Schlüssel für die Gewinnung neuer „Kunden“. Diese auch oft als Patientenbindung bezeichnete Form der systematischen Steigerung der Zufriedenheitswerte schafft die Voraussetzungen für eine ausgeprägte Empfehlungsquote, ohne die ein kontinuierliches Wachstum der Zahnarztpraxis nicht gelingen kann.*

| Prof. Dr. Helmut Börkircher, Dipl.-Ing. Harald Gensler



Prof. Dr. Helmut Börkircher

### info:

**IIP Med Institut**  
für Praxisführung in der Medizin+  
IMAGIN-PraxisPlus GmbH i. Gr.  
Prof. Bochmann, Prof. Dr. Börkircher  
Kurmainzerstr. 20  
65817 Eppstein im Taunus

Schwerpunkte:  
Strategische Praxisberatung mit indi-  
viduellem Life-Balance-Ansatz. Effizi-  
ente Ratingkonzepte nach Basel II für  
Praxis und Privat. Coaching und  
Controlling. Kennzahlengesteuertes  
Qualitätsmanagement nach der  
BSC-Methode.

**P**atientenzufriedenheit und -bindung werden in hohem Maße durch aktive Einflüsse auf organisatorische und informatorische Prozesse beeinflusst. Und genau hier setzt erneut die Balanced Scorecard an: sie schafft Transparenz über die Soll- und Ist-Werte auch bezüglich der praxis-internen Prozesse und bietet dadurch erst die Möglichkeiten einer rechtzeitigen und nachhaltigen „Kurs-Korrektur“.

### Patientenzufriedenheit

Jeder Patient verfügt über „sein eigenes Bild“ in Bezug auf seinen Besuch einer Zahnarztpraxis. Dabei greift er zurück auf seine persönlichen Erfahrungswerte, wird beeinflusst von seinem persönlichen „Belastungsfaktor (Angstempfinden)“, von seinen Erwartungen und Hoffnungen, Zielen und Wünschen. Bei immer mehr Zahnärzten wächst die Erkenntnis, dass dieses „Bild“ einer systematischen und positiven Beeinflussung unterliegen kann: der Patient kann und muss bezüglich seiner eigenen Erwartungs- und Erfahrungswerte „überrascht“, ja sogar begeistert werden, damit ein „neues Bild“ entstehen kann.

### Eigenbild – Fremdbild

Was sind nun eigentlich die entscheidenden Patientenmotive, die zur (Un-)Zufriedenheit der Patienten führen? Zahlreiche Untersuchungen belegen seit Jahren, dass der „Prioritätenkatalog Zufriedenheit“ eines Patienten

häufig von dem eines Praxisinhabers inkl. seines Teams abweicht! Während viele Praxen die Behandlungsqualität generell und die Qualität in Bezug auf die Ästhetik im Speziellen an vorderster Stelle sehen, sind es auf der Patientenseite häufig andere Aspekte, die im Vordergrund stehen:

- ein harmonisches und freundliches Team
- eine komplikations-, arme und zügige Behandlung
- ein partnerschaftlicher Umgang im Rahmen der Aufklärung
- eine hohe organisatorische Qualität (keine Wartezeiten etc.)
- eine völlige Transparenz über die (Zuzahlungs-)Kosten
- ein entspannendes „Ambiente“ innerhalb der Praxis ...

Damit wird deutlich, dass es eher die Prozesse „entlang der Qualität“ sind, die ein positives „Gefühl“ bei vielen Patienten schaffen. Bestätigt werden diese Motive auch im Rahmen von Untersuchungen bezüglich des „Wechselverhaltens“ von Patienten. Auch hier sind es eher subjektive und emotionale Gründe, die den Patienten zu einem Wechsel der Zahnarztpraxis bewegen. Aussagen wie ...

- ... mein Zahnarzt hat sich nicht mehr richtig um mich gekümmert ...
- ... mein Zahnarzt hat mich nicht richtig aufgeklärt ...
- ... die Mitarbeiter sind irgendwie unfreundlich ...
- ... ich wurde am Telefon „dumm angesprochen“ ...
- ... da muss ich ständig eine halbe Stunde und länger warten ...
- ... in der Praxis bin ich nur eine anonyme Patientennummer, für Rückfragen bleibt nie Zeit ...